جامعة عمار ثليجي
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة
قسم علوم الإعلام والاتصال

الموضوع:

دور مواقع التواصل الاجتماعي إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي

دراسة على عينة من متابعي الصفحة الرسمية لولاية الأغواط

مذكرة لنيل شهادة ماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبة:
سكحال ليليا وفاء

إشراف:
د. طريف عطاءالله

السنة الجامعية: 2021/2020

شكر و تقدير

الحمد لله رب العالمين ، والصلاة و السلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم و بعد ...

فإني أشكر المولى عز وجل أن منى علي بإنهاء هذه المذكرة لتظهر بهذه الحلة فله الحمد أولا وأخرا، كما وجب علي شكر كل من وقف معي و شجعني على إكمال دراستي ، عملا بقول المصطفى الكريم: (لا يشكر الله من لا يشكر الناس) . و في مقدمتهم ، صاحب العزيمة العالية، و الخلق الرفيع، و الصدر الرحب، و التواضع الجم، الأستاذ الدكتور **طريف عطاء الله** على هذه المذكرة، على ما بذله من جهد و متابعة، و كان له الأثر العظيم في إنجاز هذه المذكرة، وتقديم النصح، فله الشكر محفوظا بالدعاء، و جزاه الله بالأجر، و متعه بالصحة و العافية، ونفع الأخرين من فيضه الواسع...

والشكر موصول إلى كل الأساتذة الذين منحوني من وقتهم فلهم مني كل الشكر والتقدير.

والشكر موصول أيضا إلى كل من مد لي يد العون، و كل من شجعني ووقف معي.

إهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك و لا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك

ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك

الحمد لله الذي زينني بالعلم ... وأكرمني بالتقوى ... وجملني بالعافية أتقدم بهذا العمل المتواضع إلى :

من علمني العطاء دون إنتظار ... إلى من أحمل إسمه بكل إفتخار إلــى **والدي الحبيب**

إلى ملاكي في الحياة ... إلى معنى الحب و معنى الحنان إلــى **أمي العزيزة**

إلــى أخي و أخواتي

إلــى كل الذين أحببتهم وأحبوني ونقشت أحرف أسمائهم علــى جدران قلبي .

الفهـــــــــــارس

- فهــرس المحتويات
- فهرس الجـــداول

فهرس المحتويات

شكر و تقدير 2

إهداء.....3

الفهـــــــــــارس 4

ملخص الدراسة.....9

مقدمـــــة .....أ

الإطار العام للدراسة

إشكالية الدراسة.....14

تساؤلات الدراسة 16

تحديد مصطلحات و مفاهيم الدراسة 16

أسباب اختيار الدراسة.....18

أهداف الدراسة. 19

أهمية الدراسة..... 19

نوع الدراسة. 20

الدراسات السابقة.....20

المقاربة النظرية للدراسة.....23

الفصل الأول : نشأة و تطور مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الاول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.....27

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي 27

المطلب الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.....27

المطلب الثالث: خصائص و تقسيمات مواقع التواصل الاجتماعي.....30

الفرع الأول : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.....30

الفرع الثاني : تقسيمات مواقع التواصل الاجتماعي.....30

المبحث الثاني: انتشار مواقع التواصل الاجتماعي 34

المطلب الأول: انتشار وتطور مواقع التواصل الاجتماعي عالميا.....34
المطلب الثاني: انتشار وتطور مواقع التواصل الاجتماعي عربيا.....37
المطلب الثالث: انتشار وتطور مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر 38
المبحث الثالث: ماهية الموقع الاجتماعي "الفيسبوك" 39
المطلب الاول: مفهوم الموقع الاجتماعي الفيسبوك و خصائصه 39
الفرع الأول : مفهوم الموقع الاجتماعي الفيسبوك 39
الفرع الثاني : خصائص الموقع الاجتماعي الفيسبوك: 40
المطلب الثاني: استخدات وتطبيقات الموقع الاجتماعي الفيسبوك.....43
الفرع الاول : استخدامات الموقع الاجتماعي الفيسبوك.....43
الفرع الثاني : تطبيقات الموقع الاجتماعي الفيسبوك 44
المبحث الثالث : تأثيرات الموقع الاجتماعي الفيسبوك 45
المطلب الأول : التأثيرات الإيجابية للموقع الاجتماعي الفيسبوك.....45
المطلب الثاني : التأثيرات السلبية للموقع الاجتماعي الفيسبوك.....47

الفصل الثاني : الإعلام ودوره في المجتمع المحلي

المبحث الأول: مدخل عام حول المجتمع المحلي.....50
المطلب الأول: تعريف المجتمع المحلي ومبادئه 50
الفرع الأول : مفهوم المجتمع المحلي.....50
الفرع الثاني : مبادئ المجتمع المحلي.....50
المطلب الثاني: عناصر ثقافة المجتمع المحلي.....51
المطلب الثالث :أهداف مشاركة المجتمع المحلي في التنمية المحلية.....52
المبحث الثاني: الاعلام المحلي عبر الموقع الاجتماعي الفيسبوك وقضايا المجتمع..53
المطلب الأول: الإعلام المحلي ومبدأ ديمقراطية الاتصال:.....53
المطلب الثاني :نشأة الإعلام المحلي في الجزائر 57
المبحث الثالث: الإعلام المحلي كآلية لدعم برامج الجماعات ا لمحلية.....57

المطلب الأول: الإطار القانوني للاتصال داخل الجماعات المحلية.....57
الفرع الأول: ماهية الاتصال المحلي عبر الفيسبوك :.....57
الفرع الثاني: الإطار القانوني للاتصال المحلي داخل الجماعات : 58
المطلب الثاني: سمات ووظائف الإعلام المحلي.....60
الفرع الأول : سمات الإعلام المحلي.....60
الفرع الثاني : وظائف الاتصال المحلي 60
المطلب الثالث:أهمية وأهداف الإعلام المحلي عبرموقع الفيسبوك 62
الفرع الأول : أهمية الإعلام المحلي عبر موقع الفيسبوك.....62
الفرع الثاني : أهداف الإعلام المحلي عبر موقع الفيسبوك 62

الفصل الثالث : الإطار الميداني للدراسة

المبحث الأول : الإجراءات المنهجية للدراسة 65
المطلب الأول: منهج الدراسة 65
المطلب الثاني: مجتمع الدراسة وعينته 65
الفرع الأول: مجتمع الدراسة.....65
الفرع الثاني: عينة الدراسة.....65
المطلب الثالث: أدوات جمع البيانات.....66
الفرع الأول : صحيفة الاستبيان 66
المطلب الرابع: حدود الدراسة 68
المبحث الثاني: عرض و تحليل نتائج الدراسة 69
المطلب الأول: تحليل و مناقشة نتائج صحيفة الاستبيان.....69
المطلب الثاني: الاستنتاج العام للدراسة 82
خاتمة 86
قائمة المصادر و المراجع 87
ملاحـــــــق الدراسة 93

الرقم	الموضوع	الصفحة
01	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس	69
02	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية	70
03	يمثل توزيع العينة حسب المستوى الجامعي	70
04	يمثل نسب أفراد العينة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي	71
05	يمثل الفترة الزمنية التي مرت على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف أفراد العينة	71
06	يمثل معدل استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي في اليوم	72
07	يمثل الأوقات المفضلة التي يستخدم فيها أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي	72
08	يمثل أهم المضامين التي يتصفحها الجمهور المحلي لولاية الأغواط عبر مواقع التواصل الاجتماعي	73
09	يمثل الأسباب التي تدفع أفراد العينة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	74
10	يمثل نسب أفراد العينة الذين يتابعون الصفحة الرسمية لولاية الأغواط	74
11	يمثل درجة متابعة الصفحة الرسمية لولاية الاغواط	75
12	يمثل تفاعل أفراد العينة لمنشورات الصفحة الرسمية لولاية الاغواط	76
13	يمثل آراء المبحوثين حول تلبية الصفحة الرسمية لولاية الأغواط لاحتياجاتهم المعرفية	76
14	يمثل اتجاهات الجمهور المحلي نحو المعلومات عبر صفحة الفيسبوك	77
15	يمثل ثقة أفراد العينة في المعلومات التي تنشرها الصفحة الرسمية لولاية الأغواط	77
16	يمثل درجة ثقة أفراد العينة في المعلومات التي تنشرها الصفحة الرسمية لولاية الأغواط	78
17	يمثل مساهمة الصفحة الرسمية في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي	79

ملخص الدراسة

- **ملخص الدراسة باللغة العربية:**

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي يقوم به الفيسبوك بصفة عامة والصفحة الرسمية لولاية الأغواط بصفة خاصة في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي، من خلال إجراء دراسة على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال، و تم الاعتماد على المنهج الوصفي كون هذه الدراسة تنطوي تحت البحوث الوصفية، كما تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات.

حيث تم توزيعها على طلبة قسم الإعلام و الاتصال بجامعة الأغواط، و بلغ حجم العينة 100 مفردة و تم اختيارهم بطريقة قصدية.

و قد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

اتضح من خلال نتائج الدراسة أن أغلبية المستخدمين للصفحة الرسمية لولاية الأغواط هم ذكور، و أهم مضامين المجتمع المحلي التي أثارت اهتمام المستخدمين هي المضامين الخاصة بالتشغيل والتنمية، وأكثر القضايا انتشارا في المجتمع المحلي القضايا الخاصة بالبطالة وتغطية الصفحة الرسمية لولاية الأغواط لهذه القضايا كانت متوسطة ، بحيث أن أغلبية متابعين الصفحة الرسمية لولاية الأغواط لديهم ثقة في معلوماتها، و و بهذا فإن مواقع التواصل الاجتماعي والصفحة الرسمية لولاية الأغواط بالخصوص ساهمت في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجمع المحلي.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك، الصفحة الرسمية لولاية الأغواط، المجتمع المحلي.

➢ Résumé de l'étude en français

Cette étude vise à identifier le rôle joué par Facebook en général et la page officielle de l'État de Laghouat en particulier dans l'information officielle du public sur les questions communautaires locales, en réalisant une étude sur un échantillon d'étudiants du département des médias et la communication et l'approche descriptive ont été utilisées car cette étude implique une recherche descriptive, car elle s'est appuyée sur l'outil de questionnaire pour collecter des données.

Ou il a été distribué parmi les étudiants du département des médias et de la communication de l'Université de Laghouat, et la taille de l'échantillon était de 100 individus et ils ont été choisis de manière intentionnelle.

Cette étude a atteint un ensemble de résultats dont les plus importants sont:

Il est devenu clair à travers les résultats de l'étude que la majorité des utilisateurs de la page officielle de l'État de Laghouat sont des hommes, et le contenu le plus important de la communauté qui a suscité l'intérêt des utilisateurs et le contenu de l'emploi et du développement, et les problèmes les plus répondus dans la communauté locale sont les problèmes de chômage. La couverture de la page officielle de l'État de Laghouat pour ces problèmes était modérée, de sorte que la majorité dès les adaptes de la page officielle de l'État de Laghouat ont confiance en ses informations, et ainsi les sites de réseaux sociaux et la page officielle de l'État de Laghouat en particulier ont contribué à fournir au public une information officielle les enjeux de l'assemblée locale.

Mots clés: sites de communication sociale, Facebook, page officielle de l'État de Laghouat, la communauté locale**.**

مقدمـــــة :

لطالما سعى الإنسان منذ الأزل في البحث عن الحقيقة ومصادرها سعيا منه إلى التزود بالمعلومات والأخبار التي تساعده في التعايش مع حياته اليومية، كما أن المعلومات تأخذ الطابع الأفقي وتأخذ في حين آخر الطابع العمودي، أي أن المعلومات الافقية هي المعلومات المتداولة بين مجموعة من الأفراد أو بين فردين أو أكثر وتأخذ مستوى واحدا، بينما المعلومات العمودية تأخذ اتجاها أحادي الجانب تستخدمه في غالب الأحيان السلطة في علاقتها الاتصالية مع مواطنيها. وتأخذ هذه المعلومات أشكالا متعددة من الأنماط منها ما يرتبط بالجانب التنظيمي، ومنها ما يرتبط بالجانب الإعلامي والتوجيهي والإرشادي لصالح المواطنين.

وقد عمدت المجتمعات على اختلاف مراحل نشأتها وتطورها إلى توظيف وسائل الإعلام التقليدية في بداية ظهورها في إعلام الجماهير والمواطنين بكل شؤون الرعية، فقد ظهرت النشريات كبداية للدور الإعلامي للملوك في إبلاغ رعاياها في كل ما يحدث بالمملكة من قوانين وتشريعات منظمة ، وبعد ذلك ومع ظهور الطباعة في اوربا منصف القرن 15 على يد الألماني "يوحنا غوتنبرغ" ساهمت تطورات نشاط الطباعة في تغيير منحى البشرية في انتشار الصحف وطباعة الكتب مما ساهم في انتشار التعليم والجامعات عموما.

ولم يقف الأمر في نشر المعلومات عند الصحفي فحسب، بل تجاوزه ليصل إلى الوسائل الإعلامية الأخرى على غرار الإذاعة والتلفزيون التي كان الدور فيها لحراس البوابات الإعلامية في السماح أو منع أي محتوى يتنافى وسياسة المجتمع أو الدولة .

إلى أن التطورات المتلاحقة من اختراع للأقمار الصناعية وظهور شبكة الانترنت أدى بروز ثورة إعلامية واتصالية جديدة تميزت بظهور وسائط وتكنولوجيات جديدة أصبح فيها مرسل الرسالة هو نفسه المتلقي.

هذه التكنولوجيات وهذه الوسائط دعت صانعي القرار والسلطات على اختلاف دولها إلى استغلال هذه الثورة التكنولوجية في جعلها دعائم معلوماتية تهدف إلى دعم الأهداف الرسمية والسياسيات العامة للدولة في مجال الإعلام التنموي على الخصوص.

وبما أن ولاية الأغواط تعد أحد الولايات الجزائرية ، فقد سعت إلى محاولة توظيف الإلعام الجواري من خلال استغلال مواقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " في إمداد المواطنين بالمعلومات حول الشأن المحلي مستغلة بذلك هذه التقنيات والمنصات الالكترونية في دعم جانب التنمية والإعلام المحلي الهادف إلى تحقيق رفاهية المجتمع وتحقيق احتياجاته.

وقد قسمت دراستنا إلى إطار عام للدراسة وثلاثة فصول منها فصلين نظريين وفصل تطبيقي، حيث ضم الإطار العام الخطوات المنهجية الآتية مقدمة، إشكالية، تساؤلات الدراسة، تحديد المصطلحات ومفاهيم الدراسة، أسباب اختيار الدراسة، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، نوع الدراسة، الدراسات السابقة والمقاربة النظرية للدراسة. في حين جاء الفصل الأول بعنوان نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي وقسم إلى ثلاثة مباحث: المبحث الأول تناولنا فيه ماهية مواقع التواصل الاجتماعي، و الثاني تطرقنا فيه إلى نشأة مواقع التواصل الاجتماعي، أما المبحث الثالث فجاء بعنوان ماهية الموقع الاجتماعي "الفيسبوك"، وقد جاء الفصل الثاني والمرسوم ب الإعلام ودوره في المجتمع المحلي ايضا في ثلاثة مباحث: المبحث الأول تضمن مدخل عام حول المجتمع المحلي، و البحث الثاني بعنوان الإعلام المحلي عبر مواقع الاجتماعي "الفيسبوك" و قضايا المجتمع المحلي، أما المبحث الثالث فعنوناه بالإعلام المحلي كألية لدعم برامج الجماعات المحلية، لنصل في الأخير إلى الفصل الثالث وهو الفصل التطبيقي الذي ضم مبحثين الأول جاء فيه الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية و المبحث الثاني تضمن عرض و تحليل نتائج الدراسة ثم الخاتمة و قائمة المصادر و المراجع و ملاحق الدراسة.

الإطار العام للدراسة

إشكالية الدراسة

تساؤلات الدراسة

أسباب الدراسة

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

نوع الدراسة

تحديد مصطلحات و مفاهيم الدراسة

الدراسات السابقة

المقاربة النظرية للدراسة

1- إشكالية الدراسة

يعتبر الاتصال ضرورة إنسانية تمليها متطلبات الإنسان الاجتماعية والمادية ومن ثم تحقيق التماسك بين أفراد الجماعات والقدرة على مشاركة الآخرين خبراتهم و أفكارهم ومعرفة حاجاتهم والعمل على تحقيقها وتبادلها لذلك كان الاتصال الإنساني عبارة عن عملية التفاعل الاجتماعي القائمة على أساس العلاقات بين أفراد الجماعة سواء كانت منظمة على أساس أطر تضبط حركاتها وتحدد أهدافها أو كانت تلقائية نابعة من طبيعة حياة الإنسان الاجتماعية ولما كان الاتصال عملية اجتماعية مركبة فإنه يفرض علينا الوقوف عند هذا المفهوم ،حيث أنه شهد مجال الاتصال تطورا سريعا تمثل في ظهور وسائل وتقنيات فتحت الباب واسعا لحرية تبادل المعلومات التي أفاد منها حقل الإعلام بشكل استطاع أن ينتقل به إلى حريات كبيرة في فهم الجمهور للعالم الذي يحيط به.

فبعد الدور الكبير الذي لعبه الاتصال في حياة الشعوب والأفراد منذ العصور الأولى في تاريخ البشرية الذي كانت بدايته بالرموز والأصوات والإشارات التي ساهمت في تواصل القبائل القديمة جاء بعدها الكتابة السومرية بالكتابة على الطين والكتابة الهيروغليفية عند المصريين القدامى أو الفراعنة فكان التواصل بالكتابة إلى أن جاء اختراع الطباعة ومن هنا كانت الانطلاقة الفعلية للتطور في مجال الاتصال ووسائله.

ففي القرون الأخيرة وبالضبط في القرن 19 استطاع الإنسان تطوير وسائل للاتصال عرفت بوسائل للاتصال الحديثة والتي تعتبر إعجازا من إعجازات هذا العصر وامتازت هذه الوسائل بسرعة أي أن المعلومة تنتقل في وقت حدوثها بين ابعد نقطتين على الكرة الأرضية ولم يعد هناك شيء بعيد.

حيث تزامن هذا التطور مع الثورة الصناعية التي كان من الضروري لها إيجاد مجموعة من الوسائل لاستغلال الكهرباء مثلا وتوالت الاختراعات الى غاية القرن العشرين وخاصة مع ظهور وسائل اتصال غير تقليدية المعروفة للصحافة، الراديو، التلفزيون والهاتف بل وسائل الاتصال الالكترونية باعتبارها قنوات أساسية للمعلومات والأخبار والترفيه.

بل وشهد النصف الثاني من نفس القرن تطور تكنولوجي كبير يتمثل في تطور الانترنت الذي بلغ درجة كبيرة من التقدم ومما لا شك فيه أن التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصالات الحديثة غير أنماطا كثيرة في حياة الإنسان ،إذ استطاع هذا الأخير أن يلغي المسافات ويتجاوز الحدود الجغرافية ويختصر الزمان ويطلع على آخر الأخبار فور وقوعها وتبادل المعلومات في شتى المجالات فبروز عدة أجيال من الانترنت قلب الكثير من المفاهيم وأتاح العديد من الخدمات من

خلال وسائله المتنوعة التي يأتي مقدمها مواقع التواصل الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت وهي ظاهرة برزت خلال السنوات الماضية وتطورت منذ بداية ظهورها إلى يومنا هذا لتصبح من أكثر المواقع استخداما بحيث يعتبر مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي او الشبكات الاجتماعية من أهم المفاهيم المرتبطة بالأنترنت والمجتمع الافتراضي وهذا ما نلاحظه من خلال تزايد عدد مستخدميها بشكل كبير يوما بعد يوم منذ ظهورها وهذا أول عبر الشبكة وذلك بهدف الاستفادة من خدماتها غير أن الحقيقة التي تستوقفنا أمام هذه الظاهرة هو التطور السريع لهذه المواقع على نحو لم تستطع الدراسات العلمية أن تواكبه، على رأس هذه المواقع (الفيسبوك) التي أصبحت ظاهرة عالمية واسعة الانتشار استطاعت أن تجعل الناس يتعلقون بها بشكل كبير نظرا للخدمات المتعددة التي أتاحتها والتي تتعلق بالدرجة الأولى باهتماماتهم وتطلعاتهم وتحولت إلى بديل عن مختلف النشاطات التقليدية الماضية من خلال تفاعل عدد كبير جدا من المستخدمين، فتعددت وتنوعت المواقع بتزايد استخدام الأشخاص الذين يقضون وقتا كبير مع الآخرين يبادلونهم نفس الاهتمام ويشاركونهم نفس الفضاء.

فموقع (الفيسبوك) الذي أنشأه الأمريكي - مارك زوكربيرغ– سنة 2004 بغية ضم أصدقاء الجامعة وضمان استمرارية التواصل فيما بينهم أصبح يضم ما يفوق مليار مشترك ليصبح من أكثر المواقع استخداما نظرا للخدمات المتنوعة التي يقدمها وطبيعة التواصل الاجتماعي التي يتبعها.

لتبيان أهمية دور الفيسبوك ولمعالجة هذه الإشكالية نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

إلى أي مدى تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي بالأغواط ؟

2- تساؤلات الدراسة

- ماهي عادات وأنماط تصفح الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما أهم المضامين التي يتصفحها الجمهور المحلي بالأغواط عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما دوافع استخدام الجمهور المحلى لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما مدى متابعة الجمهور المحلي للصفحة الرسمية لولاية الأغواط؟
- ما هي اتجاهات الجمهور المحلي نحو معلومات الصفحة الرسمية لولاية الأغواط حول قضايا المجتمع المحلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما درجة ثقة الجمهور المحلي بمعلومات الصفحة الرسمية لولاية الأغواط حول قضايا المجتمع المحلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما مدى مساهمة الصفحة الرسمية لولاية الأغواط في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

3- تحديد مصطلحات و مفاهيم الدراسة

1. مواقع التواصل الاجتماعي:

اصطلاحا:

يعرفها **فايز الشهري**: منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الإنترنيت تتيح للمشترك فيه إنشاء موقع خاص به وربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أوجمعية مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك.[1]

و من التعريفات الأخرى لمواقع التواصل الاجتماعي نجد ما يلي :

يشير الباحث بالاسBALASعلى أنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الإنترنيت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض للعديد من الأسباب المتنوعة.

1 _ليلى جراد، الفيسبوك والشباب العربي ،مكتبة الفلاح ،عمان،2012، ص7

وبالمثل يعرف **بريس Praece** و**مالونيكر يشمار MalonyKrichmar** مواقع التواصل الاجتماعي على أنها مكان تلتقي فيه الناس الأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج.[1]

التعريف الإجرائي:

هي عبارة عن **مواقع إلكترونية** يتم إنشاؤها عبر شبكة الإنترنيت من قبل أشخاص معنيين ، ثم الإعلان عنها عبر هذه الشبكة ، تتيح هذه المواقع لمستخدمي الانترنيت فرصة التواصل مع الأصدقاء والزملاء وتزويدهم بالأخبار والمستجدات والمعلومات على اختلاف مجالاتها من خلال إنشاء حساب خاص بالمستخدم مع إمكانية تفاعله لجميع محتويات هذه المواقع والتعليق عليها والإعجاب بها أو تحميلها ومشاركة الأصدقاء.

ونقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة الموقع الاجتماعي" **الفيسبوك**" من خلال الصفحة الرسمية لموقع **الفيسبوك** لولاية الأغواط ، والتي تهتم بنشر المعلومات حول القضايا المحلية التي تهم المواطنين.

2. الإمداد:

تعريف و معنى إمداد في معجم المعاني الجامع "معجم عربي عربي"

مد، يمد، إمدادا

مده بالشيء –زوده به –زوده بالمعلومات

التعريف الإجرائي للإمداد: نقصد بها تزويد الجمهور المحلي بالمعلومات لولاية الأغواط .

