

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثليجي الأغواط

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال



العنوان

دور شبكات التواصل الإجتماعي في تفعيل العملية الإتصالية لدى الطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة عمار ثليجي بالأغواط

مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر تخصص الإعلام
والإتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

- د. بن المداني سعد

إعداد الطلبة :

✍ بوحنية عادل

✍ بن سعيدان عادل

السنة الجامعية 2020/2021م



شكر وعرفان

عن النبي صلى الله عليه وسلم أنه قال:

(من لا يشكر الناس لا يشكر الله)

نتقدم بالشكر والعرفان و الدعاء الخالص إلى أستاذنا الفاضل "الدكتور بن

المراني سعد" الذي كان له الفضل الكبير في إنجاز هذه المذكرة لما أبراه من

ملاحظات وتوجيهات قيمة، وأقدم شكري إلى كل اساتذة قسم الاعلام

واللاتصال بجامعة عمار ثليجي ، وجميع من ساعدنا في إنجاز هذه المذكرة.

إهداء

{ قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون }

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا
بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ولا تطيب
الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا برويتك.

إلى من بلغ الرسالة وأوى الأمانة ونصح الأمة إلى نبي
الرحمة ونور العالمين سيرنا محمد صلى الله عليه
وسلم.



فهرس المحتويات



فهرس المحتويات

المحتوى	الصفحة
بسملة	
كلمة شكر	
الإهداء	
فهرس المحتويات	
قائمة الجداول	

مقدمة.....أ

الجانب النظري

الإطار المنهجي

- 1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:.....4
- 2- فرضيات الدراسة :.....5
- 3- أسباب اختيار الموضوع :.....6
- 4- تحديد مفاهيم الدراسة:.....6
- 5- منهج الدراسة:.....9
- 6- أدوات الدراسة :10
- 7- أهمية وأهداف الدراسة:.....14
- 8- الدراسات السابقة :14
- 9- المقاربة النظرية المستخدمة:.....20
- 10- صعوبات البحث:.....22

الفصل الأول : شبكات التواصل الإجتماعي

- 1- نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي 24
- 2- ماهية شبكات التواصل الاجتماعي 25
- 3- أسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي 27
- 4- نماذج من شبكات مواقع التواصل الاجتماعية 27
- 5- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي 37
- 6- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي 38

الفصل الثاني : العملية التواصلية

- 1- الاتصال والتواصل :: 40
- 2- الفرق بين الاتصال والتواصل 41
- 3- أهمية التواصل 44
- 4- الانترنت 44
- 5- أهداف العملية الاتصالية: 45
- 6- عملية الاتصال وعناصرها 46
- 7- أنواع العملية الاتصالية 49

الجانب التطبيقي

الفصل الثالث: تحليل وتفسير جداول البيانات

- المحور الأول : البيانات الشخصية 53
- المحور الثاني : استخدامات شبكات التواصل الإجتماعي عند الطلبة الجامعيين 55
- المحور الثالث : المحتوى الإتصالي والحاجات الشخصية 59
- المحور الرابع : الإشباعات المحققة من شبكات التواصل : 63
- نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات : 69

72خاتمة

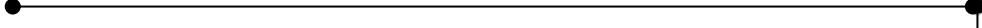
74قائمة المراجع

الملاحق

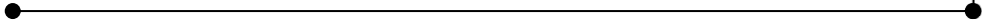
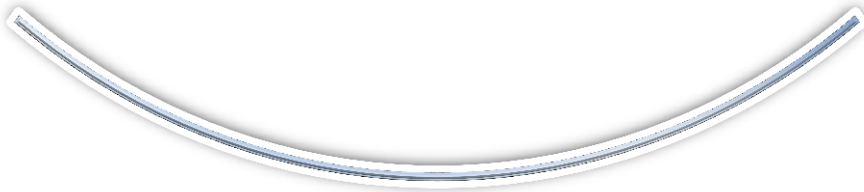
قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس	53
02	يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير السن	53
03	ايوضح مفردات عينية حسب متغير المستوى الجامعي	54
04	يبين إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي	55
05	يوضح شبكات التواصل الإجتماعي المفضلة	55
06	يمثل الشبكات الأكثر إستخداما	56
07	يوضح الوقت المفضل لتصفح مواقع التواصل الإجتماعي	56
08	يبين الحجم الساعي لتصفح مواقع التواصل الإجتماعي	57
09	يبين أماكن تصفح مواقع التواصل الإجتماعي	57
10	يوضح الوسيلة المفضلة في التصفح	58
11	يوضح مدة الإشتراك في مواقع التواصل الإجتماعي	58
12	يوضح اللغة المفضلة في تصفح مواقع التواصل الإجتماعي	59
13	يوضح كيفية إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي	59
14	يوضح المواضيع المهمة على مواقع التواصل الإجتماعي	60
15	يوضح الخدمات المفضلة على مواقع التواصل الإجتماعي	60
16	يوضح التفاعل مع المضامين عبر الشبكات التواصل	61
17	يوضح تصفح شبكات التواصل الإجتماعي	61
18	يوضح مدى جاذبية مواقع التواصل الإجتماعي	62
19	يوضح الإشتراك في صفحات خاصة بالجامعة	62
20	يوضح المحتويات المفضلة عبر شبكات التواصل الإجتماعي	63
21	يوضح الإشباعات المحققة من خلال استخدام شبكات التواصل	63

22	يوضح درجة الإعتماد على شبكات التواصل كوسيلة إتصالية	64
23	يوضح إستمداد المعلومات الجامعية عبر صفحات على شبكات التواصل	64
24	يوضح الشعور بالأمان أثناء التواصل عبر شبكات التواصل الإجتماعي	64
25	يوضح مدى تطابق قائمة الأصدقاء على شبكات التواصل معها في الواقع	65
26	يوضح عادات التواصل على شبكات التواصل الإجتماعي	65
27	يوضح مدى نجاح شبكات التواصل في تفعيل العملية التواصلية	66
28	يوضح خاصية الحوار والتفاعلية تزيد من نسبة الاشتراك وتدعم العملية الاتصالية	66
29	يوضح تغلب الحاجات الاجتماعية والمعرفية على المحتوى الإتصالي	67
30	يوضح الإستخدام بشكل يومي يدل على مختلف الإشباعات	68



مقدمة



يشهد العالم تطورات سريعة في ميدان الاتصال، انعكست بصورة كبيرة على ميدان الإعلام الرقمي الذي جمع بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، مما أدى إلى ظهور سوق حقيقي للوسائط المتعددة، التي تسمح بإدماج الكثير من المعطيات من مصادر مختلفة، كالنصوص والصور والأصوات والبيانات والرسومات والفيديو، رامية بذلك إلى تطوير الأشكال الجديدة لمنتجات الوسائط المتعددة التفاعلية، و دفع المستخدم لاقتنائها في وقت كان استعماله يقتصر على وسائل الإعلام التقليدية، في ظل بحث المستخدم عن فضاءات أفضل للتعبير والاتصال، وهذا أيضا ما خلقته الثورة من أنماط إعلامية جديدة، في مقدمتها وسائل التواصل الاجتماعي كأحد أشكال الإعلام الجديد والتي باتت ترسم له علاقته بالبيئة المحيطة وتحدد نمط وشكل مشاركته الاجتماعية.

ان ظهور شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية وفرت في توقيتات متزامنة "فتحا تاريخيا" نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة وأعطى مستخدميه فرصا كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. ولقد أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للتعاطي المباشر والفوري من جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها محللو وخبراء الإعلام والاتصال. كما أصبحت هذه المواقع جزءا لا يتجزأ من حياة عدد كبير من الطلبة الجامعيين ولا يمكن الاستغناء عنها ومن بين هذه المواقع الفيس بوك باعتباره الأكثر استخداما وتأثيرا على مستوى واسع النطاق، إذ يعتبر طلبة الجامعات من أكثر فئات المجتمع تأثرا بهذه المواقع، نظرا لتأثيراتها السلبية والإيجابية على حياتهم إذ طالت تلك التأثيرات منظومة القيم الاجتماعية والثقافية للشباب الجزائري عامة والطلبة الجامعيين خاصة، بحيث زادت من الانفتاح والتطبع بما يجري في الغرب بين طلبة الجامعة، ما نتج عنه طغيان على العادات والتقاليد وقلة التواصل بين أفراد الأسرة الواحدة، بحيث أصبح لكل فرد عالمه الخاص على هذه المواقع، مما أوجد ذلك الكثير من الإيجابيات التي يجب الاحتفاظ بها والسلبيات التي يجب التخلص منها، ودراستنا هاته جاءت لتبين دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل العملية الاتصالية لدى الطلبة الجامعيين مع التركيز على العملية الاتصالية لموقع الفيس بوك على طلبة، و توضيح مجالات و استخدامات هذا الموقع الذي يغوص فيه طلاب الجامعة باحترافية ومدى وعي الطلبة من حيث فهمهم وتوجههم في عملية استخدامهم لهذه التقنية.

وفي ضوء ما تم التطرق إليه آنفا، تأتي هذه الدراسة لرصد العملية التواصلية لشبكات التواصل الاجتماعي وتحديد العملية التواصلية لموقع الفيس بوك على الطلبة الجامعيين لعينة من طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة عمار تليجي بالأغواط، ويرجع سبب اختيار هذا الموضوع للانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى إقبال الطلبة على استخدامها، و وضوح عدة تأثيرات ناتجة عن انتشار استخدام هذه المواقع ما جعل هذا النوع من التواصل محل دراسة وبحث خاصة مع تواتر السليبيات و الايجابيات التي ترد يوما بعد يوم في التراث العلمي الميداني لبحوث الاتصال.