3. المعلومات الرسمية:

اصطلاحا:

هي الناتج الأول لنظام المعلومات وخاصة النظام الجديد و تشمل بوجه عام على الاحتياجات الرقابية، المتطلبات القانونية ،التشريعات الحكومية، الإجراءات المحاسبية متطلبات التخطيط والمتابعة، متطلبات وسائل الاتصالات وغيرها. بالإضافة إلى المستندات والنماذج لتي تستخدم في تحديد نوعية الحركة بين أقسام وإدارات المؤسسة مثل :أذونات الصرف والاستلام، التحويل والرد، وأوامر التشغيل والتوريد....الخ وكذلك التقارير عن الحركة اليومية للمخزون والإنتاج

[1]-WasineeKittiwengvivot,PimanphaRokkangan :facebooking your dream,moster the sis 2010,p20,14-04-2021,11:25.

اليومي الإحصائيات والكشوف المحاسبية كقوائم الجرد والميزانيات ...الخ فهي كلها أشكال ونماذج تعبر عن تدفق المعلومات بشكل رسمي داخل المؤسسة.[1]

والمعلومات الرسمية إجرائيا: هي المعلومات الصادرة عن جهة رسمية (الولاية) لإعلام المواطنين بالمعلومات بمختلف القضايا ذات الشأن المحلي.

4. قضايا المجتمع المحلي:

المجتمع المحلي اصطلاحا:

المجتمع المحلي بشكل عام إلى مجموعة من الناس يقيمون في منطقة جغرافية محددة ويشتركون معا في الأنشطة السياسية والاقتصادية والاجتماعية ويكونون فيما بينهم وحدة اجتماعية ذات حكم ذاتي. تسودها قيم عامة يشعرون للانتماء إليها. ومن أمثلة المجتمع المحلي: المدينة والقرية والحي.[2]

قضايا المجتمع المحلي إجرائيا:

هي كافة الشؤون والأنشطة والممارسات التي تهم المجتمع الأغواطي سواء من قريب او من بعيد

4- أسباب اختيار الدراسة

تتلخص مبررات اختيار موضوع الدراسة إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية :

1. الأسباب ذاتية:

هناك مجموعة من الأسباب الذاتية التي أدت بنا إلى معالجة هذا الموضوع ومن بينها :

- الرغبة والميول إلى هذا النوع من الدراسات المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي
- الرغبة في دراسة هذا الموضوع لارتباطه بتخصصنا العلمي وهو علوم الإعلام والاتصال
- الرغبة والفضول في اكتشاف هذه الوسيلة ومحاولة معرفة كيفية تأثيرها على المجتمع

[1]- عبد الرحمن الصباح، نظم المعلومات الإدارية، دار زهران للنشر، عمان، 1998.

[2]- أحمد محمد عليق، أحمد عبد الحميد الأبشيهي، كتاب القيادة و تنمية المجتمعات المحلية.

2. الأسباب الموضوعية :

من الأسباب الموضوعية التي دفعت بنا إلى تناول هذا الموضوع نذكر :

- كون الموضوع يمتاز بالأنية لذلك نحاول معرفة مساهمة موقع الفيسبوك في تزويد الجمهور بالمعلومات حول قضايا المجتمع لمحلي
- الرغبة الملحة في إجراء دراسة ميدانية حول كيفية مساهمة الفيسبوك في إمداد الجمهور بالمعلومات
- محاولة الكشف عل أهمية الفيسبوك لدى مستخدميه كوسيلة معاصرة
- التزايد المستمر في عدد الجماهير المستخدمة لهذا الموقع

5- أهداف الدراسة

نحاول من خلال هذه الدراسة استكشاف الكيفية التي يساهم من خلالها موقع الفيسبوك في تزويد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي في ولاية الأغواط وذلك من خلال العناصر التالية :

- التعرف على عادات وأنماط تصفح الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي
- الكشف عن أهم المضامين التي يتصفحها الجمهور المحلي بالأغواط عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- معرفة دوافع استخدام الجمهور المحلى لمواقع التواصل الاجتماعي
- تبيان درجة متابعة الجمهور المحلي للصفحة الرسمية لولاية الأغواط
- الكشف عن اتجاهات الجمهور المحلي نحو المعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- إبراز ثقة الجمهور المحلي بالمعلومات عبر صفحة الفيسبوك الرسمية لولاية الأغواط

تبيان مدى مساهمة الصفحة الرسمية لولاية الأغواط في إمداد الجمهور بالمعلومات حول قضايا المجتمع

6- أهمية الدراسة

تأتي أهمية هذه الدراسة من أنها محاولة اللحاق بالعصر التي نعيشه ومتابعة التطورات السريعة والمتلاحقة التي يمر بها العالم والتي تترك أثارها على كل جوانب حياتنا العامة وعلى اهتمامنا الأساسي أكاديميا وهو الإعلام الجديد.

فالعالم اليوم الذي نعيشه الآن هو عبارة عن ثورة ضخمة في تكنولوجيا الاتصال وهو جزء لا يتجزأ من الثورة التكنولوجية المعاصرة وإحدى ثمارها كما تتيح الاستفادة من خيرات الدول المتقدمة في استخدام وسائل التواصل الجديدة لتحقيق مجتمع المعلومات الذي يتيح الاتصال الفعال لقطاعات الجمهور كلها، وإمدادهم بالإعلام والمعلومات كما أن مواقع التواصل الاجتماعي ولدت أشكالا جديدة من العلاقات وأنماط التواصل بين الأفراد المستخدمين غيرت بصورة آلية تلقائية اهتماماتهم من مجرد التواصل العادي إلى نوع آخر من التواصل الهادف لخدمة أغراضه وأهداف ذات أبعاد إنسانية .

7- نوع الدراسة

بما أننا في دراستنا هذه نسعى إلى جميع المعلومات حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي، فإن هذه الدراسة تنتمي إلى الدراسات الوصفية .

8- الدراسات السابقة

الدراسة الاولى :

قامت الباحثة مريم نريمان نومار بدراسة بعنوان : استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيرها في العلاقات الاجتماعية (دراسة عينة من مستخدمي موقع الفاسبوك في الجزائر) مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاتصال تخصص الاعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة قسم العلوم الانسانية جامعة الحاج لخضر باتنة 2011_2012.

وتهدف هذه الدراسة الي الكشف عن اثر استخدام الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية من خلال دراسة عينة من مستخدمي الفيس في الجزائر ،ولقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين أكثر من ثلاثة ساعات في استخدام الفيس بوك، ويفضل أغلبهم خدمة التعليقات والدردشة بالدرجة الأولي.
- يستخدم أغلب أفراد العينة موقع الفيس بوك بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء الي الجانب التثقيف.
- تثبت نتائج الدراسة أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور والإناث للفيسبوك.
- المبحوثين الأكبر سنا يتعاملون بنوع من الوعي عند استخدامهم لموقع فيسبوك.

- بينت الدراسة أن هناك انسحاب ملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي.

والهدف من استخدام هذه الدراسة يكمن فيما يلي:

نهدف من استخدام هاته الدراسة الي الكشف عن اثر استخدام الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية والتواصل والتفاعل بين الناس، محاولة فهم الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الفيسبوك، وأثر استخدام الفيسبوك في العلاقات الاجتماعية بين الأفراد.

الدراسة الثانية:

قامت الباحثة **ذويب أميرة** بدراسة بعنوان : دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم الممارسة الاعلامية في الجزائر (دراسة ميدانية على عينة من صحفيي الإعلام المكتوب) مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص إعلام واتصال جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي 2013-2014

وتهدف هذه الدراسة الى:

- الوصول إلى الأسباب التي تدفع الصحفيين الجزائريين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- الوصول إلى معرفة مدى استخدام الصحفيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار و المعلومات. .
- إبراز أهم الإضافات التي قدمتها شبكات التواصل الاجتماعي للعمل الإعلامي للصحفي الجزائري.
- توصيف مكانة شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار و المعلومات لدى الصحفيين الجزائريين.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

كل الصحفيين الجزائريين الذين شملتهم الدراسة يمتلكون حسابات في شبكات التواصل الاجتماعي على اختلافها.

أغلب الصحفيين الجزائريين يؤكدون على أنه سبق لهم و أن نشروا أخبار، معلومات، صور، أو كلمات مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي.

معظم الصحفيين الجزائريين يتحققون من المعلومات والأخبار التي مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي

أن الصحفيون الجزائريون يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لأغراض:

- الحصول على الأخبار و المعلومات
- التواصل والتفاعل مع الزملاء

- إجراء و متابعة الحوارات و النقاشات الفكرية
- نشر الأخبار والمعلومات
- التواصل والتفاعل مع القراء/ التسلية و تمضية الوقت

نهدف من استخدام هاته الدراسة الي الكشف عن اثر استخدام الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية والتواصل والتفاعل بين الناس، محاولة فهم الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الفيسبوك، وأثر استخدام الفيسبوك في العلاقات الاجتماعية بين الأفراد.

الدراسة الثالثة:

قامت الباحث **مايدي صفي الدين، بن زيرق جلول** بدراسة بعنوان: صحافة المواطن و الممارسة الإعلامية في المجتمع المحلي (دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي صفحة أخبار الأغواط الزرقاء) مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال قسم علوم الإعلام والاتصال 2017_2018.

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الإجابة عن الأسئلة التي تم طرحتها الإشكالية لدراسات السابقة و كشف عن الجديد في الموضوع

- محاولة إثراء المكتبة الإعلامية بالجزائر بمثل هذه الدراسات الميدانية التي تكشف أكثر عن أليات و عوامل مثل هذه الظواهر في المجتمعات.
- دراسة التأثير في تغطية صحافة المواطن للأحداث.
- تأثير صحافة المواطن على عمل الصحفي المحترف.
- بيان مدى اهتمام المواطن الصحفي بمشاكل المجتمع وابرازها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أغلبية الصحفيون يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي.
- أكثر شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبل الصحفيين هي الفيسبوك.
- يستخدم الصحفيون الفيسبوك في عملهم من أجل البحث عن المعلومات و للبقاء على إطلاع بكل ما يحدث حولهم.
- يستخدمون الصحفيون شبكات التواصل الاجتماعي في عماهم و في حياتهم الخاصة.

9- **المقاربة النظرية للدراسة:** نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تم استيحاء عنوان النظرية من علاقة الجمهور مع وسائل الإعلام من خلال ان الجمهور يعتمد على المعلومات التي تنقلها وسائل الاتصال في المجتمع الحديث و ان هذه الوسائل لا يمكن الاستغناء عنها لذلك فان درجة اعتماد الأفراد على المعلومات التي يستقونها من وسائل الاتصال تعتبر متغيرا اساسيا لفهم متى ولماذا تغير وسائل الإعلام والاتصال معتقدات ومشاعر وسلوك الأفراد.[1]

مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

يعرفها **وجدي حلمي عيد عبد الطاهر** على أنها:[2]

- نظرية ذات منشأ سيسيولوجي وظيفي.
- النظرية خزء من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام و النظم الاجتماعية.

و تعرف **نهى عاطف العبد** أيضا أن:[3]

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي "نظرية بيئية" و النظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيبا عضويا و هي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة و كبيرة يرتبط كل منهما بالأخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات.

الفروض الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

يتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، و كلما لعبت الوسيلة دورا هاما في حياة الأشخاص زاد تأثيرها و أصبح دورها أكثر أهمية و مركزية وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد و درجة تأثير الوسيلة لدى الأشخاص، و كلما ازدادت المجتمعات تعقيدا ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.

كما يقوم النموذج على عدة فروض فرعية أخرى هي :

- تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي على زيادة الاعتماد أو قلته على مصادر معلومات وسائل الإعلام، و كلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد الاعتماد لدى الأفراد على وسائل الإعلام.

---

[1] درويش، عبد الرحيم: مقدمة الى علم الاتصال، الناشرعالم الكتب، القاهرة، الطبعة1، 2013.

[2] وجدي حلمي عيد عبد الطاهر، اعتماد الحجاج و المعتمرين على الوسائل التكنولوجية الحديثة للاتصال كمصدر للحصول على المعلومات الارشادية و التوعوية خلال الأزمات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد12، العدد1، 2013م.

[3] نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام، جامعة القاهرة، ص401-402.

- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات أما في حالة وجود مصادر معلومات بديلة تقدمها شبكات خاصة أو رسمية أو مصادر إعلامية خارج المجتمع سيقل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة لوجود اختلاف في الأهداف الشخصية و المصالح و الحاجات الفردية.[1]

ترى **نهى عاطف العبد** على أن نموذج الاعتماد يقوم على عدة افتراضات رئيسية منها: أن درجة استقرار المجتمع تؤثر على درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام للحصول على معلومات في المجالات المختلفة، كما تفترض النظرية أن طبيعة الاختلاف بين شرائح الجمهور تؤثر على اختلاف درجة الاعتماد على وسائل الاعلام.[2]

كما توجد فروض فرعية أخرى خاصة بنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام و هي[3]:

- تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي على زيادة الاعتماد أو قلته على مصادر معلومات وسائل الإعلام، و كلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد الاعتماد لدى الأفراد على وسائل الإعلام.
- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات أما في حالة وجود مصادر معلومات بديلة تقدمها شبكات خاصة أو رسمية أو مصادر إعلامية خارج المجتمع سيقل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة لوجود اختلاف في الأهداف الشخصية و المصالح و الحاجات الفردية.

المميزات الخاصة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تتمتع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بمجموعة من المزايا أهمها:

- تعتبر نظرية الاعتماد نموذج مفتوح لمجموعة من التأثيرات المحتملة، و تجنب النموذج عدم وجود تأثيرات لوسائل الإعلام، ووجود تأثير غير محدود، لذلك يطلق عليها نظرية شاملة، حيث تقدم نظرية كلية للعلاقة بين الاتصال و الرأي العام، و تتجنب الأسئلة البسيطة عما إذا كانت وسائل الاتصال لها تأثير كبير على المجتمع.

---

[1] وجدي حلمي عيد عبد الطاهر، مرجع سبق ذكره، 324

[2] نهى عاطف العبد، اعتماد الشباب الجامعي المصري على سبكات التواصل الاجتماعي في استفاء معلومات حول ثورة الثلاثين من يونيو، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد12، العدد1، 2013م.

[3] ،المرجع السابق ص 324.

- تهتم نظرية الاعتماد بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من المتغيرات الشخصية و الفردية، لذلك فهي أكثر ملائمة في التعامل مع النظام الاجتماعي بصورة أكبر من النماذج الأخرى المرتبطة بوسائل الإعلام.
- تؤكد نظرية الاعتماد على أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، يؤدي إلى التأثير على النظام الاجتماعي و على نظام وسائل الإعلام نفسها، و بالتالي فإن أداء وسائل الإعلام قد تؤدي إلى المطالبة بالتغيير أو إصلاح نظامها، سواء من خلال النظام السياسي أو من خلال ألية السوق الحر أو من خلال ظهور وسائل إعلام بديلة.[1]

الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تعرضت نظرية الاعتماد لمجموعة الانتقادات يمكن تلخيصها على النحو التالي:

- يبالغ نموذج الاعتماد في تصوير حجم الاعتماد الفعلي للعناصر المختلفة و خاصة المتعلقة بوسائل الإعلام، و استقلالها عن النظام الاجتماعي، فوسائل الإعلام غالبا ما تكون محايدة، حيث أنها مصدر غير سياسي، تستطيع أن تجده عند الضرورة، و يجب أن ترتبط وسائل الإعلام بشكل أساسي بالمؤسسات الأكثر هيمنة و سيطرة في المجتمع.
- على الرغم من أن الاعتماد الشديد على وسائل الإعلام قد يزيد من التأثيرات الإدراكية و السلوكية على الفرد، فإنه للأسف ليست كل تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيرية هي تأثيرات لمحتويات وسائل أو أنها تؤثر على الأفراد، حيث أن الأفراد يتأثروا بالأصدقاء و المعارف و غيرهم.
- رغم أنه كان يقصد بمدخل الاعتماد أساسا على مستوى النظام الاجتماعي ككل، لكن معظم الدراسات الإعلامية تعاملت مع مدخل الاعتماد على المستوى الفردي فقط، بمعنى أنها ركزت على الأثار الناجمة عن اعتماد الأفراد على الوسائل المختلفة، مع هذا لا تزال "روكيش" ترى أن المستقبل سيكون للتركيز على أهداف الجماعات من الاعتماد.
- معظم الباحثين عرفوا الاعتماد إجرائيا بالتعرض، رغم أنه ليس كل من يتعرض لوسيلة يعتمد عليها، فعلى سبيل المثال قد يتعرض الفرد لفترة طويلة في مشاهدة التلفزيون في حين يعتمد على وسيلة أخرى مثل الصحف في اكتسابه للمعلومات السياسية أو أي موضوع أخر.[2]

[1] وجدي حلمي عيد عبد الطاهر، ص 323.
[2] المرجع السابق، ص325.

الفصل الأول: نشأة و تطور مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الاول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

يعرف **زاهر راضي** مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، وهذا الترابط نتج عنه نوع من الإعلام يختلف عن الإعلام التقليدي القديم، وهو ما يعرف بالإعلام الاجتماعي، أو الإعلام الجديد أو البديل، وهو يطلق عادة على كل ما يمكن استخدامه وتبادله من معلومات من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية.[1]

ويعرف الإعلام الاجتماعي بأنه المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقل بين طرفين: أحدهما مستقبل، والآخر مرسل، عبر وسيلة (شبكة اجتماعية)، مع حرية الإرسال للمرسل، وحرية التجاوب معها للمستقبل.[2]

المطلب الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

تعد إتاحة الانترنيت في كل مكان و امكانية استعمالها وفق الأجهزة الإلكترونية المحمولة والهواتف الذكية زادت شهر المواقع التواصلية وزاد الإقبال عليها، على الرغم من وجود العديد من هذه المواقع الاجتماعية وهناك أنواع كثيرة منها تقسم حسب وظيفتها ومميزاتها وتطبيقاتها، كذلك المعلومات وطريقة التفاعل معها ، نذكر منها :

1- موقع ماي سبيس My space:

ظهر موقعMySpace عام 2003 ، وظل يتربع على عرش الشبكات الاجتماعية إلى أن ظهر منافسه الشهير الفيسبوك، حيث يهدف هذا الموقع إلى عقد صداقات بين الأعضاء بحثا عن أصدقاء والوصول الأصدقاء سابقين، يمكنك من عمل صفحة خاصة بك، وتحميل صور وفيديو وتحميل الموسيقي ويمكنك من استقبال خدمات الموقع على الهاتف المحمول، كذلك يمكنك إعداد مدونة واستقبال رسائل بريدية على الموقع ويكون لديك عنوان بريدي على الموقع وغيرها من الخدمات الاجتماعية، وغيرها من الخدمات المتطورة والسريعة.[3]

---

[1] زاهر راضي، مواقع التواصل الإجتماعي في العالم العربي، "مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23.

[2] أثر وسائل التواصل الإجتماعي و قيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية العدد 129 الجزء 3، جامعة الأزهر، مصر، 2016، ص335 .

[3] أحمد يونس محمد حمودة : دور شبكات التواصل الإجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية ، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير من قسم البحوث و الدراسات الإعلامية ، جامعة الدول العربية ،مصر ، 2003 ، ص60

ومن خلال هذه الخدمات التي يوفرها الموقع يمكن للأفراد إقامة صداقات بين زملائهم أو بين أصدقاء جدد مما يتيح لهم فرصة التواصل المباشر وتبادل المعلومات عبر هذا الموقع، وذلك بإنشاء حساب خاص بهم عن طريق بريد إلكتروني عبر هذا الموقع .

2- **موقع الفايسبوك face book**: يعتبرالفيسبوك اليوم أشهر شبكة اجتماعية في العالم، إذ يحتل المرتبة الأولى عالميا من بين الشيكات الاجتماعية الأكثر شهرة وتداولا من بين مستخدمي الشبكات الاجتماعية وهو المنافس الأول لشبكةmyspace ، باعتباره أولى الشبكات من حيث الظهور في العالم الافتراضي.

ويعتبر الفيسبوك مشروع بسيط لأحد الطلبة بجامعة هارفارد من قبل الطالب **مارك زوكربيرج،** الغاية منه هو إنشاء علاقات مترابطة بين طلبة هذه الجامعة وإبقاء التواصل بينهم، وبدأ التطبيق الفعلي للفكرة في 2004.[1]

كانت غاية مارك زوكربيرج إنشاء شبكة علاقات طلابية بين طلبة الجامعة التي كان يدرس فيه

ويتيح الفاسبوك لمستخدميه إنشاء صفحة خاصة بهم تمكنهم من كتابة يومياتهم ونشر صورهم وفيديوهات معليها ، وكذا الروابط التي يودون مشاركتها عبر الموقع حيث تنشر أخبار المستخدم وأصدقاؤه ونشاطاتهم على الحائط الذي يمكن التحكم فيها، ينشر عبره ومدى خصوصية أو إتاحة محتوياته الغير.[2]

بالإضافة إلى قائمة الأصدقاء، والروابط التي تسمح للشخص بإنشاء مجموعات خاصة به تتضمن شتى المجالات والمواضيع، كذلك رزنامة خاصة به يمكن أن يسجل من خلالها التواريخ المهمة والمناسبات، والألعاب المفضلة له مع إمكانية مشاركة أصدقائه فيها، بالإضافة إلى التطبيقات الخاصة بالبروفيل profil مثل تغيير صورته وتغيير اسمه، إضافة أو تعديل البيانات الشخصية المتوفرة عن خطه، مع إمكانية وقف الحساب مؤقت وإعادة فتحه بعد فترة، والعديد من التطبيقات التي تسهل للفرد استخدام هذا الحساب والاستمتاع بتصفحه.

3- التويتر twiter:

يرى أحد الباحثين أنه احدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، و لعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان و خاصة الشرق الأوسط، و أخذ

[1] محمد صاحب سلطان، وسائل الاعلام و الاتصال، دار الميسرة للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2012، ص360.

[2] فاطمة الزهراء عماري ، استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي ، حالة الفسبوك ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في ميدان العلوم الإنسانية شعبة علوم الإعلام تخصص إذاعة و تلفزيون ،كلية العلوم السياسية و الإعلام ، قسم علوم الإلام و الإتصال جامعة الجزائر 2012/2011.

اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد) و اتخذ من العصفورة رمزا له، و هو خدمة مصغرة تسمح للمغردين ارسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة، و يجوز للمرء ان يسميها نصا مكثفا لتفاصيل كثيرة، و يمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر ان يتبادل مع اصدقائه تلك التغريدات او التويترات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية او في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، و تتيح شبكة توتير خدمة التدوين المصغرة، و إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذالك أهم الإحداث من خلال خدمة (rss) عبر الرسائل النصية (sms) بلغ عدد المتصفحين للتويترإلى 645 مليون مستخدم و145 مليون مستخدم نشط شهريا.[1]

4- موقع اليوتيوب YouTube :

اختلفت الأراء حول موقع يوتوب و ما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أولا، حيث تميل بعض الأراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو، غير أنه تصنيفه كنوع من مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لإشتركاته معها في عدة من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظرا للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات و إستقبال التعليقات عليها و نشرها بشكل واسع، أي أن اليوتوب موقع إلكتروني يسمح و يدعم نشاط تحميل و تنزيل و مشاركة الأفلام بشكل عام و مجاني، و هو يسمح بالتدرج في تحميل و عرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها. بلغ عدد المتصفحين لموقع اليوتوب 900 مليون زيارة كل شهر و 2.4 مليار مشاهدة للفيديوهات يوميا.[2]

5- الأنستغرام instagram :

برنامج الانستغرام هو وسيلة سريعة و مجانية لمشاركة حياتك مع الأصدقاء و العائلة من خلال الصور أو الفيديو، و قد ازدادت شعبية هذا البرنامج مع الشباب تقوم أولا بالتسجيل في هذا البرنامج ثم تلتقط صورة أو فيديو، و تستخدم فلتر لتحويل مظهر أي منهما و من ثم تضيفها إلى الانستغرام و حتى يمكنك مشاركتهما على الفيسبوك، تويتر، و أكثر من ذالك، كما أن لدى هذا

[1] سليمة رابحي، الحملات الإنتخابية و شبكات التواصل الإجتماعي في الجزائر بين وسائط الإتصال الجديدة و أنماط التبليغ التقليدية، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الإجتماعي، بسكرة، 9-10 سبتمبر 2012.

[2] حلمي خضر ساري، تأثير الاتصال عبر الأنترنيت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري)، مجلة الجامعة، المجلد 24، العدد الأول، 2008، دمشق، ص 307.

التطبيق ميزة تسمى (أنستغرام دايركت) تتيح للمستخدمين إرسال الصور و مقاطع الفيديو مباشرة إلى صديق معين أو مجموعة من الأصدقاء بدلا من أن تكون معروضة للجميع.[1]

المطلب الثالث: خصائص و تقسيمات مواقع التواصل الاجتماعي

الفرع الأول : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تتمتع الشبكات الاجتماعية بجملة من الخصائص نبرز أهمها فيما يلي :

1. **العالمية:** حيث تلغي الحواجز الجغرافية و المكانية و تتحطم فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، في بساطة وسهولة.
2. **التفاعلية:** فالفرد فيها كما أنه مستقبل و قارئ فهو مرسل و كاتب و مشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإلام القديم، التلفاز والصحف الورقية وتعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشهد و القارئ.
3. **التنوع:** و تعدد الاستعمالات فيستخدمها الطالب للتعلم و العالم لبث علمه و تعليم الناس، و الكاتب للتواصل مع القراء ... و هكذا.
4. **سهولة الاستخدام:** فالشبكة الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف و بساطة اللغة، تستخدم الرموز و الصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.
5. **التوفير و الاقتصادية:** اقتصادية في الجهد و الوقت و المال في ظل مجانية الاشتراك و التسجيل، فالفرد السيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، و ليست حكرا على أصحاب الأموال أو على جماعة دون أخرى.[2]

الفرع الثاني : تقسيمات مواقع التواصل الاجتماعي

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي ذات قيمة كبيرة في عالم الانترنت اليوم؛ ولذلك فهي متعددة ومختلفة؛ وبذلك فهي تصنف إلى تقسيمات متعددة وذلك تبعا للوظيفة التي تقوم بها

أو المميزات التي تتسم بها أو حسب التخصص أو طبيعة المعلومات المقدمة؛ ونذكرها كالاتي:

1- حسب الوظيفة: وتنقسم إلى نوعين

[1] مجموعة من المؤلفين، استجدام وسائل التواصل الاجتماعي، دليل للمشاريع الممولة من الاتحاد الأوروبي، 2014، ص 9.
[2] حمزة إسماعيل أبو شنب، تقنيات التواصل الاجتماعي الاستخدامات و المميزات، 2013 ، ص85.

1-**1: نوع أساسي**: وهذا النوع يتكون من ملفات للمستخدمين وخدمات عامة

مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية؛ الروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل: موقع الفيسبوك؛ ماي سبيس؛ هاي فايف.

1-2: مرتبط بالعمل: هو من أنواع مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات؛ وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين ونتضمن سيرتهم الذاتية و ما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم.[1]

وعليه يمكن القول أن هذا النوع من أنواع مواقع التواصل الاجتماعي أي حسب الوظيفة مقتصرا على زملاء الدراسة وأصحاب العمل فقط وخدماته تتضمن الأمور الشخصية بين هؤلاء المستخدمين في مجال عمله محدود رغم إقبال مستخدميه نحوه باعتبار أشهر موقع الفيسبوك ومواقع أخرى في تسهيل تبادل المعلومات بينهم وبين أصدقاء العمل كذلك.

2- حسب المميزات: وتنقسم إلى نوعين:

2-1- شبكات التدوين المصغر: هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل: التدوين

المصغر. Blogginmicro مثل موقع تويتروبلارك.

2- 2الشبكات الجغرافية: مثل موقع برايتكايت".[2]

ما يلاحظ على هذا النوع نجده مقتصرا على خدمات معينة مثل تويتر الذي يقدم التغريدات وموقع برايتكايت الذي يعني بالمواقع الجغرافية وفي تحديد الأمكنة؛ لهذا نجد أن هذا النوع محددة خدمته لأنه يقدم ميزة واحدة فقط.

3-حسب التخصص: وهي أكثر التقسيمات وضوحا؛ وهي كالاتي:

3-1-عامة: ليس لها طبيعة تخصصية معينة؛ بل يمكن الحصول منها على معلومات في مجالات مختلفة؛ فلو كنت تبحث عن حلول لمشكلة عامة أو تبادل معلومات غير متخصصة أو كتابة مذكرات خاصة ومن أشهرها: الفيسبوك؛ ماي سبيس.

[1] تقار أمينة، مواقع التواصل الاجتماعي و دورها بفي تفعيل العمل التطوعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، بسكرة، 2018-2019، ص31.

[2] المرجع السابق ، ص32.

2-3-تربوية: يجتمع فيها عادة الطلاب من مختلف المستويات وخاصة طلاب الدراسة الجامعية والدراسات العليا من أجل التشاور في القضايا التعليمية والأكاديمية؛ وتبادل المشروعات الدراسية ومناقشة القضايا المختلفة التي تتعلق بدراستهم بشكل عام؛ أو بمقررات معينة بشكل خاص والتعاون من خلال التبادل المعرفي من النماذج الشهيرة في هذا النوع studivz ,collegetonight [1]

نجد أن مواقع التواصل الاجتماعية العامة مستخدمة في جميع المجالات دون أخرى وكذلك في تبادلا لمعلومات بين مستخدميها دون استثناء وجعلها أصحابها موصفا لحل المشكلات وفضاء للكتابة والتعبير في مذكرات خاصة بهم؛ بينما المواقع الاجتماعية التربوية فهي تعنى بأصدقاء الدراسة واستخدامها فيما يخدم مجال التعليم على اختلاف المستويات التعليمية من متوسط إلى ثانوي هذا عامة أما بصفة خاصة فهم طلاب المستوى الجامعي الذين هم في تحكم واحترافية لهذه المواقع واستعمالها بشكل يلبي لهم متطلباتهم الدراسية سواء بين الطلاب وبينهم وبين المعلمين أيضا؛ بالإضافة إلى التشاور بين هؤلاء الطلاب في أمورهم الدراسية كالمشاريع والمناقشة تحول قضايا ومواضيع تهمهم ولكن دراسيا.

3-3-أكاديمية: تجمع الباحثين والعلماء والمختصين وأساتذة الجامعات لمناقشه القضايا الحديثة في مجالاتهم العلمية وتطوير البحث الأكاديمي ومنها prometosacadimia عن طريق المشاركة في الرأي والنقد الهادف.

اقتصر هذا النوع على المجالات العلمية وخاصة القضايا الحديثة التي هي محل النقاش وكذلك المواضيع التي ترقى إلى أن تكون موضوع أكاديمي قد يكون تبادل الآراء النقد البناء الذي يبني على قواعد وأسس ولكن مستخدمي هذه المواقع في هذا المجال يمكن في الباحثين والعلماء وأساتذة التعليم العالي بالإضافة إلى المختصين في هذا المجال .

4-3-الإخبارية:

تركز على نشر أخبار المجتمع وغيرها من المستجدات في الموضوعات المختلفة سواء سياسيه او اقتصاديه أو ثقافيه او اجتماعيه وغيرها من الموضوعات وتعد مصدرا مهما بتقصي الأخبار والأحداث الجارية ولكنها تفتقد المصداقية لعدم وجود محررين للأخبار ومن نماذجها :

Suite 101 now public[2] ويعنى هذا النوع بنشر الأخبار في مختلف المجالات التي تهم مستخدم هذه المواقع وتعد أيضا مصدرا مهما للنشر الأحداث الجارية التي تستقى من المجتمع

[1] اسمهان قيش : جمهور الطلبة و الشبكات الاجتماعية الإلكترونية دراسة في الاستخدامات و الإشباعات ، مذكرة نيل شهادة الماجستير ، قسم الإعلام و الاتصال ، كلية الحقوق ، جامعة باتنة ،الجزائر ، 2011 ، ص78

[2] تقار أمينة، مرجع سبق ذكره، ص33.

وما يعاب على هذه المواقع لا تحتوي محررين للأخبار التي يتم نشرها من خلالها وبالتالي فهي لا مصداقية التي من شانها أن تجعل هذه المواقع أولى في مجال الأخبار.

3-5-الهوايات:

تسعى لإبقاء الناس ذوي الهوايات أو المصالح المشتركة ، خاصة الأشخاص يحبون البلوق (Blogster) وهو مجمع يقدم الكتاب والمدونين وسيلة للتحدث عبر الانترنت من خلال blogخاص بهم وبالتالي يتيح تنمية الهوايات وتطويرها والتعرف على القضايا المستجدة ومن أمثلة هذه الشبكات Spor Surdité Automatie Veforuns هذا النوع يحتوي على فئة من المستخدمين لهذه المواقع وهم المستخدمين الذين تجمع بينهم مصالح مشتركة ،ولديهم كذلك هوايات يريدون تطويرها فيما بينهم لتبادل المعلومات والآراء أيضا وما يجمع بينهم هو blogest خاص بهم فقط بالإضافة إلى الكتاب ،لإتاحة الفرصة للتعريف بهواياتهم وكتاباتهم للمستخدمين الآخرين الذين تجمع بينهم نفس الميولات.

3-6-الشبكات الثقافية:

تعد ثورة معلوماتية حيث تستقطب مستخدمين مثقفين من كل أنحاء العالم ومثال ذلك imedix وهو خاص بشخص يريد الحديث عن الصحة.[1]

3-7-شبكات شخصية أو محلية خاصة بأشخاص معينين:

تقتصر على مجموعة من الأصدقاء والمعارف والتي تعمل على التواصل الاجتماعي فيما بينهم بجميع الأشكال حيث يتم إتاحة ملفات الصور الشخصية والمناسبات الاجتماعية، وقد نجد مواقع مغلقة على فئة معينة من الأصدقاء لمثل هذه الأمور كما يوجد موقع تم إنشاؤه وضع الذكريات الحزينة فمن فقد عزيز لديه يمكن أن يضع رثاء خاصا به وتحميل صور ومقاطع فيديو موقع tributes وغيره من المواقع التي تختص بلغة معينة كالهندية والباكستانية وغيرها.[2]

3-8-شبكات خاصة بفئات موضوعية معينة:

نشأت لتجمع بين المهتمين بموضوعات معينة مثل المهتمين بالطب والهندسة، وشبكات مهتمة بالكتب والمكتبات مثل librongthings .

3-9-شبكات مهنية:

ظهرت وانتشرت هذه الشبكات في الآونة الأخيرة لتواجه البطالة واحتياج دول العالم لتنشيط العمل واستخدام هذه التقنية المتطورة لخلق بيئة عمل وبيئة تدريبية مفيدة وحرفية ،واستقبال سيرة ذاتية للمشتركين مع استقبال طلب توظيف من جانب الشركات وتقدم خدمات على مستوى

[1] أماني جمال مجاهد، استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، دراسات المعلومات، العدد8، 2010.

[2] المرجع السابق، ص

المهن المختلفة ، أشهر هذه الشبكات الاجتماعية المتخصصة في الأعمال Linke dinasinessnetwork canon professionalwork ،وعليه فبالرغم من تعدد وتنوع مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن كل نوع منها محدد لفئة معينة من مستخدمي هذه المواقع ولا يقتصر على كل المجالات فالشبكة الثقافية تعني بالمثقفين دون غيرهم ووفرت مواقع لهذا المجال مثلها مثل الشبكات الأخرى ونجد هذه الشبكات منها ما هو خاص بأشخاص معينين وتحتوي الأصدقاء والمعارف فقط الذين هم في تواصل شخصي ومناسباتي عبر المواقع، وفتحوا لأنفسهم ملفات خاصة بهم وبأصدقائهم وهناك من فتح هذه الملفات سواء لحالات الفرح وأخرى لحالات الحزن ،وكلما تعني بالأمور الشخصية ما الشبكات الخاصة بفئات موضوعية المعنية .فهي اقتصرت على أصحاب الموضوعات المهمة مثل الطب والهندسة وغيرها وأيضا الشبكات المهنية والتي تعد الأهم والأوسع انتشارا في الآونة الأخيرة ،فهي تسعى لجذب المستخدمين لهذه المواقع في المساعدة في حل بعض القضايا التي تهم المجتمع وهي توفير مناصب عمل عبر هذه المواقع واستخدمتها الشركات الكبرى لهذا الغرض.

وبالتالي نجد أن أغلبية مواقع التواصل الاجتماعي ولا نقل حكرا على فئة دون غيرها ،وهي تعنى بمجال مهم ومحدد دون غيره ولها مستخدمين يهمهم هذا المجال ومختصين فيه أولهم ميول وكذلك بالنسبة لمستخدمي هذا الموقع ذوي خبرة في الموضوع المطروح أيضا وجدوا في هذه المواقع فضاء واسعا للتعبير والكتابة وتبادل المعلومات مع من يعنيهم الأمر أو المجال أو الموضوع.

المبحث الثاني: انتشار مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: انتشار و تطور مواقع التواصل الاجتماعي عالميا

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي شبكات اجتماعية تم إنشاؤها من أجل تحقيق التواصل بين الأفراد وارتبط ظهورها بشبكة الانترنيت التي كانت متخصص في القطاع العسكري، ثم أخذت تتسع إلى أن شملت كل المجالات. وترجع البدايات الأولى للأنترنيت سنة 1995 بما يعرف بالجيل الأول الويب (1.0)، وكانت أول تجربة الإطلاق أول موقع يعرف باسم . Classmates Comعلى يد **رندي كونراد** الغرض منه الربط المباشر بين الأشخاص[1]، يعد هذا الموقع متخصص في الدردشة والتعارف بين أصدقاء الدراسة والعمل حيث يضم فقط خاصية الدردشة.

[1] دهيمي زينب: مجلة العلوم الإنسانية، موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، جامعة محمد خيضر ، بسكرة، المجلد19،العدد2019،01، ص 254.

وأتاح فرصة للأشخاص التواصل وإقامة الصداقات والاتصال بين مستخدمي هذا الموقع عن طريق إنشاء ملف شخصي ثم يبحث عن زملاء أخرين وأن يتصل بأصدقاء فقد الاتصال بهم، وأن ينظم للمجتمعات المحلية ومختلف المنتديات أيضا[1]. حيث يتم إنشاء ملف شخصي عن طريق تسجيل في موقع إلكتروني الذي يسمح من خلاله فتح الصفحة الشخصية وبعدها يقوم بإضافة الأصدقاء والبحث عن أصدقاء جدد في نفس المجال الدراسي والعمل أو غيره، ويمكنه أيضا من الانضمام إلى منتديات تخص اهتماماته وانشغالاته.

في عام 1997 ظهر موقع جديدSix Dergrees . Com ، وروج لنفسه على أنه أداة تسمح للمستخدمين التواصل مع شخص أخر عن طريق المراسلة الفورية، واستمر هذا الموقع إلى غاية 2001حيث بدأت الشبكات الأخرى تطفو على السطح للسماح للناس بالتواصل بسهولة مع الأصدقاء والغرباء الذين هم على رباط مشترك.[2] هذه المرحلة بداية للظهور الموفق للمواقع الاجتماعية محاولة بذلك ترسيخ ثقافة هذه المواقع الالكترونية والترويج لها.

وبرزت العديد من المواقع الإلكترونية خلال فترة 1997-1999، وكان محور اهتمامها دعم المجتمع من خلال مواقع تواصل اجتماعية عريضة بمجموعات معينة مثل موقع الأمريكيين الأسيويين asianavenee، وموقع البشر ذوي البشرة السمراء blach planet.com وبعد ذلك ظهرت مجموعة من المواقع التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير من التوت و 1999-2001، وهذا راجع للعديد من العوامل مثل عدم إتاحة الانترنيت لكافة السكان وكنه لم يكن هذا القدرة والإمكانيات الكافية للتمكن من هذه الشبكة، بالإضافة إلى أن هذه المواقع كانت تعتمد في نشأتها خلال الفترة الأولى على تقنيات الويب في مراحله الأولى، والتي تركز على استخدام غرفة الدردشة والرسائل الإلكترونية وخلال تلك الفترة لم تكن تقنيات الجيل الثاني الويب (0-2) قد ظهرت علي الساحة[3] . ونستطيع أن نميز هذه المواقع الاجتماعية من أنها مواقع تتسم بصفحات ثابتة التي لا يتم تحسينها دوريا، كما تتصف مواقع الويب (1.0) بخاصية انسياب المعلومات والبيانات في اتجاه واحد فقط من الموقع إلى الزائر المتلقي حيث لا توجد تغذية رجعية من الزائر للموقع، وهذا ما جعل من الجيل الأول محدود الانتشار لأنه لا يوفر إلا التواصل الكتابي . وشهدت هذه المرحلة مواقع متعددة من أشهرها أيضا موقعLive Journal ، وموقع Cyworld 1999، الذي أنشي في كوريا، وموقع Ryze الذي تبلور الهدف منه في تكوين شبكات

[1] خلود بن عزوز : استخدام طلبة الاعلام و الاتصال شبكات التواصل الاجتماعي و الاشباعات المحققة منها ، رسالة لنيل شهادة ماستر في علوم العلام و الاتصال ، تخصص صحافة ، كلية علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة قسنطينة ، ص 63

[2] Mica Paige gray bill.B.Ai Explo Ring the use of face book as a communication tool in ag agricultural related social movements:a thesis In Agricultural communication submilted to the gradyde faculty of texas tech university in partia fulfillement of the requirements of science, 2010, p21.

[3] محمد جابر خلف: نشأة و تطور مواقع التواصل الاجتماعي

اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية[1] ، حيث تعتبر هذه المواقع الانطلاقة للتنويع والتوسيع في المواقع الإلكترونية من أجل زيادة مستخدميها مما يساعد أصحاب المواقع في انتشار وشهرت مواقعهم والتي تسير وفق مؤسسات إدارية .

ولكن سرعان ما تطورت هذه المواقع وبدأ الجماع فيها من خلال بداية المرحلة الثانية، بما يعرف بالجبل الثاني لهذه المواقع على طريق الويب (0-2). الذي صاحبته تطورات في خدمات الشبكة. وقد أتاحت العديد من الخدمات الالكترونية التي تسهل على المستخدم عمليات التواصل والاتصال والدردشة وتبادل الملفات والصور والفيديوهات وغيرها، وتعمل مواقع الجيل الثاني على عدد زوارها وكثرة مستخدميها وهذا ما أدى إلى شهرتها وتغذية محتواها دوريا[2] .

ومن خلال هذه المميزات يمكن التفريق بين الجيل الأول والجيل الثاني، بما في الجيل الأول كان مجرد عرض محتوى للمتلقي دون التفاعل معه، لكن الجيل الثاني اتاح فرصة التفاعلية الإلكترونية لمستخدميه مها زاد في الاهتمام بهذه المواقع والتنافس بينها من أجل إتاحة مجال أوسع لمستخدميها من أجل التفاعل وتوفير تقنيات وتطبيقات إلكترونية متطورة لتسهيل التواصل والتفاعل بين جمهور المستخدمين ومن أصبح هذا العالم الافتراضي غرفة تواصلية عن بعد بين الأفراد من خلال الإمكانيات المتوفرة في هذه المواقع مثل التواصل والاتصال المباشر فيما بينهم ، وكذلك إرسال الرسائل والمحادثات الخاصة والجماعية والاطلاع على الملفات الشخصية Profileوتتبع حالاتهم ومعلوماتهم الشخصية التي يتيحونها للعرض، بالإضافة إلى تبادل الملفات وروابط الأنترنيت والمقاطع المرئية والمسموعة والتعليقات وإلى أخره من محتوى يساهم في إثراء الموقع المصنف كويب(2.0).

من خلال هذا الويب (2.0) ظهرت خلاله العديد من المواقع التواصلية التي حازت بشهرة وانتشار واسع عبر كافة العالم من بينها:MySpace Facebook TwiterYoutub، Skype وغيرها.

ويعد الفيسبوك من بين أشهر مواقع التواصل الاجتماعي بعد موقعmyspace، وهو أول موقع اجتماعي أكثرها شهرة في بدايته مع نهاية التسعينات، ولكن استطاع الفيسبوك أن ينافسه وذلك منذ بداية ظهوره سنة 2004، حيث أتاح تطبيقات متطورة وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد

[1] جبريل بن حسن العريشي: انماط استخدام الشبكات الاجتماعية

[2] - المرجع السابق، ص

مستخدمي الفاسبوك بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حاليا يتجاوز 800 مستخدم على مستوى العالم[1].

بالإضافة إلى ذلك فهو يعد من بين المواقع الإلكترونية الأسهل انضماما ، وذلك بتوفير بريد إلكتروني وكلمة السر ليستطيع بعدها الفرد الدخول له، كما أن الفيسبوك يوفر كل التطبيقات المتطورة التي قد يحتاجها الفرد عند استخدامه لحسابه الخاص ويعمل الفيسبوك إلى إدخال كل ما هو جديد في العالم الإلكتروني حتى يحقق رضا جماهيره، ويتيح له كل الخيارات في التصفح وسرية المعلومات الشخصية والحفاظ عليها حتى إذا ما تم اختراق الحساب الشخصي أو قرصنته، وهذا ما جعل منه الأكثر شهرة وإقبالا من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الثاني: انتشار و تطور مواقع التواصل الاجتماعي عربيا

رغم الانتشار الواسع الذي حققته مواقع التواصل الاجتماعي في العالم الغربي واقتصارها في بدايات ظهورها على منطقة دون أخرى إلا أنها زادت من توسعها عبر كل دول العالم، ومنها الدول العربية التي مستها هذه المواقع، والتي ساعدت المواطن العربي في التعبير عن أفكاره وآرائه التي كانت في بادئ الأمر في وسائل الإعلام التقليدية مقيدة وتكبح أراء المواطنين العرب في الرغبة في التعبير .

وقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي خلال السنوات الثلاث الماضية طفرة غير مسبوقة في المنطقة وذلك مع توفير منصات لنقل الأخبار، وبثها من قلب الأحداث والتعبير عن الآراء، ومشاركة المعارف والأصدقاء الأحداث وللتواصل الاجتماعي والمهني، وكانت الأحداث بما يعرف ب "الربيع العربي" في عدد من البلدان العربية الأثر الكبير في زيادة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لا سيما الفيسبوك الذي العب دورا مهما في تناقل الأخبار وتبادل الآراء والتحشيد في مواجهة عدد من الأنظمة العربية . حيث ارتبط ظهور مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير خلال الثورات العربية الحاصلة أو ما يعرف بالربيع العربي، حيث لجا الأفراد إلى هذه المواقع للتعبير عن آرائهم وتوجهاتهم تجاه هذه الثورات، فأصبحت فضاء للتنفيس عن الشارع العربي، من خلال النقاشات بين المستخدمين العرب، حيث وصل المستخدم العربي إلى مرحلة شد الجماهير في الساحات الافتراضية لينتقل فيما بعد إلى حشدهم في الساحات الحقيقية كالثورة التونسية والمصرية وغيرها من الثورات التي استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي أن تكون ملاذا لها. هذا فيما يخص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ورواجها في الوطن

[1] - ذويب أميرة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم الممارسة الإعلامية في الجزائر، مذكرة مكملة لنبل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، 2013-2014.

العربي من خلال الثورات العربية لكن في الآونة الأخيرة، أظهرت دراسة إقليمية حديثة توسع وانتشار قاعدة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية، وقدرت الدراسة ارتفاع عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الرئيسية على شبكة الأنترنيت (الفيسبوك، تويتر، لينكدان)، ليسجل أخيرا ما مجموعه 703 مليون مستخدم عربي حتى منتصف العام الحالي، حسب ما نشرت صحيفة الغد الأردنية.