ومن هذا المنطلق تم تقسيم هذه الدراسة إلى جانبين، جانب نظري والآخر تطبيقي: الأول يتوزع على إطارين، الأول الإطار المنهجي والإطار النظري والجانب التطبيقي للدراسة، نلخص محتواها في الآتي :

الإطار المنهجي: فقد تناولنا فيه مشكلة الدراسة وطرح تساؤلاتها وعرض فرضيات الدراسة وأسباب اختيار الموضوع، وأهميتها وأهدافها، وتحديد المفاهيم ، وصعوبات الدراسة ، وعرض الدراسات السابقة التي لها علاقة بدراستنا، والمقاربة النظرية المستخدمة.

الجانب النظري: ضم فصلين الأول شبكات التواصل الاجتماعي ، والذي بدوره احتوى على ثلاثة عناصر، الأول تطرق إلى ماهية الفيسبوك ،أما الثاني تعرضنا فيه إلى انسغرام ، وفي العنصر الأخير فكان موضوعه حول اليوتوب.

أما الثاني: العملية التواصلية الرقمية ، وقد احتوى على العملية التواصلية لمواقع التواصل الاجتماعي ، و مفهوم العملية في وسائل الاتصال، ووظائف مواقع التواصل الاجتماعي، والعملية التواصلية لمواقع التواصل الاجتماعي.

الإطار التطبيقي: حيث تناولنا فيه عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة ، حيث احتوى على :

- تعريف الاستثمارات
- وصف الجداول .
- تحليل الجداول .
- النتائج العامة للدراسة

الاطار المنهجي للدراسة

- (1) إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
- (2) فرضيات الدراسة
- (3) أسباب اختيار الموضوع
- (4) تحديد مفاهيم الدراسة
- (5) منهج الدراسة
- (6) أدوات الدراسة
- (7) أهمية وأهداف الدراسة
- (8) الدراسات السابقة
- (9) المقاربة النظرية المستخدمة
- (10) صعوبات البحث

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها :

يعد الفيس بوك من أهم ركائز شبكات التواصل الاجتماعي، حيث خلق العديد من الأدوار وتزاحمت فيه العديد من العلاقات والتفاعليات بفضل الميزات التي يمتلكها من انفتاح، خصوصية، الحضور الدائم على الشبكة، إخفاء الهوية... و الفيس بوك كأحد هذه المواقع المهمة ، والذي تم إنشاؤه من قبل الأمريكي مارك زوكربيرغ سنة 2004 ، بغية ضم أصدقاء الجامعة في موقع واحد وضمان الاستمرارية والتواصل فيما بينهم، وأصبح الآن يضم عدد كبير من المشتركين من مختلف بقاع العالم، ويعتمد عليه كل أصناف الجماهير، فأصبح جمهور الفيس بوك جمهورا عريضا يحوي كل فئات المجتمع.

كما يعد اليوتيوب أحد مواقع التواصل الاجتماعي الشهيرة و الذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، و خصوصا في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت و وقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها: الكوارث الطبيعية و التحركات و الانتفاضات الجماهيرية و الثورات الشعبية.

وكان تأسيس "يوتيوب" كموقع مستقل في الرابع عشر من فبراير من عام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي هيرلي و التايواني تشين و البنغالي جاودكريم اللذين يعملون في شركة pal pay . والانسستغرام هو من ضمن أحد مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يعمل على مشاركة الصور والفيديوهات والرسال من الكمبيوتر والهواتف الذكية كالفيس بوك وتويتر، وعند إنشاء حساب عليه يمكن لمتابعيك رؤية المنشور التي تنشرها، كما يمكن للمستخدم وضع قصة STORY ومشاركتها مع متابعيه، فهو موقع مجاني تماما، ويمكن لأي شخص فتح حساب عليه.

وتعد فئة الطلبة الجامعيين أحد هذه الفئات كونهم يمثلون نخبة المجتمع والطبقة المثقفة فيه، فإنهم ينشرون ويتفاعلون حسب توجهاتهم واهتماماتهم العلمية، نظرا للتحديات التي يفرضها عصر المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات، وباعتبارها أكثر الشرائح الاجتماعية حيوية ووعي مما يجعلهم الأكثر عطاء، فالطالب كباحث علمي مطالب بالبحث عن المعلومة عبر مراحل تعليمه الجامعي وفي أي فضاء كان داخل الحرم الجامعي أو خارجه، وذلك لتحصيل أكبر قدر ممكن من العلم والمعرفة في ظل التغيرات والتطورات التكنولوجية والمعرفية التي فرضت عليه ضرورة الاعتماد على طرق وأنظمة تحصيلية جديدة، تكون مكاملة للتحصيل التقليدي، واستخدام الفيس بوك واليوتيوب والانسستغرام يعد أحد هذه المظاهر،

حيث أصبح استخدامهم الخاضع لهذه التكنولوجيا القائمة على أساس اجتماعي، بشكل يومي من طرف الطلبة الجامعيين وا واستخدامها في أغراض تعليمية والاستفادة منها، الأمر الذي دفعنا إلى طرح التساؤل التالي :

ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، أنستغرام) في تفعيل العملية الاتصالية الناتجة عن مختلف الاستخدامات لمنصات "فيس بوك، أنستغرام ، يوتوب" من طرف طلبة جامعة الأغواط ؟

ويمكن أن نلخص مشكلة بحثنا بالتساؤلات التالية :

✍ لماذا يتم الإقبال الكبير لاستخدام منصات شبكات التواصل الاجتماعي(فيسبوك، يوتيوب، أنستغرام) من طلبة جامعة الأغواط ؟

✍ ما المحتوى الاتصالي الذي يستخدمه طلبة جامعة الأغواط من منصات شبكات التواصل الاجتماعي(فيسبوك، يوتيوب، أنستغرام) ؟

✍ هل هذا المحتوى الاتصالي أدى إلى إشباع حاجات الطلبة في جامعة الأغواط ؟

2- فرضيات الدراسة :

تعد الفرضيات من أهم العناصر في البحث العلمي لأنها تساعد الباحث في الاتجاه نحو الحقيقة التي أثارها مشكلة البحث و التساؤلات، فهي تساعد على اقتصار الوقت و الجهد و المال وتبعده في الوقوع في متاهات.

وعليه اشتملت دراستنا على الفرضيات التالية:

✍ إن خاصية الحوار والتفاعلية التي تختص بها مواقع شبكات التواصل الاجتماعي(فيسبوك، يوتيوب، أنستغرام) تزيد من سبب الاشتراك في المواقع ويدعم العملية الاتصالية له بين الطلبة و الآخرين.

✍ يغلب على المحتوى الاتصالي أثناء استخدام الطلبة لمنصات التواصل الاجتماعي(فيسبوك، يوتيوب، أنستغرام) الحاجات الاجتماعية و الأكاديمية "التعليمية" و المعرفية

✍ الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي(فيسبوك، يوتيوب، أنستغرام) بشكل يومي وبرغبة

التواصل يدل على تحقق مختلف الاشباعات لدى الطلبة.

3- أسباب اختيار الموضوع :

تعتبر عملية اختيار موضوع الدراسة هي أول خطوة يخطها الباحث حيث يبين و يبرز الموضوع الذي أثار اهتمامه، كظاهرة تحتاج إلى الدراسة ومن السائد و المعروف بأن كل موضوع يختاره الباحث أي كان نوعه فهو لابد له من أسباب معينة تدفع الباحث للتوجه إليه، و من بين الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع ما يلي:

أ- الأسباب الذاتية :

- اكتشاف معارف جديدة و التوصل إلى حقيقة أو قاعدة لم يتم التوصل مسبقا أو أضيف شيئا جديدا لحقيقة توصل إليها الباحثين أو العلماء مسبقا .
- اهتماماتي الشخصية بهذه القضية و ميولي و رغباتي في البحث و زيادة التعرف على هذا الجانب .
- الملاحظة الشخصية لانتشار اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك ، يوتيوب أنستغرام) في الاطلاع على مستجدات الأخبار و تلبية الاحتياجات مما زاد من إحساسي بالمشكلة محل الدراسة.

ب- الأسباب الموضوعية :

- إدراك للأهمية التي أصبحت تمثلها شبكات التواصل الاجتماعي في حياة الشباب الجزائري .
- معرفة وفهم تصرفات وميولات و سلوكات طلبة جامعة الأغواط وراء هذه الشبكات الاجتماعية .
- محاولة تسليط الضوء على الفيس بوك واعتماده من طرف الطلبة كمصدر للأخبار والمعلومات و تلبية لرغباتهم و حاجياتهم .
- لغموض الموضوع وعدم وجود معطيات جديدة للعملية الاتصالية .
- الانتشار السريع لشبكات التواصل الاجتماعي .
- الاستخدام المتزايد للطلبة لموقع الفيس بوك، يوتيوب ، انستغرام.

4- تحديد مفاهيم الدراسة:

يعد تحديد المفاهيم ومصطلحات الدراسة أحد الطرق المستوجبة في إجراء أي بحث علمي أو دراسة علمية، لأنه يضع تعريفات واضحة ومحددة لكل مفهوم أو مصطلح يستخدمه الباحث في بحثه أو

دارسته يسهل عليه عملية البحث، ومن خلال هذا كان علينا التطرق إلى تعاريف للمفاهيم والمصطلحات المفتاحية للدراسة على النحو التالي:

(أ) **العملية** :لغة: ما يقدر من خدمة أو طعام أو رزق وغير ذلك في زمن معين، وتأتي بمعنى الخدمة المعينة.