وكان عند المستخدمين العرب لمواقع التواصل الاجتماعي الثلاث يبلغ 52 مليون مشترك في نهاية النصف الأول من العام الماضي ما يعني أن العدد ارتفع بنسبة 35% خلال 12 شهرا .

ومن خلال هذه الإحصائيات والنسب المئوية نجد أن الدراسات التي أجريت في هذا المجال تظهر زيادة عدد مستخدمي هذه المواقع في الوطن العربي، ومن بين هذه الدول العربية التي أجريت عليها الدراسات هي: " الإمارات العربية المتحدة، لبنان، مصر، الكويت، قطر، البحرين والمملكة العربية السعودية ".

وبالتالي نجد أن من بين هذه الدول دول الخليج هي الأكثر استخدام المواقع التواصل الاجتماعي لأغراض معينة من: العمل، الدراسة، الصداقة وغيرها، وهذا الازدياد في عند المستخدمين يرجع الى العديد من العوامل التي وجهت النظر نحو هذه المواقع خاصة ما شهده العام العربي في الآونة الأخيرة من ثورات، ولعل هذا السبب هو الأبرز في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، التي وجد المستخدمين فيها فضاء التعبير وإبداء الرأي وتبادل المعلومات والأفكار.

المطلب الثالث: انتشار و تطور مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر

إن التطور التكنولوجي الحاصل في شتي دول العالم المتقدم، والذي تسعى الدول العربية إلى الوصول إليه، استطاع أن يرتقي بالمجتمعات ويطوره خاصة في مجال الاتصالات. وتعد الجزائر من ضمن الدول الدائرة في طريق النمو التكنولوجي، وتسعى إلى الوصول إلى ما وصلت إليه هذه الدول المتقدمة ويظهر ذلك من خل الشبكات الالكترونية الحديثة.

وتم استخدام الانترنيت في الجزائر في مارس 1994 ، عن طريق مركز البحث في الإعلام العلمي والتقنيCeristوذلك في إطار التعاون مع اليونسكو بهدف إقامة الشبكة الإفريقية للمعلوماتRinafولكنها ظلت ولفترة طويلة حكرا فقط على المؤسسات الحكومية ذات الطابع العلمي أكثر منه عسكري.في بادئ الأمر كانت طاقة الخط المرتبط بمدينة بيزا الإيطالية تقدر ب 96 كيلوبايت، وفي عام 1998 وبمقتضى اتفاقية أبرمت بين مركز البحث العلمي والتقني وهيئة **ناسات** الأمريكية ثم ربط المركز بشبكة الانترنت بصفة مباشرة عن طريق البدء بتشغيل محطة

اتصال جديدة عن طريق الأقمار الصناعية وذلك بطاقة أكبر قدرت ب 01 ميجابايت الثانية، عن طريق القمر الصناعي"**أم أي أي** " الأمريكي، ومن الإيجابيات التي يوفرها هذا النوع زيادة طاقة وسرعة الارتباط، حيث يتم الاتصال بصورة مباشرة مع المصدر دون المرور لأي من المحطات الأخرى .

وعلى الرغم من ذلك إلا أن الجزائر مازالت تعاني من البطء في سرعة الانترنيت، وكذلك الانقطاع المفاجئ الذي تعاني منه، وقد يدوم لوقت طويل ويتأثر كذلك بحالة الطقس، من الرغم أن الدول المتقدمة وكذلك دول الخليج العربي أصبحت تستخدم الجيل الثالث للأنترنيت، إلا أن الجزائر مازالت تناقش طريقة إدخاله للجزائر وكيفية العمل به على العلم بان الانترنيت مرتبطة باتصالات السلكية أي الهاتف الأرضية وأصبح الجيل الثالث حكرا على شركات متعاملي خطوط الهاتف النقال.

المبحث الثالث: ماهية الموقع الاجتماعي "الفيسبوك"

المطلب الاول: مفهوم الموقع الاجتماعي الفيسبوك و خصائصه

الفرع الأول : مفهوم الموقع الاجتماعي الفيسبوك

هو عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها[1] .

وحسب الدكتور شعيب فهو يعتبر مدونة عملاقة يشارك فيها الجميع كمهرجان ملون مضيء للحياة الفكرية والأدبية يجب أن لا يكون الكاتب أو المثقف منعزلا أو وحيدا

أو مغتربا في ذاته أو في محيطه أو في مجتمعه بل يجب أن يحلق في فضاء التواصل محاطا بالمحبة حتى يبدع أكثر. واللغة المتداولة تتأرجح بين الأدبي والشخصي والنقدي ،لكن الجو العام مرح وتسوده روح الصداقة وحب الحياة ،فالكل يمد أذرعه للكل ما عدا بعض الأمور السلبية البسيطة التي يمكن التعامل معها بحزم وفق قوانين وضوابط الفيسبوك[2].

الفيسبوك هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية ،أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أو يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات المواقع للتواصل مع

[1]-مروى صلاح عصام، الإعلام الالكتروني اسس وآفاق المستقبل،ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان ،2015، ص 250.
[2]-جبريل العريشي و سلمى الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية،ط1،الدار المنهجية للنشر والتوزيع ، ،عمان،ص37-39

أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل على مواقع تواصل أخرى ،إنشاء روابط تواصل مع الآخرين ،وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء والعائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية ،ومنبرا لعرض الأفكار السياسية وتكوين تجمعات سياسية إلكترونية عجزت عنها حتى الأحزاب الفعلية على الأرض ،وكذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمدها الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها ،وكذلك الصحف والتي اعتمدت على المجتمعات الالكترونية لنقل أخبارها والترويج لكتابها وغيرها من وسائل الإعلام ليتعدى موقع الفيسبوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض[1] .

هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير بين الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم[2] .

هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي الذي رغم أن عمرها لا يزيد عن عشر سنوات، إلا أن مواقعها أصبحت الأشهر والأكثر استخداما وتأثيرا على مستوى العالم[3] .

من خلال التعاريف السالفة الذكر يمكننا أن نقترح تعريفا آخر لموقع الفيسبوك وهو كالآتي يعتبر الفيسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر شهرة على الإطلاق لأنه يتيح للمستخدمين إنشاء ملف شخصي يتمكنون من خلاله من مشاركة الصور، والرسائل النصية ومقاطع الفيديو مع غيرهم كما أنه موقع يمتاز بسهولة الولوج إليه وإتاحته للنشر بكل بساطة.

الفرع الثاني : خصائص الموقع الاجتماعي الفيسبوك :

يعتبر فيسبوك من أهم أنواع الشبكات الاجتماعية و أكثرها انتشارا و هذا راجع إلى الكثير من المميزات و الخصائص التي يتمتع بها ، و من أهم هذه المميزات و الخصائص نذكر:

- **إنشاء الحساب الشخصي على الشبكة :** هذه الخطوة تعتبر الخطوة الرئيسية للدخول إلى الشبكة و هي بمثابة الإعلان عن النفس أو بطاقة التعريف الشخصية أو السيرة الذاتية ، لا تشمل هذه الخطوة مجرد تسجيل الدخول إلى الشبكة فحسب بل تشمل تعريف

[1] -خالد غسان،يوسف المقدادي،ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1 ،دار النفاس للنشر والتوزيع،عمان،2013،ص34-35

[2] -عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر،مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1 ، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان،2010، ص63

[3] -علي عبد الفتاح كنعان الإعلام والمجتمع، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع،عمان،2014، ص172

الصلاحيات ، الهوايات ، المفضلات، الأنشطة ، التعليم ، و غيرها من العناصر مع العلم أن الشبكة لا تشترط أن يتم إدخال كل هذه المعلومات للدخول للشبكة.[1]

- **خاصية wall أو لوحة الحائط :** و هي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على الحائط المخصص له .
- **خاصية status أو الحالة :** تمكن المستخدمين من إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم و ما يقومون به من أعمال في الوقت نفسه.
- **خاصية photos أو الصور :** من أشهر التطبيقات على الموقع حيث تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات و الصور من أجهزتهم إلى الموقع.
- **خاصية notes أو التعليقات :** و هي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العالمات و الصور التي يمكن تضمينها كما تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات و قد تم تقديم هذه الخاصية في 22 أوت 2006 م
- **خاصية news feed أو التغذية الإخبارية :** تم الإعلان عنها في 6 سبتمبر 2006 م و هي تظهر الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين ، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي كذلك الأحداث المرتقبة و أعياد الميلاد.
- **خاصية GIFTS أو الهدايا :** انطلقت هذه الخدمة في 8 فيفري 2007 حيث أتاحت للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم.
- **خاصيةBETA FACEBOOK :** و هي عبارة عن إعادة تصميم مبتكر لواجهات الاستخدام الخاصة بالمستخدمين على شبكات محددة و هي نسخة تجريبية من الفيسبوك قدمها 2 جويلية 2008.
- **خاصية التواصل عبر الصوت :** أطلق موقع التواصل الاجتماعي في فيسبوك خاصية جديدة تسمح بالتواصل عبر الصوت للمستخدمين الموجودين على الموقع حين الدخول على الحساب الشخصي بدلا من الاكتفاء بالدردشة و تبادل الرسائل النصية.
- **خاصية PLACE MARKET أو التسوق :** تتيح هذه الخدمة للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية و قد أطلق فيسبوك هذه الخدمة في 14 ماي 2007 م.[2]

---

[1] علاء أحمد الدحدوح، تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية فيسبوك في الجامعات الفلسطينية، دراسة استكمالا للحصول على درجة الماجستير كلية التربية ، قسم المناهج و طرق التدريس ، الجامعة الإسلامية غزة ، 2012، ص 37.

[2] شايبي نرجس، سيفاني سهيلة، مواس مريم، شبكات التواصل الاجتماعي و دورها في تشكيل الرأي العام الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر ،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، قسم علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات ، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2015-2016، ص-ص 36-37.

- **خاصية إضافة صديق :** يستطيع المستخدم إضافة أي صديق و أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك.
- **إنشاء مجوعةGROUPS :** تمكن المستخدم من إنشاء مجتمع إلكتروني يجتمع حول قضية معينة ، سياسية ، إقتصادية ، و سيصبح عمل هذا الاشتراك بهذه المجموعة حصريا ، العائلة ، الأصدقاء ، أو عاما يشترك بها من هو مهتم بموضوعها [1].
- **خاصية نكزة :** وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.[2]
- **خاصية إعجابLIKE :** خاصية معجب متاحة بنفس آليات التعليقات بين الأصدقاء و المجموعات و الصفحات المنضمين لها و ذلك يعتمد أيضا على الصلاحيات الممنوحة ، حيث يمكن للمستخدم أن يقوم بعمل LIKE لأي نص أو صورة أو فيديو لأصدقائه ، طورها فيسبوك في 2010 م.
- **الإشارة TAGS :** خاصية الإشارة متاحة في الصور و الفيديو و النوت بحيث يمكنك ان تلفت انتباه أصدقائك غير الإشارة لك في صورتك أو عبر المقطع المحمل في فيسبوك و بالتالي ارسم لهم تنبيهات ألي تحديث جديد لهم في الصورة.
- **الصفحاتPAGES :** الصفحات لها نفس حيز و استخدامات المجموعة فيما عدى أنها أكثر تفاعلا عبر ظهورها في الصفحة الرئيسية HOME لكل المستخدمين و غالبا ما يكون التطبيق لــ FANCLUB معجبون للجماهير و نجوم المجتمع بحيث تكون الصفحة و سيلة للتواصل مع الشخصيات المعينة .
- **الألعاب :** بالفاسبوك العديد من الألعاب المختلفة ، يستطيع المستخدم أن يستخدمها و يجتاز مراحلها مرحلة تلو الأخرى و المثير في هذه الألعاب و الأكثر أهمية هو أنه يمكن للمستخدم أن يدعو عددا من أصدقائه لممارسة لعبة معينة (جماعية).
- **المناسبات EVENT :** إقامة دعوة الأصدقاء أو أعضاء المجموعة لحدث مهم أو عمل جماعي أو اجتماع على أرض الواقع توضح فيه عنوان الحدث، تاريخ بدايته و نهايته و تحديد الأعضاء المدعوين له و بعض المناسبات تكون مفتوحة ألي عضو في الفاسبوك.[3]

---

[1] خالدي منيرة، أنساق التواصل اللغوي في الفيسبوك ، مذكرة مقدمة لاستكمال شهادة الماستر، كلية الآداب و اللغات ، قسم اللغة و الأدب العربي، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، 2017/2016، ص-ص 10-11.

[2] عبد الرازق حمزي، سفيان حليفة، علاقة استخدام الفيسبوك بالقيم الاجتماعية للشباب ، مذكرة مقدمة لاستكمال شهادة الماستر ، كلية العلوم الاجتماعية ،جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي ، 2017-2018، ص 22.

[3] صفاء بوقلول، مريم بوحملة، دور الفيسبوك في التحصيل الدراسي للطلبة الجامعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، قسم العلوم الإنسانية ،جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2015-2016، ص-ص 41-42.

- **خاصية الفيديو Video :** توفر للمشترك إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به و مشاركتها على هذا الموقع و بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة و إرساله كرسالة مرئية.
- **الإشارات Notification :** نستخدم الإشعارات للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال بآخر التحديثات التي قام بالتعليق عليها سابقا.[1]

المطلب الثاني: استخدات و تطبيقات الموقع الاجتماعي الفيسبوك

الفرع الاول : استخدامات الموقع الاجتماعي الفيسبوك

1-الإستخدامات الإيجابية الموقع الاجتماعي الفيسبوك:

- **سهولة التواصل و التشبيك بين الأفراد و المؤسسات:**

و يمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات و الملفات الخاصة و الصور و مقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف و الصداقة، و خلق جو مجتمعي يتميز بوحدة الأفكار و الرغبات غالبا، و إن اختلفت أعمارهم و أماكنهم و مستوياتهم العلمية.

- **الاستخدامات التعليمية:**

إن الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في تطوير التعليم الإلكتروني بالإضافة إلى الجانب الاجتماعي له، حيث يمكن المشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم بداية من مدير المدرسة و المعلم و أولياء الأمور و عدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر للطلاب.

فاستخدام الشبكات الاجتماعية يكسب الطالب مهارات أخرى كالتواصل و الاتصال و المناقشة و إبداء الرأي، و هي مساحة ضيقة جدا داخل أسوار المدارس، في ظل تكدس الطلاب في الفضول و كثرة المواد، مع وجود الأنظمة و المساحات الضيقة للمناقشات و التداولات.[2]

- **الاستخدامات الحكومية و التجارية:**

اتجهت كثير من الدوائر الحكومية و الشركات الكبرى للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، يهدف قياس و تطوير الخدمات الحكومية و التجارية و

[1] منال مباركي، أشكال الجريمة الإلكترونية المرتكبة عبر الفيسبوك، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2016-2017، ص 56.

[2] أولجا جوديس بيلي، بيلي كاميرتس، نيكوكاربنتيير: فهم الإلام البديل، ترجمة: علا أحمد إصلاح، القاهرة، مجموعة النيل العربية، 2009م، ص72

التسويقية لديها، و مسايرة للتقنية الحديثة، بل أصبح التواصل التقني مع الجمهور من نقاط تقييم الدوائر الحكومية و خدماتها المقدمة.

- **سرعة و يسر تداول المعلومات الإخبارية:**

أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدر أصيل من مصادر الأخبار لكثير من راودها، و هي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول و بصياغة فردية حرة غالبا، و قد تميزت المدونات الخاصة باستقطاب الباحثين عن الأخبار، و مواقع الأخبار المتخصصة، و قنوات إخبارية كبيرة، في أحداث مختلفة سابقة، و كان لأصحابها التأثير الكبير في نقل الأخبار الصحيحة للرأي العام.

2-الإستخدامات السلبية الموقع الاجتماعي الفيسبوك:

- نشر أفكار هادمة و تجمعات مخالفة للقيم و القانون.
- عرض المواد الإباحية و الفاضحة و الخادشة للحياء.
- التشهير و نشر الشائعات و المضايقات.
- التحايل و الابتزاز و التزوير.
- انتهاك الحقوق الخاصة و العامة.
- انتهاك الخصوصية و انتحال الشخصية.[1]

الفرع الثاني : تطبيقات الموقع الاجتماعي الفيسبوك

تم انشاء التطبيقات كاستبيانات او مسابقات من السهولة تنفيذها وهناك ألعابGames مختلفة تتبع الشركات الكبري المعروفة. حاليا هنالك عده كبير جدا من التطبيقات بعضها منشأ من قبل شركات كما أسلفنا والبعض الاخر منشأ من قبل مستخدمين عاديين .

عند استخدامك لمعظم التطبيقات يتم تنبيهك بان تنفيذ هذا التطبيق يتطلب الدخول علي بياناتك الشخصية و لايمكن اكمال اجراء التطبيق من دون هذه الخطوة ولا بعرف ما مستوي البيانات الشخصية التي يتطلبها المشاركة في التطبيق .

أنت كمشترك لديك ملف. يتضمن صورتك. وأي معلومات أخرى عنك. ولديك جدار صفحة تكتب فيها كما تشاء ولديك ألبومات صور وملفات أخرى، ولديك قائمة بالأصدقاء الذين تضيفهم أو يضيفونك وبالتالي يستطيعون مشاهدة ملفك وكل ما تعرضه في مساحتك. بل وقائمة أصدقائك بحسب ما تسمح اليهم بالخصوصيات المتاحة عبر صاحب الصفحة نفسها و يسهل

[1] مصطفى عباس صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، عمان، دار الشروق، 2008، ص10.

عملية توزيع الصلاحيات للمشاهدة و التعليق عبر تقسيم الأصدقاء الى مجموعات مثل: زملاء العمل ،العائلة، دفعة الجامعة و هكذا....[1]

(اكتب ما يدور في عقلك) وهي الصفحة الشخصية تسمح بكتابة نصوص او اضافة رابط لموقع اخر او اضافة فيديو او اضافة نوت بالإضافة الى انشاء المجموعات Groups والصفحاتPage.[2]

المبحث الثالث : تأثيرات الموقع الاجتماعي الفيسبوك

المطلب الأول : التأثيرات الإيجابية للموقع الاجتماعي الفيسبوك

الفيسبوك شبكة اجتماعية تحظى بقبول عدد هايل من المستخدمين لما توفره جوانب مفيدة و إيجابية من أهمها: [3]

1. **إتاحة الفرصة للصداقة و التواصل بين الأعضاء المشتركين في الموقع عن طريق**
   - إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء من العضو إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم بعد أخذ موافقتهم.
   - إرشاد صديقين إلى بعضهما عبر الموقع.
   - إقتراح أصدقاء جدد و توسيع شبكة الصداقة و التواصل
2. **خدمة الشركات و أصحاب العمال :** في الإعلان عن الوظائف و اختيار الموظفين و إسداء خدمات كبيرة في التسويق و الترويج للمنتجات.[4] كما تقلل من تكاليف الاجتماعات و التعميمات و غيرها من الأمور التقليدية في الإدارة و التي بدأت تنحصر شيئا فشيئا مع نمو التواصل التقني الجديد.[5]
3. **صقل المعرفة و زيادة الثقافة :** [6]
4. من خلال التواصل مع ثقافات جديدة و أخرى غير معروفة و كذلك فإن النقاش الذي يدور في وسائل الاتصال يصقل المعرفة[7] كما أنه

---

[1] رضا عبد الواجد أمين: حدود التفاعل الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية على شبكة الأنترنيت، أستاذ الإعلام بجامعة المملكة بالبحرين و جامعة الأزهر بمصر، مؤتمر تقنيات الاتصال و التغيير الاجتماعي، جامعة الملك سعود.

[2] عباس مصطفى صادق: "الإعلام الجديد:المفاهيم والوسائل و التطبيقات" ، عمان، دار الشروق، 2008م، ص17.

[3] علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، ط1 ،دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان ، الأردن ،2014 ،ص67.

[4] المرجع نفسه، ص 68.

[5] خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1 ،دار النفائس للنشر و التوزيع، الأردن، 5513 ، ص 155.

[6] صالح العلي ، مهارات التواصل الاجتماعي ، ط 1 ،دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 141.

[7] جمال سند السويدي ، وسائل التواصل الإجتماعي و دورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك، د ط، د ن، د س، ص25.

5. وسيلة مهمة للتنامي و الالتحام بين المجتمعات و تقريب المفاهيم و الرؤى مع الأخر
6. و الاطلاع على ثقافات الشعوب المختلفة.

- **كسر احتكار المعلومة :** حيث أصبح يمثل عامل ضغط على الحكومات و المسؤولين. [1]
- **التسلية و الترفيه :** لأن ثراء الموقع و ما يبثه من أفلام و فيديوهات و موسيقى يوفر الفرصة للتسلية و الترفيه.[2]
- **ممارسة الوجود :**حيث تحول الفيسبوك لوسيلة لممارسة الوجود لدى الأشخاص الذين لم تتح لهم الفرصة للظهور عبر منابر الإعلامية للتعبير عن آرائهم و طرح انشغالاتهم أو أولئك الذين لم يتمكنوا من التواصل مع العاملين في هذه المنابر.[3]
- **المساهمة في عملية النشر الإلكتروني:** فأي مستخدم للنت يجد نفسه بانضمامه للموقع قد زاد معدل كتابته و بالتالي قراءته.
- **تطور سرعة الكتابة بالنسبة للشباب :** فقد ساهم في تطور مهارات و سرعة الشباب في الكتابة على الكيبورد أو لوحة المفاتيح و الموبايل.
- **المشاركة الإيجابية للشباب :** كدعم الحملات و النشاطات الخيرية عبر انضمامهم إلى مجموعة معينة ، حيث قد تمثل أنت و أصدقاؤك نسبة مقدرة في قياس قبول الرأي العام لتلك الفكرة مثال مجموعة " ناس الخير."

7. الفيسبوك فرصة للاتصال بالدعاة و طلبة العلم و الأدباء و الإعلاميين و المؤثرين في المجتمع مباشرة دون وسائط.[4]
8. يمكن للمستخدمين الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم و ذلك من اجل الاتصال بالأخرين و التفاعل معهم.[5]

---

[1] المرجع نفسه، ص 140.

[2] جمال سند السويدي، مرجع سابق، ص25.

[3] محمد حمادي، ((رواد الفيسبوك في الجزائر بين ممارسة الوجود الافتراضي و تشكيل المشهد الإعلامي))، مجلة الحوار الثقافي ، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم ،الجزائر ،المجلد7 ، العدد2، 2018، ص 179.

[4] فوناس فتيحة ، طبوري عبد القادر، الاتصال الشبكي في أوساط الطلبة الجامعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاجتماعية ، قسم الإعلام و الاتصال ، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ، 2013 -2014، ص 59.

[5] عمر بن عبد الله بن محمد المقبل، الاستشارات الحديثة على مواقع التواصل الاجتماعي: تويتر ، الفيسبوك ، تليجرام ، بحث مقدم إلى مؤتمر المصادر الإلكترونية للعلوم الشرعية ، كلية الشريعة و الدراسات الإسلامية ، جامعة اليرموك ، 2017، ص 64.