- اصطلاحا: هي وحدة من وحدات العمل تتكون من عدة أنشطة مجتمعة مع بعضها في المضمون و الشكل و يمكن أن يقوم بها موظف واحد أو أكثر.

(ب) **الاتصال :لغة:** كلمة اتصال في اللغة العربية من جذر "وصل"، والذي يحمل معنيين اثنين الأول هو "الربط" بين شيئين أو شخصين أي إيجاد علاقة من نوع معين تربط بين الطرفين، أما المعنى الثاني "فهو البلوغ و الانتهاء إلى غاية معينة".

اصطلاحا: يشيع استعمال الاتصال كفعل أو كمفهوم لدى عدد كبير من الناس، وهم في هذا قد يتفقون أو يختلفون حول ما يعتبرونه اتصالا، فالاتصال اليوم يعد من بين المفاهيم البسيطة والمعقدة في نفس الوقت بسيط لأنه فعل وعملية بيولوجية واجتماعية أولية، الكل يقم بها بشكل إرادي أو عفوي ومعقد لأنه باستعمالاته وتطبيقاته الواسعة صار مجالا كبيرا للتدخل بين الاختصاصات العلمية.

المفهوم الإجرائي للعملية الاتصالية: ترتبط العملية الاتصالية ارتباطا وثيقا بالوسيلة الاتصالية، و المحتوى الاتصالي إذ يجب التمييز بين المحتوى الاتصالي الذي تعرضه هذه الوسيلة، وبين خصائص الوسيلة نفسها فهناك بعض العمليات ترتبط تماما بمحتوى وسائل الإعلام وعمليات أخرى ترتبط بنوع الوسيلة المستخدمة أو بظروف الاستخدام وليس بالمحتوى.

د- موقع الفيس بوك :

اصطلاحا: هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين و التفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أفراد إلى قائمة أصدقائهم و إرسال الرسائل إليهم و أيضا تحديث ملفاتهم الشخصية.

-**إجرائيا:** الفيس بوك هو موقع الكتروني يسمح لمستخدميه وهم الطلبة الجامعيين حسب هذه الدراسة بالتواصل فيما بينهم ومع غيرهم في عالم افتراضي يتقاسمون فيه اهتماماتهم، ويتبادلون أفكارهم و آرائهم حول القضايا المطروحة.

هـ- المفهوم الإجرائي للعملية الاتصالية لموقع الفيس بوك : هو ربط مجموعة من الأصدقاء عن طريق مجموعة من الأدوات التي تعمل على تفعيل المشاركة المتبادلة بالمعلومات و البيانات و الصور ومقاطع الفيديو والتي ينتجها المستخدم بالاعتماد على نفسه أو الاستفادة من مواقع أخرى، و التي تسعى عن طريقها إلى نشر معلومات، فهي تعد نافذة للطلبة للترفيه و الأخبار والتثقيف التي تسمح بمجال كافي من الحرية و المشاركة و التفاعلية.

ك) الطالب : لغة: من الطلب أي السعي وراء الشيء للحصول عليه .

اصطلاحا: هو كل شخص ينتمي لمكان تعليمي معين مثل المدرسة أو الجامعة أو الكلية أو المعهد أو المركز، وينتمي لها من اجل الحصول على العلم، و امتلاك شهادة معترف بها من ذاك المكان، حتى يستطيع ممارسة حياته العلمية فيما بعد تبعا للشهادة المتحصل عليها .

إجرائيا: هو كل فرد لديه الرغبة في التعلم ويسعى للحصول على العلم حتى يساهم في تقدم المجتمع من خلال علمه، و الطالب الجامعي هو ذلك الطالب الذي قد تدرج في مراحل تعليمية مختلفة بداية من المرحلة الابتدائية مروراً بالمرحلة المتوسطة انتهاءاً بالمرحلة الثانوية، تلك المرحلة التي يجب أن يحقق فيها الطالب معدلا دراسيا محددًا للالتحاق بالجامعة التي تعتبر مفارقة هامة في حياته العلمية بجانب الحياة العملية.

اليوتيوب

التعريف الاصطلاحي:

هو أحد أشهر المواقع الالكترونية وثالث أكبر موقع زيادة على شبكة الانترنت حسب تصنيف " موقع اليسكا العالمي "

وهو الموقع الأول في عرض ملفات الفيديو وتقوم فكرة الموقع على إمكانية ارفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الأنترنت دون تكلفة مالية فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من ارفاق أي عدد من الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم¹.

¹ -حسيبة حسيبي ، نوحة أم كلثوم، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو المضامين الإعلامية في اليوتيوب، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في تكنولوجيا الاتصال الحديثة، شعبة علوم الاعلام و الاتصال، ورقة ، 2017 ص 20،

التعريف الإجرائي:

هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يهتم بنشر الفيديوهات واستخدمه المدونين من أجل نشر فيديوهاتهم والتأثير على الشباب ولكي يصلوا لعدد كبير من الجماهير.

انستغرام

اصطلاحا :

هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يعمل على مشاركة الصور والفيديوهات والرسائل من الكمبيوتر والهواتف الذكية كالفيس بوك وتويتر، وعند إنشاء حساب عليه يمكن لمتابعيك رؤية المنشور التي تنشرها، كما يمكن للمستخدم وضع قصة ومشاركتها مع متابعيه، فهو موقع مجاني تماما، ويمكن لأي شخص فتح حساب عليه.

التعريف الإجرائي:

هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يهتم بنشرالصور و الفيديوهات واستخدمه المدونين من أجل نشر صورهم و فيديوهاتهم لجلب أكبر عدد ممكن من المتابعين والمعجبين .

(ع) الطلبة الجامعيين :

اصطلاحا: هم الأشخاص الذين سمحت لهم كفاءتهم العلمية بالانتقال من مرحلة الثانوية إلى الجامعة لمتابعة دراستهم وفق تخصص علمي ما .

إجرائيا: يمثل الطلبة الجامعيون في هذه الدراسة المجتمع الذي سوف تجرى حوله الدراسة بناء على كفاءتهم العلمية و مستواهم المعرفي، وهم طلبة جامعة عمار ثلجي بالأغواط المنتمون إلى شعبة علوم الإعلام و الاتصال بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية.

5- منهج الدراسة:

تندرج هذه الدراسة حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل العملية الاتصالية ضمن الدراسات الميدانية، التي تهدف من خلالها إلى إظهار عادات وأنماط(دوافع و أهمية) استخدام الطلبة لمنصات الفيس بوك وكذا درجة اتصالهم على هذه المنصات التواصلية، وكذا التعرف على المحتوى

الاتصالي الذي يستخدمه الطلبة، وأيضاً التعرف إلى مدى تحقيق الاشباعات والاحتياجات من خلال الاستخدام الدائم للطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي.

وانطلاقاً من طبيعة الموضوع وأهدافه اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي والذي نقصد به تلك الطريقة التي يعتمد عليها الباحثون في الحصول على المعلومات الوافية على الواقع الاجتماعي ويمكن تعريفه أيضاً بأنه طريقة للتحليل و التفسير بشكل علمي من اجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية أو مشكلة اجتماعية ، ويعتقد الكاتب نفسه بان المسح الاجتماعي يمكن أن يتضمن عدة عمليات كتحديد الغرض منه، وتعريف مشكلة البحث و تحليلها وتحديد نطاق ومجال المسح وفحص جميع الوثائق المتعلقة بالمشكلة وتفسير النتائج وأخيراً الوصول إلى الاستنتاجات و استخدامها لأغراض علمية وعملية ويرى آخرون أن المنهج الوصفي التحليلي يعتبر طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كمياً عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة لهذا يعتبر المنهج الوصفي التحليلي أكثر ملائمة للكشف عن حقيقة الظاهرة و إبراز حقائقها، من خلال التعرف عليها كمياً وكما من اجل استخلاص والوصول إلى نتائج يمكن تعميمها . فدراستنا تهدف إلى دور العملية او الوظيفة الاتصالية التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي "فيس بوك"، يوتيوب ، انستغرام ، عند طلبة جامعة الاغواط، كما هي في الواقع من خلال استخدام أدوات البحث التي يمكن استعمالها في المنهج الوصفي التحليلي مع التعبير عنها كمياً وكيفياً، من خلال تحويل إجابات المبحوثين إلى أرقام في جداول إحصائية، التي تقيدنا في تحليل وتفسير البيانات التي تدل على الملاحظات أي السلوكيات الاتصالية للطلبة أثناء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، و هي عبارة عن مؤشرات دالة عن الواقع المدروس الذي يسعى في فهم العملية الاتصالية التي توفرها منصات شبكات التواصل الاجتماعي.

6- أدوات الدراسة :

تدخل هذه الدراسة في إطار الدراسات الميدانية ذات الصيغة الوصفية كما سبق ذكره من قبل وحتى نتمكن من الوصول إلى المعلومات الأزمنة وتحقيق الهدف من الدراسة لابد من الاستعانة بأدوات مناسبة وجمع المعلومات التي تتماشى مع طبيعة الوصفية ، ارتأينا أن نعتمد على جملة من الأدوات الخاصة لجمع البيانات وهي الملاحظة والاستمارة.