المطلب الثاني : الـتأثيرات السلبية للموقع الاجتماعي الفيسبوك

الفيسبوك حاله حال كثير من الاختراعات و التقنيات التي أثرت في حياة البشر فإلى الجانب المضيء للمجموعات و النشاطات التي ساعد الشباب في تنفيذ أعمال مفيدة و تحقيق الكثير من الأهداف ، هناك الكثير من الأثار السلبية على مستخدميه منها :

- **إضاعة الوقت :** بمجرد دخول المستخدم إلى الموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة لأخرى و من ملف لأخر و لا يدرك الساعات التي أضاعها في التغليق على صور أصدقائه دون أن يزيد أي فايدة له أو لغيره ، فالفيسبوك يهدر الكثير من الوقت للشباب دون فايدة تجنى ، فهناك أعداد كبيرة من طالب الجامعات يقضون أكثر من 10 ساعات في تصفح الفيسبوك فقط.
- **انتحال الشخصية :** مازالت عمليات انتحال شخصيات المشاهير تضرب أطنابها بقوة في الشبكة العنكبوتية متخذة منها مكانا خاصا للتشويه و الابتزاز و ترويج الشائعات و كسب المال و تحريف الحقائق عن مسارها.[1]
- **الفيسبوك معرض للإكتئاب :** قبل أن تؤدي هذه الحالات إلى ردود أفعال سلبية نقول أن دراسة أجريت عام 2013 م في جامعة مشيغان خرجت باستنتاج مفاده أن الفيسبوك يجعل الناس مكتئبين حيث وجدت الدراسة أنه كلما زاد استخدام الفيسبوك كلما قلت سعادة المستخدم و هذا ما اكتشفته أبحاث مشابهة في وقت سابق.[2]

إكساب عادات و تقاليد بعيدة كل البعد عن عاداتنا و تقاليدنا.[3]

- **الإدمان و إضعاف مهارات التواصل:** من أهم الأثار التي قد تشكل خطر على مستخدمي الشبكة الاجتماعية ، خصوصا الشباب و المراهقين ، لأن قضاء و قت طويل أمام شبكة الكمبيوتر و هدره في تصفح الموقع يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري و عن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع[4] كما انه مع سهولة التواصل عبر هذا الموقع فإن ذلك سوف يقلل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي الأفراد و الجماعات المستخدمة للموقع و كما هو معروف فإن مهارات

[1] وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، د ط ، مدونة شمس النهضة ، 2010 ، ص- ص 23-24.
[2] حسان أحمد قمحية ، الفيسبوك تحت المجهر ، ط 1 ، النخبة للنشر و التوزيع ، الجيزة ، مصر ، 2017 ، ص76.
[3] شيخ فاطمة، بلعربي سمية، اللغة العربية لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ، الجزائر، 2015-2016، ص 15.
[4] فوناس فتيحة، طبوري عبد القادر ، مرجع سابق ، ص 60.

التواصل الاجتماعي تختلف من مهارات التواصل الإلكتروني ففي الحياة الطبيعية ال نستطيع أن تخلق محادثة شخص ما فورا و أن تلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر.[1]

- **الإعلانات الدعائية المزعجة:** ظهرت منذ 2010 البوستات الدعائية التي تدعو لكسب المال و أخرى تدعوك لزيارة مكان معين و أصبحت تتكرر بطريقة مزعجة في المجموعات التي بها ما يزيد عن ألف عضو.[2]
- **استغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية:** يمكن لجهات كثيرة أن تستغل موقع فيسبوك لخدمة أغراضها و تنفيذ أهدافها و ذلك بالاستفادة عما ينشر على الموقع من معلومات و صور و مشاركات قد تجعل من أصحابها عملاء لجهات معادية دون قصد و دون أن يعرفا ذلك.[3]

كما جاء برنامج كليك على قناة بي بي سي ليؤكد أنه يمكن سرقة البيانات الشخصية الخاصة بمشتركي فيسبوك من خلال إرسال تطبيقات خبيثة.[4]

- نشر ثقافة الإباحية.
- نشر ثقافة العنف.
- نشر ثقافة القوة.[5]

[1] إبتسام دراجي، (آليات و أشكال التفاعل الاجتماعي عبر الشبكات الإلكترونية و الاجتماعية) ، مجلة العلوم الإنسانية ،جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر ، المجلد 1 ، العدد 47، 2017 م ، ص 268.

[2] -فوناس فتيحة ، طبوري عبد القادر ، مرجع سابق ، ص 60.

[3] علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 72.

[4] -ليلى احمد جرار، الفيسبوك و الشباب العربي، ط 1 ، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، الكويت، 2012، ص 64.

[5] أحمد قاسمي، سليم جدادي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، ط 1، المركز العربي للدراسات الاستراتيجية و السياسية و الاقتصادية، برلين، ألمانيا، 2019، ص 49.

الفصل الثاني: الإعلام و دوره في المجتمع المحلي

المبحث الأول: مدخل عام حول المجتمع المحلي

المطلب الأول: تعريف المجتمع المحلي ومبادئه

الفرع الأول : مفهوم المجتمع المحلي

يعد مصطلح المجتمع المحلي من أكثر المصطلحات المحورية والغامضة والمتشبعة في علم الاجتماع، كونه واسع المفهوم ومتعدد المعاني، وكل يحدده بمفهوم ومنظور معين ، فالتراث السوسيولوجي يمتلئ بالعديد من المحاولات التي تناولت مفهوم المجتمع المحلي وهي إن اختلفت في الصياغة والتفاصيل في ظاهرها أو شرحها لهذا المفهوم فقد جاءت هذه المحاولات بمعنى واحد لهذا المصطلح.

فالمجتمع المحلي عرف في علم الاجتماع: "على أنه مجاعة من الناس تعيش في بقعة جغرافية معينة وتزاول نشاطات اقتصادية، سياسية ذات مصلحة مشتركة وهلا تنظيم اجتماعي وإداري يحدد طبيعة حكمها، كما أن هلا قيما ومصالح وشعورا وأهدافا متبادلة ومن أمثلة المجتمع المحلي: المدينة، القرية...إلخ.[1]

ويعرف المجتمع المحلي "بأنه جماعة من المواطنين يعيشون في بقعة أرض ذات حدود جغرافية وإدارية محدودة حي ث يكونون جماعة مترابطة تمام الارتباط بفضل إشراك أفرادها في مجموعة من التصورات والقيم المشتركة ولكل منهم مركز اجتماعي خاص ودور محدد يؤديه ويتبعون في ذلك نظما اجتماعية مشتركة لأداء وظائفهم ومهامهم.

الفرع الثاني : مبادئ المجتمع المحلي

حدد " نلسون Nelsan " وبعض زملائه في دراسة عن بناء المجتمع و تغيره مجموعة المبادئ التالية :[2]

1. أن المجتمع المحلي هو الوحدة الاجتماعية التي يمكن أن يشارك المواطنون من خلالها فيما يحدث بداخله من برامج إنمائية مشاركة فعالة.
2. يحدث التقدم الاجتماعي عند حدوث نمو كافة أجزاء البناء الاجتماعي نموا متوازنا.
3. أن يتخلل العمل الديمقراطي جميع مراحل و خطوات المجتمع المحلي.

---

[1] -بوهدة شهرزاد ،دور الإذاعة المحلية في تنمية المجتمع المحلي الجزائري، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام،المجلد 03- العدد02
ديسمبر2020 ص 368

[2] محمد عبد الفتاح محمد عبد الله، تنمية المجتمعات المحلية من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006، ص43

4. ضرورة وجود قنوات اتصالية فعالة و مستمرة بين المواطنين و قيادتهم.
5. تمثل العملية التربوية الأهمية الأولى في برامج تنمية المجتمع المحلي.
6. مراعاة ضرورة أن يكون البناء التنظيمي بناء وظيفيا و ليس بيروقراطيا بمعنى إمكانية تغييره و تعديله مع الظروف العابرة.

المطلب الثاني: عناصر ثقافة المجتمع المحلي

يمكن الإشارة إلى ثقافة المجتمع المحلي من حيث ا لمشتركة التي يتسم بها في السلوك والعادات والتقاليد، كما يمكن الإشارة إلى العناصر الثقافية التي تحكم المجتمع المحلي من حيث العمومية والتخصيص.

أ- العموميات

وهي الصفة الجوهرية والعامة الشائعة والخاصة بمجتمع معين؛ أي تلك التي يشترك فيها غالبية أفراد المجتمع وتشيع في المجتمع دون غيره من المجتمعات الأخرى؛ أي عناصر الثقافة في وحدة المشاعر والعادات والتقاليد والقوانين والممارسات، والأنساق الحكومية الدينية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية[1]

ب-الخصوصيات

تحكم سلوك فريق معين من الكبار ومحدد بطبقات أو فئات أو مجموعات أو قطاع من القطاعات وتؤدي إلى ظهور التمايز والتفاوت داخل نطاق المجتمع وتنقسم إلى قسمين:

ب-1- الخصوصيات المهنية: يوجد في المجتمع فئات تعمل في المصانع وفي الفالحة والتدريس، فكل فئة تتميز عن الأخرى بأنماط معينة من السلوك والأفعال

ب-2- الخصوصيات الطبقية: ويعني ذلك أن لكل طبقة من طبقات المجتمع ثقافة طبقية تختلف من طبقة إلى أخرى، فلكل طبقة ما يميزها عن باقي الطبقات وقد ذهب ماوتسي يتونغ في كتابه الأحمر إن كل ثقافة وكل أدب وكل ينتمي إلى طبقة معينة [2]

ج- البدائل :

[1] -الجوهري عبد الهادي ،دراسات في التنمية الاجتماعية (مدخل اسلامي) المكتب الجامعي الحديث، مصر ،1999، ص 169

[2] -رشوان حسين عبد الحميد ، دراسة علم الاجتماع الثقافي ،الإسكندرية ،مؤسسة الشباب الجامعية 2006،ص 179.

وهي العناصر الثقافية التي يمكن للفرد أن يختار منها وهي تتضمن جميع طرق التفكير ووسائل العمل التي تجرب لأول مرة، والخبرات والتصرفات والأفكار مثل القيم التي يتجه إليها مجتمع من المجتمعات في تطويره، وذلك كالإتجاه نحو احترام العمل وتقديسه.

المطلب الثالث :أهداف مشاركة المجتمع المحلي في التنمية المحلية

إن مشاركة الأفراد المحليين في التنمية المحلية ترتبط أساسا بإشباع حاجاتهم الأساسية وتلبية مطالبهم المتجددة ، فالمشاركة تعتبر حق وواجب في نفس الوقت، فهي حق تقتضيه الديمقراطية ومبادئ حقوق الإنسان.[1]و أيضا اتجاه مجتمعهم المشاركة والمساهمة في التنمية ومساعدته على حل مشاكله في حدود امكانياتهم وقدراتهم ،ومن ثم فإن إشراك الأفراد المحليون في عمليات التنمية المحلية يسعى لتحقيق جملة من الأهداف التالية[2]:

- إتاحة الفرصة الأفراد لممارسة الديمقراطية بسيادتهم داخل وطنهم
- تكريس سياسة اللامركزية التي ترى معظم الحكومات في العالم على أنها الحل المناسب لمشاكلهم الإدارية
- الاستفادة من الخبرات المحلية وتوظيفها في خدمة التنمية المحلية وزيادة فاعليتها.
- تهدف إلى تقليل التكلفة وتخفيف الأعباء على الحكومة من خلال تشجيع المساعدات والمبادرات المحلية ، بالإضافة إلى استغلال الموارد المحلية للمجتمع.
- جعل أفراد المجتمع وجماعته يسعون جاهدين إلى نجاح المشروعات التنموية وتدعيم اعتقادهم بأن عائد هذه المشروعات سيعود بالفائدة العامة عليهم بالدرجة الأولى مما يجعلهم أكثر تفهما وصبرا في التعامل مع القائمين على هذه المشروعات التنموية
- تعمل على تدريب الأفراد على تحمل المسؤولية وتدعم شعورهم بالواجب مما يلزمهم ويشجعهم

على أداء واجبهم تجاه مجتمعهم المحلي على أكمل وجه.

- وعلى المستوى السياسي ي إشراك المواطنين المحليين من خلال تمكينهم من اختيار ممثليهم المجالس المحلية في إدارة شؤون وحداتهم المحلية، مما ينمي لديهم

[1]- الجوهري عبد الهادي، مرجع سابق، ص198 .

[2]-خاطر أحمد مصطفى ، تنمية المجتمع المحلي ، الاتجاهات المعاصرة ،ط:2،الإسكندرية ،المكتبة الجامعية ،2000،ص ص 21 دار المعرفة .

الشعور بتحميل المسؤولية .[1]مما يجسد مفهوم المشاركة السياسية إذ تعتبر عنصر هام في نظام الإدارة المحلية لأنه يساهم في تفعيل دور المواطنين عموما في التنمية المحلية ووضع السياسات والبرامج المتعلقة بها.

المبحث الثاني: الاعلام المحلي عبر الموقع الاجتماعي الفيسبوك وقضايا المجتمع

المطلب الأول: الإعلام المحلي ومبدأ ديمقراطية الاتصال:

إن الحاجة إلى الاتصال هي من الحاجات الإنسانية التي نشأت مع بداية المجتمعات البشرية ومن هنا نشأ الحديث عن الحق في الاتصال الذي يستند في ما يستند إليه إلى المادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والذي ينص على أن لكل فرد الحق في حرية الرأي والتعبير وكذا إستقاء الأنباء والأفكار وتلقيها وإذاعتها عن طريق أي وسيلة من وسائل الاتصال دون تقديم بالحدود الجغرافية كما نشأ الحديث عن من أصبح يسمى ديمقراطية الاتصال وهو المبدأ يدعو إلى ضرورة توفير الوسائل المناسبة لكل مجتمع إنساني للانتفاع بوسائل الإعلام والمشاركة في نشاطها[2] فلا يوجد اختلاف على أن الاتصال ذا اتجاهين أفضل من الاتصال ذو الاتجاه الواحد، وأن مشاركة الجمهور أفضل من بقاءه مجرد متلق سلبي خاصة وأن ذلك يتفق مع المفهوم الإنساني للاتصال الذي يجعل من عملية الاتصال تفاعلا بين أطراف متكافئة أكثر من كونه نقلا من طرف إلى آخر.[3]

كما أن المشاركة تعد مطلبا أساسيا لحدوث عمليات التغير داخل المجتمع فقد أثبتت بحوث الاتصال التي أشرنا إليها من قبل أن القضية الأساسية في الاتصال التنموي لا تتمثل في إعلام وإقناع الجماهير بأهداف خطة التنمية، وإنما تتضمن بالإضافة إلى ذلك إتاحة الفرصة لهذه الجماهير لكي تعبر عن رأيها وتتفاعل مع القيادة من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية. كما تتضمن أيضا أن يكون ذلك التفاعل على مستوى الريف والحضر معا. فيكون من الضروري بالتالي أن تكون هناك برامج اتصالية خاصة بالقطاعات المختلفة من الجماهير لتلبية الاحتياجات المتنوعة لكل قطاع أو لكل منطقة متميزة من مناطق الدولة، ولا يكون ذلك على حساب الوحدة أو تنمية مشاعر الانتماء لدى الجماهير، وإنما يتم في إطار زيادة التفاعل والمشاركة إزاء القضايا الأساسية للتنمية سواء كانت هذه القضايا تخص قطاعا معينا من جماهير الدولة أو تهم كافة الجماهير، ومعنى ذلك انه من الضروري أن تتوافر إلى جوار وسائل الاتصال الجماهيرية

[1] -الخلايلية محمد علي ،الادارة المحلية وتطبيقاتها في كل من الأردن ،بريطانيا،فرنسا ،مصر ،دراسة تحليلية ،ط:02الأردن دار الثقافة للنشر والتوزيع 2013 ص61

[2] - ابراهيم عبد الله المسلمي،مرجع سبق ذكره،ص17.

[3] - د ،طارق سيد أحمد ،مرجع سبق ذكره ،ص101

المركزية وسائل اتصال أخرى محلية وإقليمية، الأولى تخاطب الاهتمامات العامة وتعمل على بث روح الانتماء الوطني، والثانية توجه الجماهير في كل إقليم من خلال القضايا التنموية الخاصة بهذا الإقليم وربطها بالقضايا العامة، وكلاهما يشجع الجماهير على التغيير وتعلم مهارات جديدة والمساهمة بالرأي البناء في الشئون العامة والقضايا الوطنية.[1]

وعلى هذا إن الأساس الذي ينبغي أن تقوم عليه السياسة الإعلامية هو مبدأ ديمقراطية الاتصال الذي يتكون من ثلاثة ركائز هي: الحق في الاتصال، الانتفاع، والمشاركة.[2]

أولا) الحق في الاتصال: وقد برز مفهوم حق الاتصال للمرة الأولى عام 1969، حيث كان جان دارسي ean D'ARCYJ أول من رسم بعض خطوطه الكبرى عندما دعا إلى حق أوسع نطاقا من الحق في الإعلام، وهو الحق في الاتصال، وينطوي هذا الحق ضمن أمور أخرى على حق الإنسان في أن يسمع ويسمع وأن يعلَم ويعلم. كما يستند الحق في الاتصال إلى الحق الطبيعي للفرد في أن يتجمع مع الآخرين وأن يعبر عن نفسه وأن يعرف بصرف النظر عن المصدر الذي تأتي منه هذه المعرفة وينسحب هذا الحق من ناحية أخرى على المجتمعات والأمم. ويمكن القول أن العناصر التي أوردها **هنري هندلي** تشكل عناصر الحق العام في الاتصال وهي: حق الكلام، حق الإنسان في أن يستمع إليه، الحق في الحصول على الرد، حق الرد، حق الاستماع. يضاف إليها ما أورده **كوكا**: حق الإنسان في أن يرى، وحق الإنسان في أن ينظر إليه، الحق في التعبير عن النفس كتابة أو طباعة، الحق في التعبير عن النفس بشكل من أشكال الغنى، والحق في الاختيار أو الحق في عدم تلقي الإعلام. ويدخل البعض ضمن عناصر الحق في الاتصال حق الرد على المعلومات والأفكار التي أسندت إلى فرد أو مجتمع بعينه.

وقد يتعدى ذلك إلى حد القول أن أي فرد في المجتمع له الحق المطلق في تملك وإصدار ما يشاء من صحف وقنوات فضائية ومحطات إذاعية دون ما حاجة إلى تصريح بذلك من السلطة الحاكمة، وليس للدولة التي تنهج النهج الليبرالي أو تتحكم في حرية التعبير لأن هذه الحرية هي فطرة الله التي فطر الناس عليها، وهي حق طبيعي للجميع تقوم عليها كرامة الأفراد وسيادة الأمم، وبقدر ما تصون الحكومات هذا الحق بقدر ما يكون لها من منزلة في نفوس الجماهير. وبذلك تكون دائرة الحق في الاتصال زائدة في الاتساع لتشكل مجموعة ثوابت جوهرية قادرة على خلق مجتمع محلي فاعل، من خلال إنسان جديد في عالم جديد.

[1] -د.علي عجوة ،الإعلام وقضايا التنمية ،عالم الكتاب ،2004،مصر،ط1،ص37/36

[2] -عدلي سيد محمد رضا وعاطف عدلي العبد،التخطيط الإعلامي،د ذ م،ص169

ثانيا) الحق في الانتفاع: بمعنى أن تكون وسائل الاتصال والمعلومات متاحة لكل فرد من أفراد المجتمع، فلا تكون احتكارا للصفوة دون غيرها حتى لو كانت الصفوة أقدر على الإفادة منها، ولا تكون وقفا على سكان المدن دون سكان الريف أو البادية أو المناطق المعزولة، ولا يختص بها المتعلمون دون غيرهم من الأميين أو أشباههم، ولا تقتصر في التعبير عن فئة اجتماعية متميزة وتهمل الفئات الأخرى سواء كان مصدر هذا التمييز هو الجنس أو العنصر أو اللغة أو الدين أو الانتماء السياسي[1]، فمما يلاحظ على الممارسات الإعلامية في الوطن العربي تركيزها على الجوانب السياسية والدعائية والتحرك في دائرة الحكام والرؤساء وتسليط الأضواء على أنشطتها وخطبهم السياسية زائر وتنقلاتهم[2]. ففي ظل غياب ديمقراطية الاتصال تبقى وسائل الإعلام حكرا على النخبة الحاكمة وغير معبرة على كافة القوى السياسية والاجتماعية الأمر الذي يؤدي إلى تزايد فجوة ثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام وضعف فعالية وسائل الإعلام[3]. وتسوق النظم السلطوية تبريرات شتى للإقناع بأهمية الضبط والسيطرة على النظام الإعلامي سواء لأغراض الحماية من التسلسل الخارجي إلى المؤسسات الإعلامية ومحاولة توجيهها في الاتجاهات التي تتعارض مع الأهداف الوطنية، أو لتأكيد الوحدة الوطنية والإجماع الوطني حول هذه الأهداف، أو غيرها من الأهداف التي نلاحظ في ظاهرها الحفاظ على قيم الحرية والممارسة الديمقراطية للوطن والمواطن، وفي باطنها صور القيود والضوابط المختلفة التي تؤكد مفهوم الهيمنة على وسائل الإعلام لصالح القوى السياسية أو الصفوة الحاكمة.[4]

وقد جعل هذا الحق الذي جاء به مبدأ ديمقراطية الاتصال الذي حققته نظم الإعلام المحلي كثيرا من الجماعات المحلية التي كانت في الماضي منسية تسمع آراءها وتطرح حاجياتها وتعبر عن مطامحها وتشارك في وضع الخطط التنموية في تنظيم النشاط اللازم لتنفيذها إلا أن هذا كله لا يعني أن دور وسائل الإعلام الكبرى سوف يتضاءل بل إن وسائل الإعلام العامة عليها هنا أن تقوم بدور استراتيجي عام وذلك بتزويد السكان المحليين مثلا بالأحداث الهامة على المستوى الوطني وعلى المستوى الدولي.[5] ويؤدي الأخذ بهذا الحق إلى ضرورة مد شبكات المواصلات والاتصالات السلكية واللاسلكية إلى كل التجمعات السكانية بأي طريق من الطرق التقنية الممكنة، وزيادة كفاءة شبكات توزيع الصحف والمطبوعات المختلفة ومحطات الإذاعة والتلفزيون، وذلك كله بطبيعة الحال وفق أولويات تحددها الظروف العامة والإمكانات المادية والبشرية المتاحة أو التي يمكن إتاحتها خلال فترات زمنية محددة. ويعني الانتفاع بالاتصال

---

[1]-عدلي سيد محمد رضا وعاطف عدلي العبد،المرجع السابق الذكر،ص169

[2]-عواطف عبد الرحمن، إشكالية الإعلام التنموي في الوطن العربي ،دار العربي،1977القاهرة ،مصر،ص38

[3]-محمد سعد ابراهيم ،الإعلام التنموي والتعددية الحزبية –الجزءالأول ،دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع 2004،مصر،ص 113

[4]-محمد عبد الحميد ،نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب العلمية للنشر والتوزيع ،2004،مصر،113

[5]-عبد الله بوجلال ،سبق ذكره ،ص 277

كذلك توفير وسائل فرص التعبير الخاصة لكل المجتمعات المحلية أو المتميزة التي تربط بينها عوامل تحدد ذاتيتها سواء كانت جغرافية أو عرقية أو لغوية أو مصلحية أو مهنية [1].

ثالثا) الحق في المشاركة: حيث تعد المشاركة عامة مفهوما اجتماعيا وديمقراطيا ففكرة مساهمة المواطنين العاديين في تحقيق الصالح العام تتناغم مع مفهوم الديمقراطية، مما يتيح للفرد أن يلعب دورا بارزا في الحياة السياسية والاجتماعية لمجتمعه أما من ناحية اتصالية فهي تحقق ديمقراطية الاتصال ونعني بها أن يصبح الفرد شريكا إيجابيا في عملية الاتصال وليس مجرد هدف له وأن يتنوع مضمون الاتصال بما يتيح فرص الاختيار ويجعل الفرد قادرا على تكوين آراءه واتخاذ قراراته، أما على مستوى التخطيط فتشتمل المشاركة على حق الجمهور في الإسهام في صياغة سياسات مؤسسات الاتصال، وتشمل تحديد الأهداف وعناصر الإدارة والبرامج المستقبلية، وأيضا حق الجمهور في تشكيل خطط الاتصال المحلية والإقليمية والقومية كما تتضمن المشاركة مستوى عال من إشتراك الجمهور في مؤسسات الاتصال وفي عمليات الإنتاج والإدارة والتخطيط، وربما تتضمن المشاركة أكثر من تمثيل واستشارة الجمهور في صنع القرار، إلى جانب تصحيح اتجاه الاتصال الرأسي للجمع بينه وبين الاتصال الأفقي ، وتشجيع الجمهور على إبداء وجهات نظر نقدية فيما يقدم لهم من خلال هذه الوسائل وإتاحة حق المشاركة في الاتصال ووسائله لكل الناس دون قيود ثقافية أو اجتماعية أو اقتصادية.[2]

خاصة وأن المشاركة الوطنية الحقيقة في التنمية لن تتم ما لم يتدفق الإعلام من أسفل إلى أعلى ومن أعلى إلى أسفل بين القادة الوطنيين وأهل الريف، إن تدفق الإعلام في الدولة النامية نجده ينصب ويجف وهو في طريقه من عواصم الدولة نحو القرى أو العكس وهذا نقص مزعج في الإعلام الذي لابد منه لتكوين دولة عصرية تؤمن بأن المواطنين متساوون في الحقوق والواجبات العامة.[3]

---

[1]-عدلي سيد محمد رضا وعاطف عدلي العبد ،مرجع سبق ذكره ،ص170

[2]-منى الحديدي و،سلوى إمام علي ، الإعلام والمجتمع ،الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة ، 2006،ط2،ص 159

[3]-د،نور الدين التواتي ،الصحافة المكتوبة ،والسمعية والبصرية في الجزائر،دار الخلدونية ،الجزائر-2008،ط1،ص146/145

المطلب الثاني :نشأة الإعلام المحلي في الجزائر

يمثل الإعلام المحلى بكافة وسائله البسيطة والمركبة ،المباشرة وغير المباشرة ،أداة أساسية في الوصول إلى المجتمعات المحلية ذات الأوضاع الخاصة ،التي تختلف فيها عن غيرها من المجتمعات داخل الدولة الواحدة ونظرا للقرب بن أطراف العملية الاتصالية، تبرز أهمية هذا المستوى من الاتصال في خدمة قضايا التنمية والتطوير ،فيلاحظ أن معالجة القضايا الإنمائية تحديدا كانت هي الدافع الأول وراء نشر شبكات الإذاعات المحلية المتعددة [1]،إن الغاية من إنشاء الإذاعة المحلية في الدول النامية والتي تصنف الجزائر من ضمنها ،ليست نفسها في الدول الأكثر تقدما والتي وصلت اليوم ما يطلق عليه الإذاعات المتخصصة مثل: الإذاعات التعليمية ،إذاعة الخبر،الإذاعات الخاصة بالزنوج ....الخ ومع تعقد الاتصال والغزو الثقافي الكبير وتعمق الصراع الحضاري وازدياد السكان في شكل غير محسوب كان من الضروري إنشاء الإذاعات المحلية لحماية الثقافة المحلية وإبرازها وسط الزخم الثقافي الكبير الذي يصلنا من جميع الجهات ،وكانت الإذاعة تحديدا الأجدر بحمل هذه المهمة من بين قريناتها من وسائل الإعلام الحديث وأبلغها أثر بل هي نقطة بداية لمرحلة هامة من تاريخ الإعلام هي مرحلة الإعلام الجماهيري فهي أسرع وأيسر وسيلة لربط الإنسان في أي مكان على وجه الأرض ببقاع الدنيا الأخرى دون ما عائق أو حاجز ،فتصل إليه في بيته وفي عمله ،في الأرض والسماء ،في البحر والصحراء ،اضافة إلى مميزات أخرى سنتطرق لها بالتفصيل لذا يجدر بنا في طور الحديث عن الإذاعة المحلية الجزائرية أن نتناول تطورها وأنواعها وأهدافها والدور الذي تلعبه في الدول النامية عامة قبل أن نعرفها وهي جزائرية.

المبحث الثالث: الإعلام المحلي كآلية لدعم برامج الجماعات ا لمحلية

المطلب الأول: الإطار القانوني للاتصال داخل الجماعات المحلية

الفرع الأول: ماهية الاتصال المحلي عبر الفيسبوك :

يختلف تعريف الاتصال المحلي كغيره من المصلحات من مفكر لآخر، حيث ترى دومينيك ميغار أن الاتصال المحلي أو اتصال الجماعات المحلية يرتبط بشكل وثيق مع الإقليم والمؤسسات، حيث أن هذه الأخيرة مكلفة بإعلام السكان بالخدمات العمومية، وتوجيه المواطنين والفاعلين في الحياة المحلية ، عن طريق توظيف مختلف وسائل الإعلام المحلية كالراديو والتلفزيون والصحافة وكل ما من شأنه تعزيز الخدمة العمومية المحلية.[2]

[1] -د.شاكر ابراهيم ،الاعلام ودوره في التنمية،المنشأة الشعبية للنشر والتوزيع والطباعة،ص93

[2] - dominique mégard et Bernard deljarri,la communication des collectivités locales, paris: l'extenso editions,2 ed

يؤكد هذا التعريف على أن الاتصال المحلي وجد في الأساس لخدمة السكان، حيث يجب تزويدهم بكل المعلومات عن طريق مختلف وسائل الإعلام والاتصال، لكنه يركز على الاتصال في اتجاه واحد، أي الحصول على المعلومة من قبل السكان المحليين دون مشاركتهم في العملية الاتصالية.

وهناك من يعرف الاتصال المحلي بأنه اتصال يتم على مستوى الإقليم، وهو يشمل السكان وعلاقتهم بالإدارة المحلية، حيث أن هذه العلاقة تقوم من خلال آليات تعتمدها هذه الأخيرة من أجل تعزيز الخدمة العمومية من جهة، واشراك المواطن في الحياة المحلية من جهة أخرى بهدف تحقيق التنمية المحلية والوصول الى ديمقراطية تشاركية.[1]

يتضح من خلال هذا التعريف أن الغاية من الاتصال المحلي هي تعزيز الخدمة العمومية واشتراك المواطن في المجتمع المحلي لتحقيق أهداف التنمية المحلية.

هناك من يعتبر الاتصال المحلي أداة ووسيلة لدعم وتعزيز الحكم الراشد على المستوى المحلي.[2]

يؤكد هذا التعريف هو الآخر على الاتصال المحلي يعزز مشاركة السكان المحليين في تسيير وإدارة شؤونهم إلى جانب السلطات المحلية وهو ما يؤدي إلى تعزيز الديمقراطية التي تنعكس هذه الابيا على عملية التنمية .

التعريف الاجرائي: يتضح من التعريفات السابقة أن الاتصال المحلي هو اتصال يتم على مستوى الجماعات المحلية، هدفه تعزيز مشاركة المواطنين ومختلف الفاعلين في المجتمع المحلي الى جانب السلطة المحلية باعتبارها المسؤولة عن اقليم معين، من أجل دعم وتحقيق اهداف التنمية المحلية.

الفرع الثاني: الإطار القانوني للاتصال المحلي داخل الجماعات :

2-1-الولاية

تعد الولاية هي الجماعة الإقليمية للدولة، حيث أنها تمثل الدائرة الإدارية غير الممركزة لهذه الأخيرة ،وتمثل بهذه الصفة ،فضاء لتنفيذ السياسات العمومية التضامنية والتشاورية بين الجماعات الإقليمية والدولة[3]

1

2

[3]-المادة 1 من قانون الولاية رقم 12-07 المؤرخ في 28 ربيع الأول عام 1433.الموافق ل 21 فيفري 2012، الجريدة الرسمية، العدد 12، الصادر في 29 فيفري2012.

من خلال البحث عن مواد تنظم الاتصال المحلي في قانون الولاية ،خاصة فيما يتعلق بدور المواطن في العملية الاتصالية فإنه لم يتم العثور سوى على بعض المواد التي نذكر منها :

المادة 14 : حيث نصت على المادة على تعليق جدول الأعمال الاجتماع بمدخل قاعة المداولات وفي أماكن الإشهار المخصصة لإعلام الجمهور تتعلق هذه المادة باطلاع المواطنين على المداولات التي يقوم بها المجلس الشعبي الولائي والتي تخصهم وتعني بشؤونهم المحلية ، لكن الاتصال حسب هذه المادة يكون في اتجاه واحد وليس اتصالا تفاعليا بين الطرفين .

المادة 17: نصت هذه المادة على أن تكون جلسات المجلس الشعبي الولائي علنية ويمكن للمجلس أن يقرر الاجتماع في جلسة مغلقة في الحالتين الآتيتين

- دراسة حالات تأديبية خاصة بالمنتخبين .
- المسائل المتعلقة بالأمن والحفاظ على النظام

المادة 20: تشير هذه المادة إلى أنه يتم الإعلان عن ملخص مداولات المجلس الشعبي الولائي خلال الثمانية أيام التي تلي الدورة بالمكان المخصص لإعلام الجمهور في مقر الولاية ، لكن هذه المادة هي الأخرى لا تشير ولا تؤكد على مشاركة المواطنين في العملية الاتصالية وفي عملية اتخاذ وتنفيذ القرار.

المادة 21: مع مراعاة الأحكام التشريعية والتنظيمية المتعلقة بسرية الإعلام ،يحق لكل شخص أن يطلع في عين المكان على محاضر مداولات المجلس الشعبي الولائي ، وأن يأخذ نسخة منها على نفقته ، ونلزم المصالح المعنية بتنفيذ هذا الإجراء.

المادة 79: يسعى المجلس الشعبي الولائي إلى إنشاء منشآت ثقافية ورياضية وترفيهية بالتشاور مع البلديات أو أي جهاز أو جمعية مكلفة بترقية هذه النشاطات ،ويقدم المساعدة للمساهمة في برامج الأنشطة الرياضية و الثقافية للشباب (تشير هذه المادة إلى أهمية مشاورة العديد من أطراف المجتمع المدني حول المشاريع المحلية ،لكن الواقع أثبت أن العلاقة التي تربط بين هياكل المجتمع المدني والبلديات تكاد تكون منعدمة

المادة 80: يساهم المجلس الشعبي الولائي في نشر التراث الثقافي بالاتصال مع البلديات وكل جمعية أو تجمع معني رغم تأكيد هذه المادة هي الأخرى على أهمية وضرورة مشاركة المجتمع المدني غير أن الواقع لا يعكس ذلك مطلقا.[1]

[1] نوري مريم، الاتصال المحلي في الجزائر كآلية لدعم التنمية المحلية، المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية، السنة السادسة، المجلد06، العدد01، ص ص 440-441.

المطلب الثاني: سمات ووظائف الإعلام المحلي

الفرع الأول : سمات الإعلام المحلي

إن من أبرز السمات المميزة الإعلام المحلي عبر الفيسبوك:

- يعتبر الإعلام المحلي من أهم الأجهزة الإعلامية وأقوالها تأثيرا في الرأي العام
- حظي الإعلام المحلي بمكانة خاصة ضمن نسيج المؤسسات المحلية تظطلع به من دور أساسي في ترقية الأداء الديمقراطي، من خلال النقل الأمين لآراء المواطنين وانشغالاتهم وإشراكهم في مشروع المجتمع المأمول وتحميلهم المسؤولية الدفاع عن خياراتهم ومراقبة الهيئات العمومية في أداء وظائفها ومهامها .[1]
- يعتبر الإعلام المحلي بلا منازع ،أقوى المؤسسات الإعلامية تأثيرا في الجمهور المتلقي ، بحكم الآنية التي تتميز بها في تقديم الخبر ونقل مجريات الأحداث في حينها، وبحكم ميزة التفاعلية التي تربطها بجمهور المستمعين ، وفي كثير من الفضاءات ، وفي العديد من المجالات الاجتماعية ،الثقافية، الخدماتية ،الترفيهية وحتى السياسة.
- تكمن أهمية هذا التأثير ، في كونه تأثيرا مباشرا له وقع فوري وواسع الانتشار، بحكم علاقة الارتباط الخاصة التي تنشأ بين المواطن والمجتمع المحلي التي تثبت في محيطه الطبيعي الذي ينتمي إليه ،وتهتم بانشغالاته الأساسية ، على المستوى المحلي ، وتوفر له فرصة المشاركة والتعبير وتسمح له بإبراز مواهبه.
- يؤدي الإعلام المحلي، دور الوسيط الاجتماعي بلا منازع، بحيث تقوم من جهة ، بنقل الانشغالات الحقيقية التي يعبر عنها المجتمع المحلي ،يوميا وفي شتى مناحي الحياة وإلى مصادر القرار وتقوم من جهة أخرى بإبراز الجهود الذي تقوم به السلطات العمومية، في سبيل النهوض بالتنمية المحلية.

الفرع الثاني : وظائف الاتصال المحلي

أ- **في مجال التنمية السياسية:** الاعلام المحلي له وظيفة في مجال التنمية السياسية لمجتمعاتها المحلية كونها تسهم في تحقيق الوعي السياسي و التكامل لأفراد مجتمعها المحلي، فالإعلام المحلي تسهم في تكوين الصورة السياسية للمواطن المحلي عن النظام السياسي الذي يسري من خلاله مجتمعه المحلي من خلال ما تقدمه من معلومات و تصورات حول جميع الأحداث السياسية و المجريات الحاصلة (المحلية منها والوطنية).

[1] -خبيزي سامية، اليات تحقيق الخدمة العمومية في الاذاعات المحلية، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، المجلد 3-العدد 2- ديسمبر 2020، ص349

ب-**في مجال التنمية الاقتصادية**: تهيئة المناخ للتنمية الشاملة لكون الاعلام المحلي يستعمل كأداة للتعبير عن التخطيط الحكومي وكوسيلة لنقل أبعاده إلى الجماهير،حيث تمكن الاعلام المحلي أفراد المجتمع المحلي من خلال البرامج ذات الشأن الاقتصادي من توسيع رقعة الحوار حول خطط التنمية الخاصة وبذلك زيادة ارتباط الجماهير المحلية خبطة التنمية الوطنية القومية ككل، بالإضافة إلى دورها في المجال الاقتصادي بالتوعية الاستهلاكية للفرد ودفع المواطن المحلي من خلال برامجها إلى عملية الانتاج والتنمية والتطور والرقي الاقتصادي لهذا الوطن.[1]

ت-**في مجال التنمية الاجتماعية:** يعد الاعلام المحلي الأساس في إنماء الوعي الاجتماعي بالمجتمع المحلي، فهي تحرص على تقدم مختلف القيم الايجابية والبناءة لهذا المجتمع، ومعاجلة القيم السلبية السائدة بالمجتمع والقضاء على المشاكل الاجتماعية التي قد تعوق تنمية وتطوير مجتمعها المحلي، من خلال البرامج التي تعمل بدورها على تنمية مختلف الشرائح الاجتماعية
بمختلف فئاتها: كبرامج المرأة، الأطفال، الشباب، كبار السن ... إلخ، من خلال إتاحة الفرص في براجمها المعروضة والمقدمة لكافة الآراء ووجهات النظر للتعبير عن نفسها فيما يتعلق بمعالجة مشكلات المجتمع المحلي وقضاياه العالقة، وبذلك تخلق ا من الإذاعة المحلية من خلال التفاعل والمشاركة نوعا ما من الإحساس لدى المواطنين المحليين بالنفع والدور الذي يقدمونه خدمة لرقي وتنمية مجتمعهم .

ث-**في مجال التنمية الثقافية**: تتمثل وظيفتها في جمال التنمية الثقافية كونها تعمل على تنمية الوعي الثقافي لدى أفراد المجتمع المحلي من خلال براجمها التي تعني بالتأكيد الانتماء والهوية الثقافية لمجتمعها المحلي، كما تسهم فب ضمان الأمن الثقافي للمجتمع المحلي وصيانة ذاتيته الثقافية، إلى جانب هذا فالإذاعة المحلية تقوم من خلال برامجها الثقافية على تنمية أشكال الإبداع الفني والأدبي في المجتمع المحلي ،و تسهم الإذاعة المحلية من خلال البرامج الثقافية التي تعني بالتراث والفنون الشعبية على اختلاف أشكالها مساهمة فعالة وبارزة في المحافظة على هذه الفنون من الضياع أو الاندثار وتصبح بذلك أداة ووسيلة إعلامية محلية تدفع إلى الإبداع والتمييز والابتكار والتنمية والرقي بالمجتمع المحلي .[2]

---

[1]-بوهدة شهرزاد، مرجع سبق ذكره، ص371.

[2]- المرجع السابق، ص371.

المطلب الثالث:أهمية وأهداف الإعلام المحلي عبرموقع الفيسبوك

الفرع الأول : أهمية الإعلام المحلي عبر موقع الفيسبوك

-**الإعلام:** زيادة الوعي والمعرفة من خلال تحقيق بيئة معرفية اتصالية أكثر شمولا ودقة

- **الإقناع:** تغيير المواقف والسلوكيات.

- التعبئة: تعزيز العمل الجماعي من خلال زيادة الوعي بالمشاركة الاجتماعية في عملية التنمية المحلية (تحقيق البعد التواصلي في العمل الجماعي).

- **التمكين:** تطوير الحوار والتشاور بخصوص برامج العمل والتدخلات التي تستجيب لحاجات السكان خلق بيئة مواتية للتغيير.

- تسخير مختلف وسائل الاتصال لتحسين نوعية الخدمات المقدمة من جهة ولتحسين العلاقة بين الإدارة المحلية والمواطنين من جهة أخرى، وذلك من خلال تعريف مختلف الفاعلين (لمواطنين، المجتمع المدني، القطاع الخاص) بأنشطة وبرامج البلدية أو الولاية يسمح لها بتلقي الدعم، إضافة إلى التعرف عن قرب على تطلعات وانشغالات المواطنين، وهو ما يعطي صورة إيجابية ويخلق سمعة طيبة عن الجماعات المحلية.

- زيادة التنسيق وتعزيز التعاون مع الجهات الخارجية الحكومية والخاصة والمجتمع المدني والصحافة.

الفرع الثاني : أهداف الإعلام المحلي عبر موقع الفيسبوك

- تحسين الصورة الذهنية لدى المواطنين عن الجماعات المحلية كالبلدية من خلال شرح سياستها وعملها شرحا دقيقا ومفصلا وواضحا، بمعنى السعي إلى إيصال صورة ايجابية للجمهور الخارجي عن هذه الهيئات الإدارية المحلية.
- تقريب الإدارة من المواطنين وتنمية شعور المسؤولية لديهم وأهمية مشاركتهم ودورهم في اتخاذ وتنفيذ القرارات (تحويل الجمهور من سلبي إلى إيجابي)

- مد جسور التعاون والعمل مع مؤسسات حكومية أخرى والقطاع الخاص والجمعيات والصحافة.

- تعزيز وتفعيل سبل التعاون بني البلديات في إطار العمل التنموي.

- توفير المعلومات والبيانات والإحصاءات التي تمكن صانع القرار من اتخاذ القرار الرشيد بما يخدم أغراض التنمية الشاملة والمستدامة.

- استقطاب المستثمرين الخواص من خلال تقديم المعلومات اللازمة لتمكينهم من الاطلاع على الفرص المتاحة محليا، وهو ما يساهم في خلق مصادر متويل جديدة بعيدا عن مساعدات الدولة.

- توفير معلومات حديثة ودقيقة عن الخدمات والمشاريع وإجراءات العمل التي توفرها الإدارة المحلية كالبلدية

- دعم وتحقيق التنمية على المستوى المحلي

- توفير المعلومات للإدارة عن المواطنين أو أطراف أخرى تتعامل معها البلدية أو الولاية.

- مشاركة المواطنين في الإنجازات والمشاريع والخطط والبرامج التي قامت وستقوم بها البلدية، باعتبارهم المعني الأول بهذا الأمر لضمان دعمهم وتعاونهم وتأييدهم.

- الحصول على التغذية الراجعة من المعنيين بهذا الاتصال وذلك من أجل تحديد استيعابهم من جهة، وفهم ما يريدونه ويحتاجونه من جهة أخرى، إضافة إلى قياس رضاهم.

- الإنصات إلى وجهات نظر السكان المحليين للحصول على الاقتراحات والشكاوى، حيث أن الإنصات إلى المواطنين ومشاركتهم يسمحان بتكييف الإجابات والتدخلات التي تقترحها البلدية لحل المشكلات التي تواجهها.

الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

المبحث الأول : الإجراءات المنهجية للدراسة

المطلب الأول: منهج الدراسة

تفرض طبيعة دراستنا التي تسعى إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي وذلك بالإعتماد على المنهج المناسب في كل مراحل البحث العلمي ، و يختلف المنهج حسب الشكل المطروح والموضوع المعالج بحيث يعرف بأنه :"مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى النتيجة".1

و قد استندنا في دراستنا إلى المنهج الوصفي لوصف دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي .

حيث يعرف المنهج الوصفي على أنه " مجموعة طرق التي يتمكن الباحثون من خلالها بوصف الظواهر العلمية و الظروف المحيطة بها ،والمجال العلمي التي تنتمي إليه ، و تصور العلاقة بينها و بين الظواهر الأخرى المؤثرة و المتأثرة فيها، وكما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام أساليب و أدوات البحث العلمي التي تلائم الأهداف التي يسعى الباحثون الى تحقيقها من خلال هاته البحوث".2

المطلب الثاني: مجتمع الدراسة وعينته

الفرع الأول: مجتمع الدراسة

إن مرحلة انتقاء عناصر مجتمع البحث هي مرحلة مهمة في البحث، والمقصود بمجتمع الدراسة كل العناصر المراد دراستها3، وهو مجموعة من الاشخاص أو الأشياء التي نريد دراستها إما لوصفها أو لاستقراء سمات العامة لها4، ويتمثل المجتمع الأساسي لدراستنا في متابعي الصفحة الرسمية لولاية الأغواط عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرع الثاني: عينة الدراسة

---

[1] أحمد بن مرسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر ط2، 2005، ص288.

[2] منال هلال مزاهرة ،بحث الإعلام، الأسس و المبادئ، دار الكنوز للمعرفة للنشر و التوزيع ،الأردن 2011 ، ص105.

[3] منذر عبد الحميد الضامن،أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع،عمان الأردن،2007،ص160.

[4] سعيد سماعبل الصيني ،قواعد أساسية في البحث العلمي، مؤسسة الرسالة ، بدون بلد للنشر، 1994، ص282.

العينة هي المجموعة التي يختارها الباحث من أفراد المجتمع ويجب ان يحدد حجم العينة وسبب اختيارها بصورة مقنعة و العينة هي عدد محدد مأخوذ من مجموعة أكبر لغرض الدراسة و التحليل على افتراض أنه يمكن الأخذ بيها كمؤشر للمجموعة ككل المجتمع1 . وتمثلت عينة دراستنا على بعض مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة الاغواط وقد اعتمدنا على العينة القصدية وذلك من أجل سهولة الوصول إلى مفردات العينة و عدم استغراق وقت طويل لضيق وقتنا، وتعرف العينة القصدية بأنها العينات التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوفر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم و لكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة كما يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حالة توفر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة2.

المطلب الثالث: أدوات جمع البيانات

تعتبر أداة جمع البيانات الوسيلة التي يقوم من خلالها الباحث بجمع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة ، حيث تساهم بشكل كبير في تحليل الظاهرة و وصفها و تفسيرها في إطار الدراسة ،حيث لابد للباحث اختيار أكثر الأدوات الملائمة للدراسة للتحقيق و الوصول الى الأهداف التي يرغب بالوصول اليها من خلال دراسته.

لذلك تعد الأداة الأنسب لدراستنا هي " الاستبيان"

الفرع الأول : صحيفة الاستبيان

من المعروف أن كل باحث يعتمد أدوات البحث العلمي التي تساعده في إنجاح بحثه و تمكنه من الوصول إلى نتائج علمية صحيحة ، بنسب كبيرة و ترتبط هذه الأدوات التي يختارها الباحث بموضوع البحث و المنهج المستخدم في الدراسة ، و هناك الكثير من الوسائل التي تستخدم للحصول على البيانات.[3]

و تعرف أدوات البحث العلمي بأنها: الوسيلة أو الطريقة التي يستطيع بها الباحث حل مشكلة مهما كانت تلك الأدوات.

[1] مصطفى نصر دعمس،منهجية البحث العلمي تربية والعلوم الاجتماعية، دار غيداء للنشر والتوزيع ،عمان الأردن،2015 ،ص288.
[2] محمد عبيدات واخرون،منهجية البحث العلمي قواعد و مراحل و تطبيقات ،دار وائل للنشر،عمان،1999،ص96.