أ) **الملاحظة:** هي عبارة تفاعل و تبادل المعلومات بين شخصين أو أكثر، احدهما الباحث، و الآخر المستجيب أو المبحوث، لجمع معلومات محددة حول موضوع معين، ويلاحظ الباحث أثناءها ردود فعل المبحوث .

وهي إحدى أدوات البحث العلمي و التي استخدمها الإنسان منذ القدم، لذلك تعد أحد أقدم أنواع أدوات البحث العلمي، وهي عبارة عن جهد حسي وعقلي يقوم به الباحث لمراقبة سلوك ما أو ظاهرة معينة، ومن ثم يقوم بدراسة هذا السلوك للحصول على معلومات دقيقة يستطيع من خلالها تشخيص هذا السلوك، وتعتمد الملاحظة على خبرة وقابلية الباحث في الصبر لفترات طويلة لتسجيل المعلومات.

فمن خلالها استطعنا تكوين بعض الأفكار و التصورات حول المشكلة "الموضوع"، حيث يركز الموضوع على العمليات او الوظائف الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي كعنصر مهم في العملية الاتصالية.

فبعض الملاحظات سهلت علينا اختيار ما يتطابق حقيقتا مع الواقع أي المؤشرات الدالة، مما سهل لنا ذلك في اختيار الموضوع وبناء الإشكالية وفرضيات الدراسة الأكثر واقعية، كما استخدمنا الملاحظة خاصة في الدراسة الاستطلاعية من اجل بناء وصياغة استمارة البحث، وما تحتويه من أسئلة التي نتحصل من خلالها على معلومات التي تخص موضوع الدراسة، وكذا أثناء تجربتها على عدد قليل من الطلبة حتى يتسنى لنا تعديل وتغيير أو حتى حذف بعض الأسئلة الغير مهمة، ولهذا اعتمدنا على الملاحظة تقريبا في كل مراحل الدراسة، باعتبارها الوسيلة الوحيدة التي تساعدنا في اكتشاف الظاهرة، والتأكد من المعلومات التي تم جمعها.

ب) **استمارة الاستبيان:** هي وسيلة للاتصال بالمبحوثين واستفسارهم بشكل مماثل وهي تقنية مباشرة لتقصي المعلومات من أشخاص تسمح باستفسارهم قصد الحصول على علاقة رياضية وعقد مقارنات كمية هي عبارة عن نموذج يشتمل على مجموعة من الأسئلة التي يصوغها الباحث وفق ، لرؤيته، هادفاً ذلك جمع المعلومات الرقمية أو الوصفية عن عينة من الأفراد، يقوم الباحث باختيارها حسب طبيعة الدراسة .

وتستخدم الاستمارة غالبا في الدراسات الميدانية خاصة تلك المتعلقة بدراسات الجمهور بهدف معرفة آرائهم حول الموضوع محل الدراسة ويتم تعميم استمارة الاستبيان من خلال تقسيمها إلى ثلاثة أجزاء رئيسية وهي:

☞ المقدمة: تتضمن التعريف بالدراسة و أهميتها وتحفيز المبحوث إلى الإجابة.

☞ إرشادات والتوجيهات وأيضا عنوان البحث .

☞ المضمون: هو الجزء الرئيسي يتم عرض فيه الأسئلة لتوفير إجابة محددة و كافية لدى

الباحث حول موضوع بحثه، وتعد الاستمارة في دراستنا الميدانية أداة أساسية في جمع المعلومات.

- وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على الاستبيان الذي يعرف بأنه مجموعة من الأسئلة أو العبارات المكتوبة مزودة بإجاباتها أو الآراء المحتملة أو بفرغ للإجابة عنها...ويستخدم الاستبيان في الحصول على معلومات وبيانات وحقائق غير معروفة للأفراد المعنيين بموضوع الاستبيان ولا نستطيع الحصول على هذه المعلومات بواسطة أداة أخرى.

عينة الدراسة :

وتعرف العينة بأنها مجموعة من الأفراد مختارة من مجتمع البحث على أسس علمية واضحة، وتأخذ أشكالاً مختلفة بناء على نوعية وظروف البحث، وقد استخدمت لتسهيل عملية البحث العلمي.

وهناك من يرى أن العينة هي: مجموعة صغيرة من مجتمع البحث و التي يمكن من خلال دراستها إلقاء الضوء على المجتمع البحثي الذي تم اختياراً منه¹.

ونظراً لصعوبة القيام بمسح شامل لمجتمع البحث " كل طلبة جامعة عمار ثلجي الأغواط " ولمحدودية الإمكانيات المادية و الزمنية المتوفرة لدينا، تحتم علينا إجراء الدراسة على جزء قليل فقط من مفردات المجتمع الكلي ،وذلك باختيار جزء معين من مفرداته وإخضاعها للدراسة على أساس الخروج بنتائج تسري على كل مجتمع البحث، و في دراستنا اعتمدنا على المعاينة العشوائية(العينة العشوائية)

وتكونت عينة الدراسة من (100) طالب من طلبة جامعة عمار ثلجي الأغواط

بناء أسئلة الاستمارة:

وذلك من خلال تقديم أسئلة الاستمارة للأستاذ المشرف والذي قام بدوره بالنظر إلى الأسئلة وتعديلها، وبعد القيام بتعديلات اللازمة قمنا بتحرير الاستمارة وتوزيعها على عينة أولية من مجتمع البحث.

وبعد اطلاع الأستاذ على الاستمارة الأولية قمنا بإجراء التعديلات النهائية معه ، لتوزيعها على عينة البحث قيد الدراسة.

¹ - محمد محمود ربيع، مناهج البحث في العلوم السياسية، مكتبة الفلاح، الكويت، 1987 ، ص64-63

حيث اعتمدنا على استمارة تحتوي على 28 سؤال موجهة إلى المبحوثين بهدف الإجابة على التساؤل الرئيسي وعلى تساؤلات الدراسة، وعليه احتوت الاستمارة على أربع محاور :

المحور الأول المتعلق بالبيانات العامة وهي الجنس والسن والمستوى الجامعي، والتي تهدف هذه الأسئلة إلى التعرف عن سمات عينة البحث وخبرتهم.

المحور الثاني المتعلق بإستخدامات شبكات التواصل الإجتماعي عند الطلبة الجامعيين حيث ضم (08) أسئلة .

المحور الثالث المتعلق بالمحتوى الإتصالي والحاجات الشخصية وضم كذلك (08) اسئلة متنوعة .

المحور الرابع الإشباعات المحققة عبر شبكات التواصل وضم (09) أسئلة .

-أدوات العرض والتحليل: في هذه الدراسة استخدمنا مجموعة من الأدوات التحليل هي:

أ- أدوات العرض:

-وضع التكرارات وتقسيمها وجدولتها.

-مقارنة التكرارات عن طريق النسب المئوية.

ب- أدوات التحليل:

في هذه المرحلة يتم قراءة الجداول إحصائية و تحليلها وتفسيرها.

وقد تم استخدام مجموعة من الأدوات وهي:

-البرنامج الإحصائي spss

-الجداول الإحصائية.

مجالات الدراسة : التزمت الدراسة بالمجالات التالية :

أ -المجال المكاني :وتتعلق بالمجال الجغرافي الذي تجرى فيه الدراسة و المتمثل في المحيط الجامعي باعتباره المكان الأنسب للدراسة، فالدراسة أنجزت في جامعة الأغواط.

ب -المجال الزمني :تتعلق بالحيز الزمني الذي سوف تتم فيه الدراسة، التي بدأت من شهر أفريل لسنة 2021 الى غاية جوان من سنة 2021 ، بحيث انقسمت هذه الفترة إلى 3 مراحل وهي:

-المرحلة الاستطلاعية أثناء بناء فكرة الموضوع والإشكالية.

-مرحلة توزيع الاستمارة.

-مرحلة جمع وتحليل البيانات والمعلومات

7- أهمية وأهداف الدراسة:

أهمية الدراسة : تتمثل أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته ، حيث تعتبر أهمية الدراسة من خلال معالجة العملية الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة اعمار ثليجي بالاغواط.

تعد استخدامات الطلبة الجامعيين للشبكات الاجتماعية من خلال مختلف المضامين التي تحتويها سواء من ناحية العلمية كالبحث العلمي و تحميل الكتب أو الوظائف الاتصالية كالأخبار و الدردشة و تلبية رغباتهم المختلفة.

- معرفة مدى استخدام شباب جامعة الاغواط لموقع الفيس بوك.

- أهمية الكشف عن علاقة الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي و حدود تأثيرها عليهم.

أهداف الدراسة: إن الهدف من دراسة العملية الاتصالية لموقع الفيس بوك لدى الطلبة هي :

✓تسليط الضوء على حلقة من حلقات الاتصال الجديد و التعرف على مدى انتشار هذه المواقع في أوساط الطلبة، وأيضا التعرف على درجة التفاعل للطلبة في مواقع التواصل الاجتماعي، وارتباطه بالعملية الاتصالية وتأثيرها على الطلبة في عصر العولمة .

✓معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع الفيس بوك لتلبية حاجياتهم المختلفة .

✓رصد آراء و اتجاهات الشباب الجامعي حول ما تقدمه لهم هذا الموقع من أخبار وأفكار.

✓تحديد كثافة الاستخدام لموقع الفيس بوك من خلال نوع الأخبار، دوافع الاستخدام ، و نوع

المضامين التي تحظى باهتمام الشباب الجامعي ودرجة تلبية حاجياتهم ورغباتهم.

✓الكشف عن أسلوب التعامل الشباب الجامعي مع الواقع الذي يقدمه موقع الفيس بوك ..

8- الدراسات السابقة :

هناك عدة دراسات تطرقت لأثر استخدام العملية الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" على طلبة الجامعيين، وقد حاولنا قدر الإمكان الحصول على دراسات قد تكون سابقة أو مشابهة لهذا الموضوع، وفيما يلي عرض لبعض هذه الدراسات.

الدراسة الأولى: تحت عنوان: تداول المعلومات الافتراضية على شبكة الانترنت - شبكات التواصل الاجتماعي نموذجا- دراسة استكشافية، وصفية تحليلية على عينة من مستخدمي الفيس بوك.¹

حول الإشكالية التالية: ما دور مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها مجتمعات تمحورت هذه الدراسة افتراضية على شبكة الانترنت كوسيلة لتداول المعلومات بين مستخدميها؟ شملت هذه الدراسة على مجموعة من التساؤلات تمثلت في :

- ما طبيعة الفضاء الذي يتم داخله ومن خلاله تداول المعلومات بمختلف أنواعها و أشكالها؟
- ما دور المجتمعات الافتراضية و الكيانات الاجتماعية الالكترونية (على الخط) في تكريس وتوفير مساحة ملائمة لتداول المعلومات؟

- ما هو نوع المعلومات التي يتم تداولها و الحوامل التي يتم الاستعانة بها لتداول المعلومات الالكترونية داخل المجتمعات الافتراضية؟

- حيث شملت هذه الدراسة على 421 مفردة وتم اختيارها بطريقة عشوائية معتمدين على المنهج الوصفي، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم تطبيق أداة الاستمارة بحيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف بهذه الوسيلة الالكترونية، إلقاء الضوء على مجتمع يعتبره الكثير من الباحثين كمقدمة للمجتمعات المستقبلية، رصد تجربة الإعلام الاجتماعي داخل المجتمعات الافتراضية، المقارنة بين الأنواع المختلفة للمجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت.

- تمثلت خلاصة هذه الدراسة في أن الفضاء الافتراضي فضاء مستحدث خلقه الإنسان قصد التقريب بين الفضائين العقلي والفيزيائي و أيضا ركزت هذه الدراسة على إبراز أهمية المجتمع الافتراضي، و أيضا الاهتمام بالتطورات التي تحصل في مختلف الميادين.

العلاقة بين دراستنا و الدراسة الحالية: التعرف على المجتمع الافتراضي و مختلف المواضيع التي يتم التعرض لها وربطها مع دراستنا التي تركز على معرفة نوعية المواضيع التي يتم التفاعل معها من خلال ممارسة الطالب لنشاطه الاجتماعي عبر مواقع التواصل، و أيضا بينت هذه الدراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها مجتمعات افتراضية على شبكة الانترنت كوسيلة لتداول مختلف المعلومات وهذا ما ساعدنا في استنتاجاتنا لدراستنا.

¹ - محمد أمين عيوب، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال تخصص مجتمع المعلومات.دفعه لسنة

2011- 2012 في جامعة الجزائر 3

الدراسة الثانية: تحت عنوان: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من جهة نظر الصحفيين الأردنيين¹، وكانت الإشكالية: ما الدور التي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في تركت هذه الدراسة التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين؟ تفرع سؤال الدراسة الرئيسي إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في التهيئة و التحريض على الاحتجاجات كشكل من أشكال التعبير السياسي في تونس و مصر؟

- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في مقاومة الرقابة و الحجب و الدعاية في الإعلام الرسمي كشكل من أشكال التغيير السياسي في تونس و مصر؟

- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام المحلي و الإقليمي و الدولي كشكل من أشكال التغيير السياسي في تونس ومصر؟ هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في مقاومة الرقابة و الحجب و الدعاية في الإعلام الرسمي للبلدين، أيضا الوقوف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على وسائل الإعلام التقليدي، اقتصرت هذه الدراسة على الصحفيين الأردنيين خلال الفترة الواقعة ما بين أغسطس وحتى 31 تشرين الأول 2011، تكونت عينة الدراسة من 342 مفردة .

خلاصة الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجه نظر الصحفيين الأردنيين، اعتمادا على المنهج الوصفي التحليلي.

حيث توصلت إلى مجموعة من النتائج كان أهمها مقاومة الرقابة و الحجب و الدعاية في الإعلام الرسمي من شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر .الاستفادة من الدراسة تمثلت في معرفتنا لدور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على التغيير السياسي حيث قمنا بربط مختلف النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة ما يتوافق في دراستنا من أجل استنتاج العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيره على مختلف الذهنيات و أيضا التعرف على أكثر المواضيع التي تجذب اهتمام الطالب و التأثير و التفاعل معها.

¹ - عبد الله ممدح، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس و مصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012

الدراسة الثالثة: تحت عنوان :أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين و سلوكياتهم -دراسة ميدانية-¹ ، حول الإشكالية التالية: ما هو أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة قامت مراكز هذه الدراسة الجامعيين وسلوكياتهم، حيث ركزت هذه الدراسة على مجموعة من الفرضيات تمثلت في :

- إن استخدام الانترنت من طرف الطلبة لا يجعلهم يكتبوا بعض السلوكيات الغير السوية.
 - لا توجد علاقة بين استخدام الانترنت ومشاعر العزلة الاجتماعية.
 - لا يوجد علاقة بين مدة الاستخدامات وزيادة سوء استخدامها
 - لا توجد علاقة ترابطية بين السلوكيات المكتسبة من طرف الطلبة وأنماط الاستخدام .يساهم استخدام الانترنت في تشكيل اتجاهات الطلبة حول بعض القضايا.
- انتمت هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية حيث ركزت على 200 مفردة قابلة للتحليل إلا أن عند الاسترجاع أصبحت 193 مفردة خاضعة للاختبار مقسمة من فئة الإناث والذكور، والأدوات التي استخدمت في هذه الدراسة هي الاستبيان والاستمارة.

الاستفادة من هذه الدراسة تمثلت في حصولنا على معلومات حول شبكة الانترنت وكيف يتم استخدامها وخاصة أن هناك عامل مشترك بين دراستنا والدراسة وهي العينة المراد الوصول إليها فكلتا الدراسة ركزا على الطلبة وكيفية استخدامهم لشبكة الانترنت وأيضا استخدمنا هذه الدراسة لما لها أهمية والتي تمثلت في التركيز على قدرة الشباب في التكيف السريع مع التكنولوجيا والاختراعات الحديثة وهذا ما اتفق مع دراستنا.

الدراسة الرابعة: تحت عنوان دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية -دراسة ميدانية-²، طرح الإشكالية الرئيسية كالتالي: ركز الباحث طاهر حسن أبو زيد في دراسته إلى أي مدى ساهمت وأثرت المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام

¹ - بورحلة سليمان ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة دفعة 2007_2008.

² - طاهر حسين أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية "دراسة ميدانية"، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، فلسطين، 2012.

الفلسطيني للمشاركة السياسية من وجهة نظر المبحوثين؟ - حيث انبثق عن التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي:

- ما المقصود بالمواقع الاجتماعية التفاعلية؟
- هل أثرت المواقع الاجتماعية في توجيه الرأي العام الفلسطيني من وجهة نظر طلبة الجامعات في قطاع غزة؟

- ما هو دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني للمشاركة السياسية؟

- تمثلت أهمية الدراسة في كونها تتناقص موضوعا حيويًا انعكس أثره في الوقت الراهن على العديد من المجتمعات كما هدفت هذه الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعية التفاعلية ومدى تأثيرها على الرأي العام ورصد إسهامات المواقع الاجتماعية التفاعلية في تعزيز المشاركة السياسية هذه الدراسة قامت على أسلوب التحليل وعليه فإن في هذه الدراسة استخدم الباحث فيها المناهج التالية: المنهج التاريخي والمنهج الوصفي التحليلي وذلك بالاعتماد على الاستبيان من خلال الاستمارة والمقابلة استخدم فيها الباحث أسلوب العينة العشوائية الطبقية، مجتمع البحث تمثل في جامعات قطاع غزة خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2009 إلى 2012 . العلاقة بين الدراسة الحالية ودراستنا أن هذه الدراسة تقوم على المواقع الاجتماعية ونسبة التفاعل فيها والتي بطبيعتها تتوافق مع دراستنا لأن كليهما يقيسان نسبة التفاعل وعليه كانت الاستفادة من هذه الدراسة في حصولنا على معلومات حول مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلي وكيفية تأثير المواقع الاجتماعية التفاعلية في زيادة الوعي لدى الأفراد.

الدراسة الخامسة: تحت عنوان: أثر استخدام الفيس بوك على الاتصال المواجهي لدى الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة أم البواقي¹، على الإشكالية التالية: ما هو أثر استخدام الفيس بوك على الاتصال المواجهي لدى الطلبة الجامعيين؟ وشملت هذه الدراسة على مجموعة من التساؤلات تمثلت في.

- ما أنماط استخدام الطلبة الجامعيين للفيس بوك؟

ما هي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين للفيس بوك؟

ما هي اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو اثر استخدام الفيس بوك على الاتصال المواجهي لديهم؟

¹ - رضوان رباح، أثر استخدام الفيس بوك على الاتصال المواجهي لدى الطلبة الجامعيين "دراسة ميدانية"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أم البواقي، 2016.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن رصد مدى استخدام الطلبة الجامعيين للفيس بوك وإيراز دوافع إقبال الطلبة الجامعيين عليه وكذا كشف اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو أثر استخدام الفيس بوك على الاتصال المواجهي لديهم والتمرن على إجراءات الدراسة العلمية والتحكم في أدوات جمع البيانات بما يساهم في تنمية القدرات المعرفية للباحث حيث اشتملت هذه الدراسة على 250 مفردة.