[3] حمد بن مرسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال ،د ط، المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1983، ص220.

- و انطلاقا من طبيعة دراستنا اعتمدنا أداة استمارة الاستبيان بهدف الوصول إلى نتائج أكثر دقة حول موضوع الدراسة ، و يمكن تعريف الاستمارة على أنها:
- الاستمارة (الاستبيان) أداة تتطلب مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي تتطلب من المفحوص الإجابة عليها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث.[1]
- هي مجموعة الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو معتقدات أو تصورات أو آراء الأفراد.[2]

و تعتبر الاستمارة من أدوات البحث الأساسية الشائعة في العلوم الإنسانية و خاصة في علوم الإعلام و الاتصال حيث تستخدم في الحصول على معلومات دقيقة ال يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث.[3]

و من مزايا الاستمارة : أنها تعطي حرية للمبحوث في الإجابة عن الأسئلة فال تضعه تحت ضغوط نفسية ، و عدم وجود تأثيرات من قبل الباحث على المبحوث ، و تغطية مناطق متباعدة و عدد كبير من الأفراد بتكلفة و جهد أقل منه حالة وجود الباحث شخصيا في أثناء تعبئة الاستبيان.[4]

و لهذا تستخدم الاستبانة بشكل رئيسي في مجال الدراسات التي تهدف إلى استكشاف حقائق عن الممارسات الحالية و استطلاعات الرأي و ميول الأفراد.[5]

- خطوات تصميم الاستمارة
- تحديد نوع البيانات المطلوبة
- تحديد شكل الأسئلة و صياغتها و تسلسلها
- صياغة الأسئلة
- اختيار الاستمارة
- إعداد الاستمارة في شكلها النهائي[6]

[1] ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج البحث و أساليب البحث العلمي، النظرية و التطبيق، د ط ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2000،ص 82.

[2] د محمد عبيدات، د محمد أبو نصار ، د عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي، ط 2، داير وايل للنشر و التوزيع، عمان ، 1999 م ، ص 63.

[3] أحمد بن مرسلي ، المرجع السابق ، ص220.

[4] د محمد عبيدات ، د محمد أبو نصار ، د غقلة مبيضين ، المرجع السابق ، ص–ص 163-164.

[5] د عبود عبد هلا العسكري ، منهجية البحث في العلو م الإنسانية ، ط 5 ،دار النمير ، دمشق ، 2004 م، ص172.

[6] نادية سعيد عيشور مع مجموعة من الباحثين ، مرجع سابق، ص ص 355-358.

- وقد اعتمدنا هذه الخطوات المدروسة والمنهجية في تصميم استمارة الدراسة للاهتداء بما في جمع البيانات المطلوبة للدراسة ، وكي تتحقق فيها سمات الاستمارة الجيدة وهي: سمات الاستمارة الجيدة.
- أن تحتوي الاستمارة على أسئلة تغطي البيانات التي يتم البحث عنها دون غيرها.
- تجنب البيانات التي لا تتفق مع أهداف البحث أو الموضوعات الجانبية.
- الإيجاز والبساطة.
- أن تتضمن أسئلة تستهدف التأكد من صحة إجابات المبحوثين.
- أن لا تحتاج أسئلتها إجابات مطولة.[1]

1. من خلال ما قمنا به في مجال الدراسة توصلنا إلى بناء استمارة استبيان خاصة بدراستنا بحيث احتوت على 18 سؤال مقسمة إلى ثمن محاور كانت كالتالي:

2. **المحور الأول:** يتضمن البيانات الشخصية لمجتمع البحث.
3. **المحور الثاني:** يتضمن عادات وانماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
4. **المحور الثالث:** اهم المضامين التي يتصفحها الجمهور المحلي لولاية الأغواط عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
5. **المحور الرابع:** دوافع استخدام الجمهور المحلي لمواقع التواصل الاجتماعي.
6. **المحور الخامس:** درجة متابعة الجمهور المحلي للصفحة الرسمية لولاية الأغواط.
7. **المحور السادس:** اتجاهات الجمهور المحلي نحو المعلومات الرسمية لقضايا المجتمع المحلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
8. **المحور السابع:** درجة ثقة الجمهور المحلي بالمعلومات عبر صفحة الفيس بوك الرسمية لولاية الأغواط.

1) **المحور الثامن:** مساهمة الصفحة الرسمية لولاية الأغواط في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي.

المطلب الرابع: حدود الدراسة

لهذه الدراسة حدود زمانية و مكانية و بشرية و هي:

1. **الحدود الزمانية:** أنجزت هذه الدراسة في العام الدراسي 2021/2020 تم اختيار الموضوع بداية من شهر جانفي 2021 وقد شرعنا في الجانب الميداني أواخر شهر

[1] نادية سعيد عيشور مع مجموعة من الباحثين ، مرجع سابق ، ص 360.

أفريل و قد تم تصحيح استمارة الاستبيان في 15 ماي2021 . وتم نشر استمارة الاستبيان على طلبة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية و بالتحديد قسم الإعلام و الاتصال بجامعة الأغواط لدراسة العينة من بداية 18 ماي 2021 وتم جمع النتائج في 22 ماي 2021 وتفريغ البيانات بعد ذلك في جداول والقيام بعملية إحصائية وما تبع ذلك من تحليل وتفسير.

2. **الحدود المكانية:** أجريت هذه الدراسة الميدانية بولاية الأغواط.
3. **الحدود البشرية:** استهدفت الدراسة عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية و بالتحديد قسم الإعلام و الاتصال بجامعة الأغواط مجالا بشريا للدراسة.

المبحث الثاني: عرض و تحليل نتائج الدراسة

المطلب الأول: تحليل و مناقشة نتائج صحيفة الاستبيان

الفرع الأول: تحليل ومناقشة نتائج المحور الأول الخاص بالبيانات الشخصية

جدول رقم (01) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة
ذكور	59	%59
إناث	41	%41
المجموع	100	%100

تحليل و مناقشة : يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه بأن الأغلبية من المبحوثين ذكور بنسبة قدرت 59% مقابل نسبة 41% إناث.

و يمكن تفسير العدد الكبير نسبيا للذكور مقارنة بالإناث إلى تجاوب الذكور إلي مثل هذه القضايا أكثر من الإناث.

جدول رقم (02) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية

الفئات	التكرار	النسبة
أقل من 20 سنة	18	%18
من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة	72	%72
من 30 سنة فما فوق	10	%10
المجموع	100	%100

تحليل و مناقشة : يتبين من خلال الجدول رقم 02 تفوق الفئة العمرية الأقل من 20 سنة قدرت ب 18% ثم تأتي الفئة العمرية من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة بنسبة 72% و أخيرا الفئة العمرية من 20 سنة فما فوق .

- و يعتبر تفوق الفئة العمرية من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة على باقي الفئات الأخرى أمرا طبيعيا و منطقيا كون أنه من المعقول أن تتركز أعمار الطلبة و الطالبات في هذه المرحلة الدراسية في هذه الفئة .

جدول رقم (03) : يمثل توزيع العينة حسب المستوى الجامعي

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة
طور الليسانس	42	%42
طور الماستر	58	%58
المجموع	100	%100

تحليل و مناقشة : يتبين من خلال الجدول أن الطورالأكبر نسبة من المبحوثين هو طور الماستر بنسبة 58% ، ثم يأتي طور الليسانس بنسبة 42%.

نستنتج من الجدول أعلاه أن نسبة طورالماسترأكثر تجاوبا لمثل هذه القضايا من طور الليسانس

الفرع الثاني : تحليل و مناقشة نتائج المحور الثاني الخاص بعادات و أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

جدول رقم (04) : يمثل نسب أفراد العينة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

الإجابات	التكرار	النسبة
غالبا	60	%60
أحيانا	35	%35
نادرا	05	%05
المجموع	100	%100

تحليل و مناقشة: يتبين من خلال الجدول (04) أن أغلبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 60%.

و من هنا تتضح الشهرة والانتشار الكبير و السريع الذي تشهده مواقع التواصل الاجتماعي بين الأفراد.

الجدول رقم (05) : يمثل الفترة الزمنية التي مرت على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف أفراد العينة.

الإجابات	التكرار	النسبة
أقل من سنتين	24	%24
من سنتين إلى أقل من خمس سنوات	34	%34
من خمس سنوات و ما فوق	42	%42
المجموع	100	%100

تحليل و مناقشة : يتبين من خلال الجدول (05) بأن أغلبية المبحوثين استخدموا موقع مواقع التواصل الاجتماعي من 5 سنوات و مافوق بنسبة قدرت بـ 42% ، تليها نسبة 34 % من المبحوثين الذين استخدموا مواقع التواصل الاجتماعي من سنتين إلى أقل من 5 سنوات ، و أخير بنسبة 24% لدينا فئة المبحوثين الذين لم تمضي سنتين على استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي و هي أضعف نسبة.

حيث نستخلص من هذا أن معظم المبحوثين وجدوا ضالتهم في هذه المواقع منذ عدة سنوات ، و هذا يوضح مدى خبرتهم في استخدامها كما يرجع هذا لما شهدته الجزائر في هذه السنوات ، من إطلاق الجيل الثالث للهاتف النقال سنة 2013 م و توفر أغلب الشباب في هذه المرحلة على هواتف ذكية ، مما أدى إلى توغل هذه الأخيرة في أوساط الشباب الجامعي.

جدول رقم (06) : يمثل معدل استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي في اليوم.

الإجابات	التكرار	النسبة
أقل من ساعتين	20	%20
من ساعتين إلى أقل من خمس ساعات	55	%55
من خمس ساعات و ما فوق	25	%25
المجموع	100	%100

تحليل و مناقشة : يتبين من خلال الجدول (06) أن غالبية المبحوثين بنسبة 55 %يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من ساعتين إلى أقل من خمس ساعات يوميا ، ثم تأتي ثانيا فئة المبحوثين الذي يستخدمونها من خمس ساعات يوميا بنسبة 25% ، و أخيرا فئة المبحوثين الذين يستخدمونها أقل من ساعتين يوميا بنسبة 20%.

و هذه النسب التي تحصلنا عليها توضح الوقت الذي يمضيه أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث يرجع هذا إلى ارتباطهم به و توفر شبكة الأنترنت لديهم معظم الوقت حيث كانت نسب ساعات الاستخدام مرتفعة قليلا ، إلا أن الأغلبية من المبحوثين كان استخدامهم محصورا بين 2 ساعة إلى أقل 5 ساعات يوميا و هذا منطقي و معقول جدا بحيث أن هذه النسبة لا تفوق المعقول ولا تعتبر استخداما مفرطا جدا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (07) : يمثل الأوقات المفضلة التي يستخدم فيها أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي.

الإجابات	التكرار	النسبة
في الفترة الصباحية	21	%21
في الظهيرة	30	%30
في الفترة المسائية	49	%49
المجموع	100	%100

تحليل و مناقشة : يتبين من خلال الجدول (07) أن نسبة 49% من أفراد العينة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة المسائية تليها نسبة 30% لمن يستخدمونها في الظهيرة لتأتي بعدها نسبة 21% لمن يستخدمونها في الفترة الصباحية.

و نستنتج من خلال هذا أن أغلبية المبحوثين يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة المسائية ، لأنهم في معظم الفترات الأخرى يكونون مشغولين

بالدراسة كونهم شباب جامعي يزاولون دراستهم و لا تسنح لهم الفرص كثيرا لاستخدامه ، بينما في الفترة المسائية يكون لديهم متسع من الوقت.

الفرع الثالث : تحليل و مناقشة نتائج المحور الثالث الخاص بأهم المضامين التي يتصفحها الجمهور المحلي لولاية الأغواط عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

الجدول رقم (08) : يمثل أهم المضامين التي يتصفحها الجمهور المحلي لولاية الأغواط عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الإجابات	التكرار	النسبة
المضامين الخاصة بقضايا السكن	21	%21
المضامين الخاصة بالتشغيل	31	%31
المضامين الخاصة بالتنمية	18	%18
المضامين الخاصة بالبطالة	30	%30
المجموع	100	%100

تحليل و مناقشة : يتبين من خلال الجدول (08) أن نسبة 31% من إجابات المبحوثين تتصفح المضامين الخاصة بالتشغيل و هي نسبة معتبرة و بعدها نسبة 30% تتصفح المضامين الخاصة بالبطالة و هي بدورها نسبة معتبرة ، أما المضامين الخاصة بالسكن بنسبة 21% و بعدها المضامين الخاصة بالتنمية بنسبة 18%

و نستخلص من خلال النسب التي تحصلنا عليها تفوق فئة المبحوثين الذين تستهويهم المضامين الخاصة بالتشغيل ، و هذا راجع لتوجهات الشباب الجامعي الذي أصبحت هذه القضايا و المضامين من أولوياته ، كذلك توفر مواقع التواصل الاجتماعي على كم كبير منها و تصدرها قائمة المضامين التي يتناولها ، خاصة في هذه المرحلة التي تمر بها الجزائر.

الفرع الرابع : تحليل و مناقشة نتائج المحور الرابع الخاص بدوافع استخدام الجمهور المحلي لمواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (09) : يمثل الأسباب التي تدفع أفراد العينة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الإجابات	التكرار	النسبة
التسلية والترفيه	15	%15
للاطلاع على الأحداث المحلية	30	%30
لمتابعة قضايا التنمية	25	%25
لمتابعة قضايا التشغيل	30	%30
المجموع	100	%100

تحليل و مناقشة : نلاحظ من خلال الجدول (09) أن غالبية المبحوثين كان السبب الذي يدفعهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو الاطلاع على الأحداث المحلية بنسبة 30% ثانيا فئة المبحوثين الذين كان استخدامهم لها لمتابعة قضايا التشغيل أيضا بنسبة 30% ، تليها فئة المبحوثين الذين كان السبب في استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي متابعة قضايا التنمية بنسبة 25% ، و في الأخير تأتي فئة المبحوثين الذين كان سبب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي التسلية و الترفيه بنسبة 15%.

- و يرجع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين بنسبة عالية لسبب الاطلاع على الأحداث المحلية و لمتابعة قضايا التشغيل كونهم من فئة الشباب الجامعي الذي يولي أهمية و أولوية لما يجري حوله من أحداث و ما يدور حولها من أخبار ، نظرا لكونهم من الطبقة المثقفة وبدرجة من الوعي و النضج ، و كذا مسايرتهم و متابعتهم لهذه الأحداث و القضايا و التفاعل معها ، و هذا ما تتيحه مواقع التواصل الاجتماعي لهم حيث تعد وسيلة سهلة و سريعة و زاخرة بالأخبار و المستجدات المتنوعة.

الفرع الخامس : تحليل و مناقشة نتائج المحور الخامس الخاص بمدى متابعة الجمهور المحلي للصفحة الرسمية لولاية الأغواط.

الجدول رقم (10) : يمثل نسب أفراد العينة الذين يتابعون الصفحة الرسمية لولاية الأغواط.

الإجابات	التكرار	النسبة
دائما	50	%50
أحيانا	32	%32
نادرا	18	%18
المجموع	100	%100

تحليل و مناقشة : من الجدول رقم (10) نلاحظ أن نسبة 50% من أفراد العينة أجابوا بدائما وتليها نسبة 32% أجابوا بأحيانا ، ثم تأتي في الترتيب الأخير الإجابة بنادرا بنسبة 18% .

مما نخلص الى أن للصفحة الرسمية لولاية الاغواط جمهور يتابعها ، لأن الفئة التي تتابع أحيانا محدودة و هذا يدل على أن للصفحة الرسمية لولاية الأغواط جمهورا واسعا يتابع محتواها.

الجدول رقم (11) : يمثل درجة متابعة الصفحة الرسمية لولاية الاغواط.

الإجابات	التكرار	النسبة
بدرجة ضعيفة	13	%13
بدرجة متوسطة	56	%56
بدرجة عالية	31	%31
المجموع	100	%100

تحليل و مناقشة : نلاحظ من الجدول رقم (11) أن أكبر نسبة تمثل 56% من العينة رأت درجة متابعة الصفحة الرسمية لولاية الأغواط متوسطة ، ثم نسبة 31% رأت أن الدرجة عالية ، ثم تلتها نسبة الإجابة بضعيفة بنسبة 13% .

نخلص هنا إلى أن الصفحة الرسمية لولاية الأغواط لها درجة متابعة عالية.

الجدول رقم (12) : يمثل تفاعل أفراد العينة لمنشورات الصفحة الرسمية لولاية الاغواط.

الإجابات	التكرار	النسبة
دائما	31	%31
أحيانا	60	%60
لا أتفاعل	9	%9
المجموع	100	%100

تحليل و مناقشة : نلاحظ من الجدول رقم (12) أن أعلب أفراد العينة يتفاعلون مع منشورات الصفحة الرسمية لولاية الأغواط و هذا ما لمسناه من نسبة 60% من إجابات المبحوثين، لتليها نسبة 31% من أفراد العينة التي تتفاعل أحيانا، أما أفراد العينة التي لا تتفاعل كانت بنسبة 9%

و هذا يدل على أن الصفحة الرسمية لولاية الأغواط تفتح مجال التفاعل للجميع .

الفرع السادس : تحليل و مناقشة نتائج المحور السادس الخاص باتجاهات الجمهور المحلي نحو المعلومات الرسمية لقضايا المجتمع عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (13) : يمثل آراء المبحوثين حول تلبية الصفحة الرسمية لولاية الأغواط لاحتياجاتهم المعرفية.

الإجابات	التكرار	النسبة
نعم	70	%70
لا	30	%30
المجموع	100	%100

تحليل و مناقشة : يتبين من خلال الجدول (13) أن غالبية المبحوثين بنسبة 70 % يقولون أن الصفحة الرسمية لولاية الأغواط تلبي احتياجاتهم المعرفية، لتأتي فئة المبحوثين الذين يرون أن الصفحة الرسمية لولاية الأغواط لا تلبي هذه الاحتياجات بنسبة 30%.

و نستخلص من هذا أن الأغلبية من المبحوثين يرون أن الصفحة الرسمية لولاية الأغواط تلبي احتياجاتهم المعرفية، و هذا يبين مدى ارتباطهم الوثيق بفضاء الفيسبوك و تتبعهم لكل الأحداث و المستجدات التي تدور فيه.

الجدول رقم (14) : يمثل اتجاهات الجمهور المحلي نحو المعلومات الرسمية عبر صفحة الفيسبوك لولاية الاغواط

الإجابات	التكرار	النسبة
اتجاهات إيجابية	48	%48
اتجاهات سلبية	19	%19
اتجاهات محايدة	33	%33
المجموع	100	%100

تحليل و مناقشة : يتبين من خلال الجدول (14) أن أكبر نسبة من المبحوثين هم أصحاب الاتجاهات الإيجابية بنسبة 48%، ثم يأتي المحايدين في المرتبة الثانية بنسبة 33%، وأخيرا الاتجاهات السلبية بنسبة 19%.

الفرع السابع : تحليل و مناقشة نتائج المحور السابع الخاص درجة ثقة الجمهور المحلي بالمعلومات الرسمية عبر الفيسبوك حول قضايا المجتمع المحلي.

الجدول رقم (15) : يمثل ثقة أفراد العينة في المعلومات التي تنشرها الصفحة الرسمية لولاية الأغواط.

الإجابات	التكرار	النسبة
دائما	12	%12
أحيانا	49	%49
لا أثق	39	%39
المجموع	100	%100

تحليل و مناقشة : يتبين من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين بنسبة 49% أحيانا ما يثقون في المعلومات التي تنشرها الصفحة الرسمية لولاية الأغواط ، ثم تليها فئة المبحوثين الذين لا يثقون في المعلومات بنسبة 20%، أخيرا بنسبة 18% فئة المبحوثين الذين لديهم ثقة دائمة في المعلومات التي تنشرها التي تنشرها الصفحة الرسمية لولاية الأغواط.

نستنتج من هذا أن الثقة تبقى دائما مرتبطة بطبيعة تفكير الشخص و مدى حكمه على مثل هذه المنشورات المتداولة على الصفحة .

الجدول رقم (16) : يمثل درجة ثقة أفراد العينة في المعلومات التي تنشرها الصفحة الرسمية لولاية الأغواط.

الإجابات	التكرار	النسبة
ثقة كبيرة	20	%20
ثقة متوسطة	62	%62
ثقة ضعيفة	18	%18
المجموع	100	100%

تحليل و مناقشة : يتبين من خلال الجدول (16) أن أغلبية المبحوثين بنسبة 62% درجة ثقتهم في المعلومات التي تنشرها الصفحة الرسمية لولاية الأغواط متوسطة، ثم تليها فئة المبحوثين الذين يمتلكون درجة ثقة كبيرة بنسبة 20%، أخيرا بنسبة 18% فئة المبحوثين الذين ليست لهم ثقة في المعلومات التي تنشرها التي تنشرها الصفحة الرسمية لولاية الأغواط.

و من خلال هذه النسب، يتضح جليا أن أغلبية المبحوثين يملكون ثقة متوسطة في المعلومات التي تنشر التي يتحصلون عليها عبر الصفحة الرسمية لولاية الأغواط، حيث أن الكثير من المعلومات التي يتم نشرها غالبا ما تكون صحيحة و ذلك راجع لغياب سلطة ضبط و رقابة، و بالتالي عدم توفر شروط النشر الموثوق فيها عبر هذا الموقع.

الفرع الثامن : تحليل و مناقشة نتائج المحور الثامن الخاص مساهمة الصفحة الرسمية لولاية الأغواط في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي.

الجدول رقم (17) : يبين مساهمة الصفحة الرسمية في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي.

الإجابات	التكرار	النسبة
دائما	33	%33
أحيانا	55	%55
لا	12	%12
المجموع	100	%100

تحليل و مناقشة : يتبين لنا من خلال الجدول المبين أعلاه أن غالبية أفراد العينة يرون أن الصفحة الرسمية لولاية الأغواط أحيانا ما تساهم في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي و ذلك بنسبة 55% ، تليها نسبة 33% الذين يرون أن الصفحة الرسمية دائما تساهم في إمدادهم بالمعلومات، و أخيرا بنسبة 12% يرون عدم مساهمة الصفحة في الإمداد بالمعلومات.

و نستنتج من خلال النسبة التي تحصلنا عليها، أن أغلبية المبحوثين و هم الطلبة الجامعين أنهم يرون أن الصفة الرسمية لولاية الإغواط أحيانا ما تساهم في إمدادهم بالمعلومات حول قضايا المجتمع المحلي، و ذلك راجع إلى عدم قدرتهم على المطالبة و التغيير و توحيد صوتهم .

الجدول رقم (18) : يبين الجدول رقم (18) مساهمة الصفحة الرسمية لولاية الأغواط في إمداد الجمهور بالمعلومات بشكل:

الإجابات	التكرار	النسبة
كبير	30	%30
متوسط	50	%50
ضعيف	20	%20
المجموع	100	%100

تحليل و مناقشة : يتبين لنا من خلال الجدول المبين أعلاه أن غالبية أفراد العينة يرون أن الصفحة الرسمية لولاية الأغواط تساهم بشكل متوسط في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي و ذلك بنسبة 50%، تليها نسبة 30% بشكل كبير، و أخيرا نسبة 20% لمن يرون أن الصفحة الرسمية لولاية الأغواط تساهم بشكل ضعيف في إمداد الجمهور.

و من خلال النسب التي تحصلنا عليها نستنتج، أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي.