خلاصة الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام الفيس بوك على الاتصال المواجهي لدى الطلبة الجامعيين، اعتماداً على المنهج الوصفي التحليلي، حيث توصلت إلى مجموعة من النتائج كان أهمها أن الفيس بوك له أثر سلبي عميق جداً على الاتصال المواجهي لدى الطلبة الجامعيين إذ ساهم كثيراً في إضعاف العلاقات الاتصالية وجهاً لوجه بمن حولهم في الوسط الاجتماعي الواقعي جراء الاستخدام الغير رشيد والغير عقلاني لهذا الموقع. الاستفادة من الدراسة: تمثلت في معرفتنا لأثر شبكات التواصل الاجتماعي على الاتصال المواجهي لدى الطلبة الجامعيين، حيث قمنا بربط مختلف النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة ما يتوافق في دراستنا. من أجل استنتاج علاقة مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على مختلف الذهنيات وأيضاً التعرف على أكثر المواضيع التي تجذب اهتمام الطالب والتأثر والتفاعل معها.

الدراسة السادسة: تحت عنوان منتديات المحادثة و الدردشة الالكترونية : دراسة في مواقع الاستخدام و الانعكاسات على الفرد والمجتمع¹ ، الباحث ركز على طرح الإشكالية التالية : في هذه الدراسة : ماهي دوافع استخدام منتديات المحادثة الالكترونية ، وماهي انعكاساتها على الفرد و المجتمع ؟ انبثق عن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تمثلت في:

- ما هي الفئات الأكثر استخداماً لمنتديات الدردشة ؟
- ما هي الحاجات التي يسعى مستعملو الانترنت إلى إشباعها من خلال المحادثة الالكترونية ؟
- ما هي المجالات التي يستخدم فيها منتديات المحادثة الالكترونية ؟

تمثلت أهمية الدراسة للباحث إبراهيم بعزيز في طبيعة الظاهرة التي نتناولها ووقعها على المجتمع و التي تنامت بشكل كبير وملفت للانتباه خاصة بين أوساط شباب و المراهقين ،فتمثلت أهداف الدراسة

¹ - إبراهيم بعزيز، منتديات المحادثة و الدردشة الالكترونية، دراسة في دافع الاستخدام و الانعكاسات على الفرد و المجتمع، مذكرة لمتطلبات استكمال شهادة ماجستير، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال، دفعة 2007-2008.

بتحديد دوافع الاستخدام المفرط لمنشآت الدردشة الالكترونية من طرف الجزائريين، مع محاولة حصر الخصائص العامة و الشخصية للمدر دشين الجزائريين، من أجل الكشف عن الانعكاسات و التأثيرات المختلفة على الفرد و المجتمع، استعمل الباحث في هذه الدراسة المنهج المسحي لان الدراسة تتدرج ضمن البحوث الوصفية أما فيما يخص الأدوات التي اعتمد عليها الباحث في هذه الدراسة فتمثلت في الاستمارة و الملاحظة بحث امثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في مستخدمي خدمة المحادثة الالكترونية في ولاية الجزائر العاصمة فقد اتبع الباحث في اختياره للعينة على الطريقة القصدية -العمدية -حيث يتكون مجتمع البحث من 220 فرد وبعد القيام بعملية التوزيع و الاسترجاع أصبح عدد المبحوثين 200 فرد في الفترة الممتدة من شهر جوان إلى شهر جويلية 2008 . الاستفادة من الدراسة: تمثلت في معرفتنا عن مدى كشف هذه الدراسة عن الانعكاسات و التأثيرات المختلفة على الفرد و المجتمع تحديد الآثار المختلفة على تصرفات و سلوكيات الأفراد، و التي تتغير بشكل سريع و أيضا تحديد طبيعة العلاقة الاجتماعية التي تشكل في خضم المجتمعات الافتراضية و أثرها على العلاقات الجديدة.

9- المقاربة النظرية المستخدمة :

نظرية الاستخدامات والاشباكات من النظريات الهامة في عالم الدراسات الاتصالية والإعلامية الحديثة على أساس أنها تحاول فهم عملية الإعلام والاتصال، وكذلك تحاول أن تستكشف كيف ولماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام والاتصال وما دوافع تعرضهم التي تدفعهم للجلوس أمام التلفزيون أو شراء وقراءة الصحف أو سماع برامج الإذاعة أو التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي، وحتى لا ننطلق من فراغ في دراستنا هذه، نعتقد أنه ومن الأنسب لنا أن نستند على هذه النظرية ، الأمر الذي من شأنه أن يقدم نسبيا صفة العمق والشمول لدراستنا، وذلك من خلال الاستفادة من التراكم المعرفي ومن ثم توجيه مسارنا في العمل التطبيقي من خلال تحديد التساؤلات تحديدا واضحا، ونظرا إلى أن موضوعنا حول العملية الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعية لطلبة جامعة عمار التليجي فإننا رأينا أنه من الأنسب أن نستند على نظرية الاستخدامات والإشباكات أملا في الوصول إلى نتائج أكثر دقة ووضوحا، حيث يمكننا من خلال هذه النظرية معرفة دور موقع الفيس بوك بالنسبة للطلاب الجامعي من خلال تفسير الدوافع نحو استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيس بوك سواء كانت دوافع نفعية أو طقوسية للتوصل إلى معرفة الاشباكات التي يحققها موقع الفيس بوك ومدى الاستفادة منه في التحصيل الدراسي وقد طبق نموذج الاستخدامات والاشباكات في هذه الدراسة للتعرف على العملية الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي

"الفيس بوك نموذجاً" بالنسبة لطلبة جامعة عمار الثليجي، وذلك لتفسير الحاجات والدوافع وراء استخدامه، والاشباع المحققة منه خاصة وأن افتراض الذي تقوم عليه هذه النظرية يتركز على مفهوم الجمهور النشط، هذا الجمهور الذي ينتقي بوعي ما يحتاجه ويعرف ما يريده ويرغب فيه، لذلك تم الاعتماد على هذه النظرية لأنها تتماشى أكثر وأهداف الدراسة.

الأهداف الرئيسية لمنظور الاستخدامات الإشباعية وهي:

- السعي الى اكتشاف كيف يستخدم الفرد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر الى الجمهور النشط الذي يستطيع ان يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض .
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.¹

فروض نظرية الاستخدامات الإشباعية: وتتمثل في :

- تميز الجمهور بالمشاركة الايجابية ، أي أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري .
- تأكيد على الجمهور هو الذي يستخدم وسائل الاعلام والاتصال ويختار الرسائل التي تشبع حاجاته ، فالأفراد هم الذي يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاعلام التي تستخدم الأفراد .
- يركز الافتراض الثالث لاستخدام منظور الاستخدام والاشباع على العلاقة التنافسية بين وسائل الاعلام والاتصال ومصادر أخرى لاشباع حاجاته .
- استخدام وسائل الاعلام والاتصال يعبر عن الحاجات التي يدركها الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع حاجات اختلاف الافراد .
- يقوم الافتراض الخامس على أساس أنه يمكن الاستدلال هعلى معايير ثقافية سائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاعلام والاتصال ، وليس من خلال استعمال الرسائل فقط .²

¹ - مكايي حسن عماد ، حسن سيد الليلة ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، دار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ط2، 2002، ص241.

² - صفا فوزي محمد عبدالله ، علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال الالكترونية ، مذكرة ماجستير ، جامعة القاهرة ، 2003، ص88.

الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات الإشباعية: وتمثلت في :

- الأفراد لا تتاح لهم حرية الاختيار إلى جانب أن هناك عوامل كبيرة تحد من قدرة الافراد على الاختيار مثل العوامل الاقتصادية والاجتماعية والقدرة على تملك وسائل الاتصال الحديثة .
- يفترض هذا المدخل أن الجمهور ايجابي تماما في اختيار مضمون الذي يتعرض له وذلك في الوقت الذي أشارت فيه دراسات أخرى أن كثرة من السلوك الاتصالي للأفراد هو مجرد اعتيادي وغير ايجابي .
- لم تشرح النظرية درجة الايجابية في السلوك الاتصالي للفرد ولم تفرق بين درجات المختلفة له ، سواء قبل التعرض أو بعده .
- إدعاء النظرية أن أفراد الجمهور يختارون المضمون الذي يتعرضون له بحرية وبناء على احتياجهم فقط، ربما يكون مبالغا فيه ، ويرجع هذا لأسباب اقتصادية أو اجتماعية ¹.

10- صعوبات البحث:

- لا يخلو أي بحث علمي أو دراسة علمية من الصعوبات ، فمهما كانت مهارت الباحث أو إمكانياته فإنه دائما ما يواجه صعوبات في مساره البحثي ، ونحن كباحثين مبتدئين في الميدان واجهتنا بعض الصعوبات نلخص بعضها فيما يلي :
- صعوبة عملية التنقل في الالتحاق بالمكتبات بسبب التوقف عن الدراسة بسبب انتشار وباء كورونا (كوفيد19) في الجزائر .

¹ - فرج الكامل ، بحوث الاعلام والرأي العام تصميمها وإجرائها وتحليلها ، دار النشر القاهرة ، 2001، ص90.

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي



1) نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي

2) ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

3) أسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

4) نماذج من شبكات مواقع التواصل الاجتماعية

5) ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

6) سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي



1- نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي

إن العصر الحالي يشهد اتصالات ومعلومات في كافة المجالات وبوتيرة متسارعة ، فليس من الغريب أن يمتد تأثيرها الى مجال التواصل من حيث عملية نقل واستقبال المعلومات بين طرفين أو أكثر تدور عبر قنوات غير مباشرة ، وضمن شبكات اجتماعية للتواصل الالكترونية .

ويرى أبو العطاء 2010 أن ثورة الكمبيوترات الكبيرة mainframe انطلقت مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين ، ثم ظهرت الحسابات الشخصية PCs في بداية الثمانينيات من نفس القرن وكانت تلك ثورة الكمبيوترات الثانية

وظهر الانترنت في بداية التسعينات واعتبرها البعض ثورة ثالثة ، أما الصورة الرابعة وآخر الصيحات في عالم الكمبيوتر فكان ظهور مواقع التواصل عبر الشبكات الاجتماعية online social network .

وكانت الشبكات الاجتماعية قد بدأت في الظهور في أواخر التسعينات مثل clasmates.com عام 1995 والتي أسسها رانوي كونرادز للربط بين زملاء الدراسة وبلغ عدد مستخدميها مليوني مستخدم في الولايات المتحدة وكندا ينتمون الى ألف مؤسسة تعليمية تمثل جميع مراحل التعليم من الحضانة وحتى الجامعة¹ .

ثم تلاه موقع sixdegrees 1997م وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص ، لكن هذه المواقع لم تتجح بالقدر الكافي رغم انها كانت تتيح عرض الملفات الشخصية وخدمة ارسال الرسائل الخاصة لمجموعات الأصدقاء ، فأغلقت ، ثم تبعتها شبكات اجتماعية بين عامي (1999-2001) لم تستطع تحقيق النجاح والشهرة أيضا ، ومع بداية عام 2005 حصلت نقلة نوعية في شبكات التواصل ، حيث تنافس موقعان ناشئان على استقطاب وجذب الجماهير هوما موقع سبيس الأمريكي الشهير ، ومنافسة ذات الصيت اليوم فيس بوك الذي تضاعفت أعداد مستخدمييه بشكل كبير في الأعوام التالية² .

¹ - شقرة علي خليل ، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي ، دار أسامة للنشر ، عمان ، 2014، ص34.

² - محمود خالد وليد ، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي ، مدارك إبداع للنشر والترجمة والتعريب، بيروت ، 2011، ص61.

وهذا جذبت مواقع التواصل الالكترونية للشبكات الاجتماعية مثل فيسبوك ويوتيوب وانستغرام ومنذ انشائها ملايين المستخدمين الذين يستخدمها الكثير منهم بشكل يومي ¹ .

ويذهب حافظ 2013 إلى أن : "سبب تسمية هذه الشبكات بالاجتماعية هو أنها جاءت من مفهوم بناء المجتمعات ، ولعل هذا هو سر جاذبيتها للأجيال المعاصرة ، وخاصة جيل الشباب فهي في واقعها تحاكي أشكال التجمعات التي تجمع الأفراد على أرض الواقع كما أنها باتت تمثل السلطة الخامسة ، لأنها تخضع لسيطرة الحكومات ولا لسيطرة المؤسسات "

2- ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

أما شبكة التواصل الاجتماعي : تعرف بأنها خدمة متوفرة عبر الانترنت ومن خلالها تربط عدد كبير من المستخدمين من شتى أرجاء العالم حتى يتم التواصل معا لتبادل الأفكار ومناقشة قضايا لها أهمية مشتركة بينهم ، ويتمتعون بخدمات الأخبار ، والمحادثة الفورية والبريد الالكتروني وغيرها . ²

إن الأفراد يلجأون للتواصل مع الأهل والأقارب لتبادل الأفكار والآراء ، وحشد المناظرة والتأييد لقضية من القضايا وتكوين الوعي حول القضايا المختلفة وهذا ما يسمى بمواقع الشبكات الاجتماعية

وتتعدد تعريفات شبكات التواصل الاجتماعي كما تتعدد المفاهيم المرتبطة بها ، ويعرف نصر 2013 شبكات التواصل الاجتماعي بأنها منافع تستهدف جمع الأصدقاء والمعارف والأقارب وزملاء الدراسة في مكان واحد على الانترنت ، والتشارك في الآراء والاهتمامات والتعليقات والأخبار وتكوين صداقة جديدة ، وهي بديل افتراضي للجماعات الاجتماعية الحقيقية . ³

¹ - ريتشارد دوسون وغوسناي، روث ، وكارل أنجيلا ، التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي والانترنت ، ترجمة : سلمة بيطار ، دار الفراشة ، بيروت ، 2013، ص76.

² - المدهون يحي ابراهيم ، دور الصحافة الالكترونية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات بمحافظة غزة ، رسالة ماجستير جامعة الأزهر ، فلسطين ، غزة ، 2012، ص37.

³ - نصر حسني محمد ، وسائل الاعلام الجديدة ، أسس التغطية والكتابة والتصميم والإخراج في الصحافة الإلكترونية ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، الكويت ، 2013، ص133.

وعرفها شفيق 2011 بأنها مواقع على الانترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة ،وهي تتيح التواصل مع الاصدقاء وزملاء الدراسة ، وتقوي الروابط بين اعضائها .¹

كما عرف سلطان 2012 شبكات التواصل الالكترونية ، بأنها مواقع على الانترنت ذات صبغة اجتماعية وتشاركية ، وهي إعلام اجتماعي ، يهدف الى تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعه أو مشكلة ما ، وهذه الشبكات تعكس عقلية الجماهيرا واتجاهاتهم وميولهم² .

من خلال استعراض التعريفات السابقة لشبكات التواصل الاجتماعي ، يمكن تسجيل الملاحظات التالية :

- شبكات التواصل الاجتماعي هي مواقع على الانترنت أو تطبيقات على الهواتف الذكية والألواح الالكترونية .
- يتواصل عن طريقها ملايين البشر ، الذين تجمعهم صداقات وخلفيات واهتمامات واهتمامات ومصالح مشتركة .
- تتيح هذه الشبكات للمستخدم إنشاء صفحات وبيانات وقائم و رابط شخصية وعامة ، واستعراضها والمشاركة فيها .
- توفر لمستخدميها قدرا من الخصوصية ، وحرية الرأي والتعبير .
- تمكن المستخدم من التحكم بكمية وكيفية المشاركة وتبادل الأخبار والمعلومات بما يتماشى مع خصوصيته .

¹ - شفيق، حسنين: الاعلام الجديد الاعلام البديل (تكنولوجيايات جديده في عصر مابعد التفاعليه) ، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2011، ص181

² - سلطان ، محمد صاحب : وسائل الاعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور ، دار الميسرة ، الطبعة الاولى، 2012، ص354.

3- أسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

بدأ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة بشكل واسع ومن أهم أسباب الاستخدام ما يلي¹:

- ✓ تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لنشر ثقافة التقنية .
- ✓ تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على توسيع مدارك الطلاب بإطلاعهم على أحدث المستجدات في مجال دراستهم .
- ✓ تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لتعبير الافراد عن آرائهم ، مما قد يساعدهم على الإبداع .
- ✓ يحقق استخدام هذه المواقع فوائد اجتماعية واقتصادية في خفض الانفاق على قاعات الدراسة والأدوات والوسائل التعليمية ، بل والحفاظ على البيئة بالتقليل من الاستخدام الورقي والطباعة .

4- نماذج من شبكات مواقع التواصل الاجتماعية

تشير احصائيات عن الشبكة الاجتماعية الأكثر هيمنة في العالم الى أن أكبر عشرين شبكة انترنت اجتماعية يتجاوز عدد مستخدميها 700 مليون مستخدم من كافة دول العالم ويعزز ذلك بعض المؤشرات الرقمية التي تكشف عنه الأرقام المرتبطة بمستخدمي تلك الشبكات².

ومن أشهر شبكات التواصل الاجتماعي التي تلقى رواجاً وقبولاً في عالمنا العربي ، من كافة فئات المجتمع وخصوصاً فئة الدارسين والشباب ما يلي :

4-1 مفهوم الفيس بوك ونشأته: وينقسم هذا المطلب إلى فرعين:

مفهوم الفيس بوك:

يعتبر موقع الفيس بوك للتواصل الاجتماعي درة تلك المواقع، فهو أكثر من ساهم في نشر ثقافة التواصل الاجتماعي بين الناس من مختلف الطبقات والاتجاهات والأديان حول العالم، وذلك بسبب خصائصه التي سنناقشها والتي يسرت وشجعت الناس على الاشتراك والتواصل عبره.

¹ - حسني منار إبراهيم ، إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم ما له وما عليه ، رسالة الجامعة ، 2012، ص54.

² - محمود خالد وليد ، المرجع السابق ، ص62.

والفيس بوك " Facebook " أو كتاب الوجوه باللغة العربية: هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، أي أنه يتيح عبه للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه، وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع . مواقع تواصل أخرى، إنشاء روابط تواصل مع الآخرين¹.