المطلب الثاني: النتائج العامة للدراسة

تحاول هذه الدراسة الوصول إلى استنتاجات عامة و نتائج مبنية على حقائق علمية موضوعية مأخوذة من الواقع الاجتماعي الميداني و كما سبقت الإشارة فقد اهتمت هذه الدراسة بمعرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حو قضايا المجتمع المحلي و قمنا من خلال هذه الدراسة بتوجيه استمارة استبيان لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة عمار ثليجي الأغواط محاولين إبراز الدور الذي تساهم به وسائل الإعلام في تزويد الجمهور بالمعلومات حول قضايا المجتمع المحلي عبر الصفحة الرسمية لولاية الأغواط .
و انطلاقا مما سبق سنتعرض لمناقشة النتائج حسب المحاور الثمانية للاستمارة التي قمنا ببنايها من خلال دراستنا . و بالنسبة للمحور الأول فهو عبارة عن بيانات شخصية ترتبط بخصائص العينة المدروسة أما نتائج المحاور الأخرى فسنعرضها كالتالي:

الفرع الأول: (المحور الثاني) دارسة عادات و أنماط تصفح الجمهور لمواق التواصل الاجتماعي

- من خلال السؤال رقم (04) أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة الشباب الجامعي يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 60%.
- من خلال السؤال رقم (05) أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية الشباب الجامعي قد مر على استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي من 5 سنوات فمافوق بنسبة 42%.
- من خلال السؤال رقم (06) أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية الشباب الجامعي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل من ساعتين إلى أقل من 5 ساعات يوميا و ذلك بنسبة 55%.
- من خلال السؤال رقم (07) أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية الشباب الجامعي يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في فترة المسائية بنسبة 49%.

الفرع الثاني: (المحور الثالث) أهم المضامين التي يتصفحها الجمهور المحلي لولاية الأغواط عبر مواقع التواصل الاجتماعي

- من خلال السؤال رقم (08) أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية الشباب الجامعي تستهويه المضامين المضامين الخاصة بالتشغيل بنسبة 31%.

الفرع الثالث: (المحورالرابع) دوافع استخدام الجمهور المحلي لمواقع التواصل الاجتماعي

- من خلال السؤال رقم (09) أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية الشباب الجامعي السبب الذي يدفعهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو الاطلاع على الأحداث المحلية بنسبة 30%

الفرع الرابع: (المحورالخامس) درجة متابعة الجمهور المحلي للصفحة الرسمية لولاية الأغواط

- من خلال السؤال رقم (10) أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية الشباب الجامعي دائما يتابعون الصفحة الرسمية لولاية الأغواط بنسبة 50%.
- من خلال السؤال رقم (11) أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية الشباب الجامعي رأى درجة متابعة الصفحة الرسمية لولاية الأغواط متوسطة بنسبة 56%.
- من خلال السؤال رقم (12) أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية الشباب الجامعي يتفاعلون مع منشورات الصفحة الرسمية لولاية الأغواط بنسبة 60.%

الفرع الرابع: (المحورالسادس) اتجاهات الجمهور المحلي نحو المعلومات الرسمية لقضايا المجتمع المحلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

- من خلال السؤال رقم (13) أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية الشباب الجامعي يرون أن الصفحة الرسمية لولاية الأغواط تلبي احتياجاتهم المعرفية بنسبة 70%.
- من خلال السؤال رقم (14) أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية الشباب الجامعي لديهم اتجاهات إيجابية بنسبة 48%.

الفرع الخامس: (المحورالسابع) درجة ثقة الجمهور المحلي بالمعلومات الرسمية عبر الفيسبوك حول قضايا المجتمع المحلي

- من خلال السؤال رقم (15) أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية الشباب الجامعي أحيانا ما يثقون في المعلومات بنسبة 49%.
- من خلال السؤال رقم (16) أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية الشباب الجامعي يمتلكون درجة ثقة متوسطة في المعلومات التي يتحصلون عليها من موقع الفيسبوك حول القضايا المجتمع المحلي بنسبة 62%.

الفرع السادس: (المحورالثامن) مساهمة الصفحة الرسمية لولاية الأغواط في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي

- من خلال السؤال رقم (17) أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية الشباب الجامعي يرون أن الصفحة الرسمية لولاية الأغواط أحيانا ما تساهم في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي بنسبة 55%.
- من خلال السؤال رقم (18) أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية الشباب الجامعي أن الصفحة الرسمية لولاية الأغواط تساهم بشكل متوسط في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي بنسبة 50%.

خاتمــة

تغيرت بيئة الإعلام والاتصال وتطورت كثيرا نتيجة للثورة التي أحدثها الإعلام الجديد في عالم الاتصال حيث دخلت فيها أنماط اتصالية ووسائل وأساليب جديدة ومن المفارقات الغريبة التي طالت العملية الاتصالية في هذه المرحلة المعاصرة أن التقنيات الجديدة تمكنت من قلب المعادلة الكبرى التي قامت عليها تلك العلمية ومن أبرز شواهد ذلك ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي غيرت تماما من نمطية تدفق المعلومات الإعلامية والاتصالية وبات المتلقي فاعلا بمقدوره إنتاج الرسالة الإعلامية وبثها و توزيعها و إشراك الاخرين في التعليق عليها وإضافة ما يرونه مناسبا.

ولقد سعينا من خلال دراستنا هذه إلى الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي، وقد توصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور هام في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي وذلك استنادا إلى جملة النتائج التي توصلنا إليها وأولها اشتراك أفراد العينة في مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيسبوك. وكشفت الدراسة أن المواطنين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات بشكل أساسي حيث أصبحت أداة هامة في روتين عملهم اليومي كما خلصت الدراسة إلى التأكيد على العلاقة التكاملية بين المواطنين ومواقع التواصل الاجتماعي من خلال تأكيد أغلب المواطنين على أنها مكسبا لهم ومصدرا مكملا لمصادرهم التقليدية حيث أضافت بعدا جديدا لجهد معرفة الاخبار و كذا صعوبة الوصول إليها في كثير من الاحيان نافية بذلك الطرح القائل بأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تنافس المصادر التقليدية للحصول على الأخبار والمعلومات .وعن مدى ثقة الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي و خاصة الصفحة الرسمية لولاية الأغواط كمصدر للأخبار والمعلومات.

توصلت الدراسة إلى أن الاتجاه السائد لديهم هو ثقتهم فيها إلى حد ما فهي توفر المعلومة ولكنها تفرض عليهم التحقق منيا إما عن طريق الاتصال بمصدر المعلومة أو بزملائهم وفي الختام كشفت الدراسة عن جملة الأغراض التي تدفع الجمهور لاستخدامها التي تصدرها للحصول على المعلومات.

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر و المراجع

- أثر وسائل التواصل الاجتماعي و قيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية العدد 129 الجزء 3، جامعة الأزهر، مصر، 2016، ص335 .
- ذويب أميرة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم الممارسة الإعلامية في الجزائر، مذكرة مكملة لنبل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، 2013-2014.
-ليلى احمد جرار، الفيسبوك و الشباب العربي، ط 1 ، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، الكويت، 2012، ص 64.
- إبتسام دراجي، (آليات و أشكال التفاعل الاجتماعي عبر الشبكات الإلكترونية و الاجتماعية) ، مجلة العلوم الإنسانية ،جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر ، المجلد 1 ، العدد 47، 2017 م ، ص 268.
- أحمد قاسمي، سليم جدادي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، ط 1، المركز العربي للدراسات الاستراتيجية و السياسية و الاقتصادية، برلين، ألمانيا، 2019، ص 49.
- أحمد محمد عليق، أحمد عبد الحميد الأبشيهي، كتاب القيادة و تنمية المجتمعات المحلية.
- أحمد يونس محمد حمودة : دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية ، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير من قسم البحوث و الدراسات الإعلامية ، جامعة الدول العربية ،مصر ، 2003 ، ص60
- اسمهان قيش : جمهور الطلبة و الشبكات الاجتماعية الإلكترونية دراسة في الاستخدامات و الإشباعات ، مذكرة نيل شهادة الماجستير ، قسم الإعلام و الاتصال ، كلية الحقوق ، جامعة باتنة ،الجزائر ، 2011 ، ص78
- أولجا جوديس بيلي، بيلي كاميرتس، نيكوكاربنتيير: فهم الإلام البديل، ترجمة: علا أحمد إصلاح، القاهرة، مجموعة النيل العربية، 2009م، ص72
- تقار أمينة، مواقع التواصل الاجتماعي و دورها بفي تفعيل العمل التطوعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، بسكرة، 2018-2019، ص31.
- جمال سند السويدي ، وسائل التواصل الاجتماعي و دورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك، د ط، د ن، د س، ص25.
- حسان أحمد قمحية ، الفيسبوك تحت المجهر ، ط 1 ، النخبة للنشر و التوزيع ، الجيزة ، مصر ، 2017 ، ص76.
- حلمي خضر ساري، تأثير الاتصال عبر الأنترنيت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري)، مجلة الجامعة، المجلد 24، العدد الأول، 2008، دمشق، ص 307.
- أحمد بن مرسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ،د ط، المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1983، ص220.
- حمزة إسماعيل أبو شنب، تقنيات التواصل الاجتماعي الاستخدامات و المميزات، 2013 ، ص85.
- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1 ،دار النفائس للنشر و التوزيع، الأردن ، ص 155.

- خلود بن عزوز : استخدام طلبة الاعلام و الاتصال شبكات التواصل الاجتماعي و الاشباعات المحققة منها ، رسالة لنيل شهادة ماستر في علوم العلام و الاتصال ، تخصص صحافة ، كلية علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة قسنطينة ، ص 63
- عبود عبد هللا العسكري ، منهجية البحث في العلو م الإنسانية ، ط 5 ،دار النمير ، دمشق ، 2004 م، ص172.
- محمد عبيدات، د محمد أبو نصار، د عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي، ط 2، داير وايل للنشر و التوزيع، عمان ، 1999 م ، ص 63.
- درويش، عبد الرحيم: مقدمة الى علم الاتصال، الناشرعالم الكتب، القاهرة، الطبعة1، 2013.
- دهيمي زينب: مجلة العلوم الإنسانية، موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، جامعة محمد خيضر، بسكرة، المجلد19،العدد2019،01، ص 254.
- ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج البحث و أساليب البحث العلمي، النظرية و التطبيق، د ط ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2000،ص 82.
- رضا عبد الواجد أمين: حدود التفاعل الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية على شبكة الأنترنيت، أستاذ الإعلام بجامعة المملكة بالبحرين و جامعة الأزهر بمصر، مؤتمر تقنيات الاتصال و التغيير الاجتماعي، جامعة الملك سعود.
- زاهر راضي، مواقع التواصل الإجتماعي في العالم العربي، "مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23.
- سليمة رابحي، الحملات الانتخابية و شبكات التواصل الإجتماعي في الجزائر بين وسائط الإتصال الجديدة و أنماط التبليغ التقليدية، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الإجتماعي، بسكرة، 9-10 سبتمبر 2012.
- شايبي نرجس، سيفاني سهيلة، مواس مريم، شبكات التواصل الاجتماعي و دورها في تشكيل الرأي العام الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر ،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، قسم علوم الإعلام و الاتصال وعلم المكتبات ، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2015-2016، ص-ص 36-37.
- شيخ فاطمة، بلعربي سمية، اللغة العربية لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ، الجزائر، 2015-2016، ص 15.
- صالح العلي ، مهارات التواصل الاجتماعي ، ط 1 ،دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 141.
[1] صفاء بوقلول، مريم بوحملة، دور الفيسبوك في التحصيل الدراسي للطلبة الجامعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، قسم العلوم الإنسانية ،جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2015-2016، ص-ص 41-42.
- عباس مصطفى صادق: "الإعلام الجديد:المفاهيم والوسائل و التطبيقات" ، عمان، دار الشروق، 2008م، ص17.
- عبد الرحمن الصباح، نظم المعلومات الإدارية، دار زهران للنشر، عمان، 1998.

- علاء أحمد الدحدوح، تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية فيسبوك في الجامعات الفلسطينية، دراسة استكمالا للحصول على درجة الماجستير كلية التربية ، قسم المناهج و طرق التدريس ، الجامعة الإسلامية غزة ، 2012، ص 37.
- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، ط1 ،دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان ، الأردن ،2014 ،ص67.
- عمر بن عبد الله بن محمد المقبل، الاستشارات الحديثة على مواقع التواصل الاجتماعي: تويتر ، الفيسبوك ، تليجرام ، بحث مقدم إلى مؤتمر المصادر الإلكترونية للعلوم الشرعية ، كلية الشريعة و الدراسات الإسلامية ، جامعة اليرموك ، 2017، ص 64.
- فاطمة الزهراء عماري ، استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي ، حالة الفسبوك ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في ميدان العلوم الإنسانية شعبة علوم الإعلام تخصص إذاعة و تلفزيون ،كلية العلوم السياسية و الإعلام ، قسم علوم الإلام و الإتصال جامعة الجزائر 2012/2011.
- فوناس فتيحة ، طبوري عبد القادر، الاتصال الشبكي في أوساط الطلبة الجامعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاجتماعية ، قسم الإعلام و الاتصال ، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ، 2013 - 2014، ص 59.
- مجموعة من المؤلفين، استجدام وسائل التواصل الاجتماعي، دليل للمشاريع الممولة من الاتحاد الأوروبي، 2014، ص 9.
- محمد حمادي، ((رواد الفيسبوك في الجزائر بين ممارسة الوجود الافتراضي و تشكيل المشهد الإعلامي))، مجلة الحوار الثقافي ، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم ،الجزائر ،المجلد7 ، العدد2، 2018، ص 179.
- محمد صاحب سلطان، وسائل الاعلام و الاتصال، دار الميسرة للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2012، ص360.
- محمد عبد الفتاح محمد عبد الله، تنمية المجتمعات المحلية من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006، ص43
- مصطفى عباس صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، عمان، دار الشروق، 2008، ص10.
- نهى عاطف العبد، اعتماد الشباب الجامعي المصري على شبكات التواصل الاجتماعي في استفاء معلومات حول ثورة الثلاثين من يونيو، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد12، العدد1، 2013م.
- نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام، جامعة القاهرة، ص401-402.
- نوري مريم، الاتصال المحلي في الجزائر كألية لدعم التنمية المحلية، المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية، السنة السادسة، المجلد06، العدد01، ص ص 440-441.
- وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، د ط ، مدونة شمس النهضة ، 2010 ، ص- ص 23-24.
- وجدي حلمي عيد عبد الطاهر، اعتماد الحجاج و المعتمرين على الوسائل التكنولوجية الحديثة للاتصال كمصدر للحصول على المعلومات الارشادية و التوعوية خلال الأزمات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد12، العدد1، 2013م.
-dominique mégard et Bernard deljarri,la communication des collectivités locales, paris: l'extenso editions,2 ed

- Mica Paige gray bill.B.Ai Explo Ring the use of face book as a communication tool in ag agricultural related social movements:a thesis In Agricultural communication submilted to the gradyde faculty of texas tech university in partia fulfillement of the requirements of science, 2010, p21.
- أحمد بن مرسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر ط2، 2005، ص288.
- الجوهري عبد الهادي ،دراسات في التنمية الاجتماعية (مدخل اسلامي) المكتب الجامعي الحديث، مصر ،1999، ص 169
- الخلايلية محمد علي ،الادارة المحلية وتطبيقاتها في كل من الأردن ،بريطانيا،فرنسا ،مصر ،دراسة تحليلية ،ط:02الأردن دار الثقافة للنشر والتوزيع 2013 ص61
- المادة 1 من قانون الولاية رقم 12-07 المؤرخ في 28 ربيع الأول عام 1433.الموافق ل 21 فيفري 2012، الجريدة الرسمية، العدد 12، الصادر في 29 فيفري2012.
- أماني جمال مجاهد، استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، دراسات المعلومات، العدد8، 2010.
- بوهدة شهرزاد ،دور الإذاعة المحلية في تنمية المجتمع المحلي الجزائري، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام،المجلد 03-العدد02
- جبريل بن حسن العريشي: انماط استخدام الشبكات الاجتماعية
- خاطر أحمد مصطفى ، تنمية المجتمع المحلي ، الاتجاهات المعاصرة ،ط:2،الإسكندرية ،المكتبة الجامعية ،2000،ص ص 21 دار المعرفة .
- خالدي منيرة، أنساق التواصل اللغوي في الفيسبوك ، مذكرة مقدمة لاستكمال شهادة الماستر، كلية الآداب و اللغات ، قسم اللغة و الأدب العربي، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، 2017/2016، ص-ص 10-11.
- خبيزي سامية، اليات تحقيق الخدمة العمومية في الاذاعات المحلية، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، المجلد 3-العدد 2-ديسمبر 2020، ص349
- شاكر ابراهيم ،الاعلام ودوره في التنمية،المنشأة الشعبية للنشر والتوزيع والطباعة،ص93
- علي عجوة ،الإعلام وقضايا التنمية ،عالم الكتاب ،2004،مصر،ط1،ص37/36
- نور الدين التواتي ،الصحافة المكتوبة ،والسمعية والبصرية في الجزائر،دار الخلدونية ،الجزائر-2008،ط1،ص146/145
- رشوان حسين عبد الحميد ، دراسة علم الاجتماع الثقافي ،الإسكندرية ،مؤسسة الشباب الجامعية 2006،ص 179.
- سعيد سماعبل الصيني ،قواعد أساسية في البحث العلمي، مؤسسة الرسالة ، بدون بلد للنشر، 1994، ص282.
- عبد الرازق حمزي، سفيان حليفة، علاقة استخدام الفيسبوك بالقيم الاجتماعية للشباب ، مذكرة مقدمة لاستكمال شهادة الماستر ، كلية العلوم الاجتماعية ،جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي ، 2017-2018، ص 22.
- عدلي سيد محمد رضا وعاطف عدلي العبد،التخطيط الإعلامي،د ذ م،ص169

- عواطف عبد الرحمن، إشكالية الإعلام التنموي في الوطن العربي ،دار العربي،1977القاهرة ،مصر،ص38
- محمد عبد الحميد ،نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب العلمية للنشر والتوزيع ،2004،مصر،113
- محمد جابر خلف: نشأة و تطور مواقع التواصل الاجتماعي
- محمد سعد ابراهيم ،الإعلام التنموي والتعددية الحزبية –الجزءالأول ،دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع 2004،مصر،ص 113
- محمد عبيدات واخرون،منهجية البحث العلمي قواعد و مراحل و تطبيقات ،دار وائل للنشر،عمان،1999،ص96.
- مصطفى نصر دعمس،منهجية البحث العلمي تربيةوالعلوم الاجتماعية، دار غيداء للنشر والتوزيع ،عمان الأردن،2015 ،ص288.
- منال مباركي، أشكال الجريمة الإلكترونية المرتكبة عبر الفيسبوك، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2016-2017، ص 56.
- منال هلال مزاهرة ،بحث الإعلام، الأسس و المبادئ، دار الكنوز للمعرفة للنشر و التوزيع ،الأردن 2011 ، ص105.
- منذر عبد الحميد الضامن،أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع،عمان الأردن،2007،ص160.
- منى الحديدي و،سلوى إمام علي ، الإعلام والمجتمع ،الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة ، 2006،ط2،ص 159
-WasineeKittiwengvivot,PimanphaRokkangan :facebooking your dream,moster the sis 2010,p20,14-04-2021,11:25.
- جبريل العريشي و سلمى الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية،ط1،الدار المنهجية للنشر والتوزيع ، ،عمان،ص37-39
- خالد غسان،يوسف المقدادي،ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1،دار النفاس للنشر والتوزيع،عمان،2013،ص34-35
ديسمبر2020 ص 368
- عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر،مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان،2010، ص63
- علي عبد الفتاح كنعان الإعلام والمجتمع، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع،عمان،2014، ص172
- ليلى جراد، الفيسبوك والشباب العربي ،مكتبة الفلاح ،عمان،2012، ص7
- مروى صلاح عصام، الإعلام الالكتروني اسس وآفاق المستقبل،ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان ،2015، ص 250.

ملاحـــــــق الدراسة

صحيفة الاستبيان

جامعة عمار ثليجي الأغواط

كلية العلوم الإنسانية و الإسلامية والحضارة

قسم علوم الإعلام و الاتصال

دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي

دراسة على عينة من متابعي الصفحة الرسمية لولاية الأغواط

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال ،تخصص : اتصال و علاقات عامة

إعداد الطالبة : **إشراف**

سكحال ليليا وفاء **د. طريف عطاءالله**

ملاحظة : نرجو بالتفضل الإجابة على الأسئلة بوضع علامة (*) في الخانة المناسبة .

2021-2020

المحور الأول : البيانات الشخصية

- **الجنس :**

ذكر ☐

أنثى ☐

- **الفئة :**

أقل من 20 سنة ☐

من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة ☐

من 30 سنة فأكثر ☐

- **المستوى الجامعي :**

طور الليسانس ☐

طور الماستر ☐

المحور الثاني : عادات و أنماط استخدام تصفح الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي.

- هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ؟

غالبا ☐

أحيانا ☐

نادرا ☐

- منذ متى و أنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ؟

أقل من سنتين ☐

من سنتين إلى أقل من خمس سنوات ☐

من خمس سنوات فأكثر ☐

- كم من ساعة في اليوم تقضيها في استخدام هذه المواقع ؟

أقل من ساعتين ☐

من ساعتين إلى أقل من خمس ساعات ☐

☐

من خمس ساعات فأكثر

- ما هي أفضل الأوقات لديك لاستخدام هذه المواقع ؟

في الفترة الصباحية ☐

في الظهيرة ☐

في الفترة المسائية ☐

المحور الثالث : أهم المضامين التي يتصفحها الجمهور المحلي لولاية الأغواط عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- ما هي أهم المضامين التي يتصفحها الجمهور المحلي لولاية الأغواط عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

المضامين الخاصة بقضايا السكن ☐

المضامين الخاصة بقضايا التشغيل ☐

المضامين الخاصة بقضايا التنمية ☐

المضامين الخاصة بقضايا البطالة ☐

المحور الرابع : دوافع استخدام الجمهور المحلي لمواقع التواصل الاجتماعي.

- لماذا تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ؟

التسلية و الترفيه ☐

الاطلاع على الأحداث المحلية ☐

متابعة قضايا التنمية ☐

لمتابعة قضايا التشغيل ☐

المحور الخامس : درجة متابعة الجمهور المحلي للصفحة الرسمية لولاية الأغواط.

- هل تتابع الصفحة الرسمية لولاية الأغواط ؟

دائما ☐

أحيانا ☐

☐

نادرا

- هل تتابع الصفحة الرسمية لولاية الأغواط بدرجة :

عالية ☐

متوسطة ☐

ضعيفة ☐

- هل تتفاعل مع منشورات الصفحة الرسمية لولاية الأغواط عبر الفيسبوك ؟

دائما ☐

أحيانا ☐

لا أتفاعل ☐

المحور السادس : اتجاهات الجمهور المحلي نحو المعلومات الرسمية لقضايا المجتمع المحلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- هل تلبي الصفحة الرسمية لولاية الأغواط احتياجاتك المعرفية ؟

نعم ☐

لا ☐

- ما هي اتجاهات الجمهور المحلي نحو المعلومات الرسمية لقضايا المجتمع المحلي عبر صفحة الفيسبوك ؟

اتجاهات إيجابية ☐

اتجاهات سلبية ☐

اتجاهات محايدة ☐

المحور السابع : درجة ثقة الجمهور المحلي بالمعلومات عبر صفحة الفيسبوك الرسمية لولاية الأغواط.

- هل تثق في المعلومات التي تنشرها الصفحة الرسمية عبر صفحة الفيسبوك ؟

دائما ☐

أحيانا ☐

☐

لا أثق

- ما درجة ثقتك بالمعلومات التي تنشرها الصفحة الرسمية لولاية الأغواط ؟

ثقة كبيرة ☐

ثقة متوسطة ☐

ثقة ضعيفة ☐

المحور الثامن : مدى مساهمة الصفحة الرسمية لولاية الأغواط في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي.

- هل ترى أن الصفحة الرسمية تساهم في إمداد الجمهور بالمعلومات الرسمية حول قضايا المجتمع المحلي ؟

دائما ☐

أحيانا ☐

لا ☐

- هل تساهم الصفحة الرسمية لولاية الأغواط في إمدادك بالمعلومات بشكل :

كبير ☐

متوسط ☐

ضعيف ☐

شكرا لتعاونكم