ويتكون الموقع من مجموعة من الشبكات تتألف من أعضاء، و تصنف المجموعات على أساس الإقليم، ومكان العمل، والجامعة، والمدرسة، وبإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات ثم يبدأ بالتصفح واختيار مجموعة للاشتراك فيها . داخل المجموعات هناك مساحة للتداول، والتعليقات، إضافة إلى وجود نتيجة الشهر التي تدون فيها أهم الأخبار التي يهتم بها المشتركون في المجموعة، بدءاً من الأحداث القومية أو المحلية حتى أعياد ميلاد الأعضاء، كما توجد مساحة لإعلانات البيع و الشراء الخاصة بالأعضاء، ولكل عضو مساحة يضيف فيها صورته الشخصية، إلى جانب وجود مدونات (blogs) مرتبطة بالموقع... ويهدف الموقع بشكل عام إلى إتاحة التعارف بين الشباب².

4-1-2 نشأة الفيسبوك:

بدأت الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، لتوفر هذه الشبكات مجموعة من الخدمات واستمرت موجة هذه الشبكات في الظهور على مدى السنوات 1999 - 2002 - 2005 في هذا العام حيث تم افتتاح الموقع وعلى يد mark zuckerberg وهو طالب في جامعة هارفارد، وقد كان هدفه إقامة شبكة تضم طلبة الجامعة في موقع واحد ونفذ الفكرة مع مجموعة من زملائه في قسم علوم الحاسوب من فكرة موقع فيس ماش التابع لجامعة هارفارد سنة 2003 واستخدام هذا الموقع صور بعض الطلبة واتهم بهذا كمخترق للخصوصية، ولكن بعد أسبوعين فقط قام مارك بافتتاح الموقع.

وهو شبكة اجتماعية تضم ملايين من المستخدمين يتواصلون بالصور و المشاركات عن طريق الإنترنت وتعود نشأته إلى 28 أكتوبر 2003 وصاحبه هو mark zuckerberg وعمره 23 سنة، وفي

¹ - حسين محمد بصر، الانترنت في الإعلام - الصحافة الالكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة، ط1، ص122

² - حسين محمد بصر، الانترنت في الإعلام - الصحافة الالكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة، ط1، ص122

السنة الثانية بجامعة هارفارد الأمريكية مع زميليه في غرفة المسكن " موسكوفيتز " و "هيوز" حيث تمكن من استخدام صور لطلبة المدينة الجامعية، عن طريق وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة الطلاب المستخدمين إلى اختيار الشخص " الأكثر جاذبية".

فسرعان ما لقي الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد، واكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية.

واستمر موقع "فيس بوك" قاصراً على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين. ثم قرر جوكربيرج أن يخطو خطوة أخرى للأمام، و هي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، إذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر /كانون الأول من العام الماضي. وفي يونيو 2004 تم نقل مقر "الفيس بوك" إلى مدينة بالو آلتو في ولاية كاليفورنيا، وقامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم النطاق com.facebook عام 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي، وفي عام 26 ديسمبر 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاماً فأكثر، والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح، وبلغ العدد 50 مليون مستخدم بنهاية عام 2007، ثم بلغ في يوليو 2010 لأكثر من 500 مليون مشترك¹.

4-1-3 مميزات الفيس بوك من الناحية التقنية :

من أهم مميزات الفيس بوك هي :

- **الملف الشخصي:** profile" فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفاً شخصياً يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعها بالتحديد.

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

¹ - د. حسنين شفيق، علم نفس الإعلام الجديد، دار الفكر والفن للطباعة والنشر، ط1، سنة 2013، ص182-183 .

- إنشاء مجموعة: "Groups" تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الإنترنت أن تنشأ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية..الخ، وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

- لوحة الحائط: "Wall" وهي عبارة عن مساحة مخططة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

- النكزة: "Pokes" منها يتاح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

- الصور: "Photos" وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

- الحالة: "Status" التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي .

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

- الهدايا: "Gifts" ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية، تتكلف الهدايا 100 دولار لكل هدية، ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها .

- السوق: "Marketplace" وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات موبو مجانية .

- إنشاء صفحة خاصة على الموقع: "Facebook" تستطيع إنشاء صفحة خاصة بموضوع معين ويكون اسم المدونين الخاص بها منتهيا بـ فيس بوك، ويتيح لك أن تروج لفكرتك أو منتجك أو حزبك أو جريدتك، ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات، وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع Adds book Face والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل لصفحتك على الفيس بوك، تدفع مبلغا يوميا أو شهريا أو سنويا يتراوح بين

بضعة سنتات إلى الآلاف بل الملايين في حالة الإعلان لمئات المشتركين على الموقع لكي يتمكنوا من رؤيته¹.

4-1-4 أسباب ودوافع استخدام الفيس بوك:

- يساعد على التواصل الاجتماعي من خلال قضاء الوقت مع الآخرين.
 - يساعد على اكتشاف الأشخاص والأفكار والمواقف والقدرات الشخصية.
 - سرعة تبادل المعلومات والأخبار.
 - يمكنك من استخدام التطبيقات والاستقصاءات والمشاركة مع الآخرين.
 - يمكن استخدامه في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني.
 - حلول الأعمال والدعاية لفرد أو جهة أو منظمة أو شركة والخدمات المرتبطة بها.
 - الحصول على تغذية راجعة وآراء الناس في الخدمات أو المنتجات أو الأفكار المعروضة.
 - جلب الزوار والمعجبين لموقع الشخص أو الجهة بربطه مع صفحة الفيس بوك.
 - الحصول على الحافز الاجتماعي وتشجيع الآخرين.
 - الاهتمام بالأحداث ذات الإهتمام المشترك والترويج لمناسبات مهمة ومؤثرة².
 - تبادل التهاني والتوصيات والمذكرات المشتركة بين الأشخاص.
 - الاحتفاظ بالمواضيع المطروحة للنقاش والملاحظات.
 - الخصوصية مع اتخاذ الاحتياطات اللازمة من خلال إعدادات الموقع.
 - سهولة استخدام الموقع من خلال قوائم سهلة واجراءات بسيطة³.
- وعن هذه الأسباب تذكر دراسة ليلي أحمد جرار عن "علاقة المشاركة بموقع الفيس بوك باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية" أن تعليل سبب الإقبال الكبير من فئة الشباب على الاشتراك في موقع الفيس بوك، أنه يشبع عندهم عدة حاجات، لعل أهمها:

الحاجات الاجتماعية : حيث يقدم الموقع للشباب نوعا من الإشباع الاجتماعي، التي يكون الشاب في أمس الحاجة لها وخاصة في مقتبل عمره لكي يتواصل كراشد مع باقي أعضاء المجتمع، خصوصا

¹ - د. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، مرجع سابق، ص37

² - د. حسن شفيق، سيكولوجية الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص194 .

³ - د. عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012، ص238 .

بعد رفض المجتمع لهذا الشاب لأنه يراه ما يزال صغيراً، فيجد الشاب في استخدامه لموقع الفيس بوك إشباعاً لهذه الحاجة التي قد لا يحصل عليها في مكان آخر.

الحاجة لمعرفة الجنس الآخر: حيث إن الشاب في هذه المرحلة يحتاج أن يبدأ في التعرف وتكوين اتصال مع الجنس الآخر، وبالنظر إلى مجتمعاتنا المحافظة فإن هذه الحاجة يصعب إشباعها لدى الشاب ضمن الأطر التقليدية للعلاقات الاجتماعية في المجتمع، فيجد أن استخدامه لموقع الفيس بوك يشبع لديه هذه الحاجة، سواء هذه الإشباع جزئياً أو كلياً.

الحاجة للمعرفة: والتي تتضح من حاجة الشباب إلى المعرفة الواسعة في مختلف المجالات لما يدور حولهم، وما يدور في المجتمعات الأخرى، ويبدو أن الشباب وجد في موقع الفيس بوك القدرة على الإشباع المعرفي له وتزويده بمعرفة متعمقة بالعالم.

الحاجة للإشباع الفكري: وخاصة أن مجتمعاتنا الشرقية لا تتيح للشباب التعبير بحرية عن آرائهم وتوجهاتهم، وتقيد من فرص إطلاعهم على الآراء والمعلومات التي لا تتسجم مع الأطر والنظم الاجتماعية أو الدينية، وبهذا يحقق الشاب من خلال استخدامهم موقع الفيس بوك إشباعاً فكرياً عن طريق تمكنهم من طرح أفكارهم (الاجتماعية والسياسية والعلمية وغيرها) بدون التحفظات والمحاذير القائمة في مجتمعاتهم¹.

الحاجة إلى الترفيه والتسلية: فلا يوجد حد عمري فاصل بين مرحلة عمرية وغيرها، وكل مرحلة عمرية محتاجة للترفيه والتسلية، ويجد الشاب في الفيس بوك متنفساً في ذلك.

4-1-5 فوائد وإيجابيات موقع الفيس بوك:

أ- يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم، ومن هذه الخدمات تكون عن طريق:

- إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم بعد أخذ موافقتهم والخيار والحرية متاحة لمن يريد أن يضيف صديق له على الموقع، ومتاح لهذا الصديق أن يقبل أو يرفض هذه الصداقة عن طريق الإجابة سلباً أو إيجابياً على الطلب الذي يتلقاه.

¹ -- د. كاظم المقدادي، الإعلام الدولي الجديد وتصدع السلطة الرابعة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن - عمان، ط1، 2013، ص204.

- ويمكن لمن يتلقى طلب الصداقة أن يتحرى عن الشخص طالب الصداقة عن طريق نبذته الشخصية أو الاستفسار عنه من أصدقاء آخرين وفي حالة تمت الموافقة على الصداقة يستطيع كل منهم التوصل مع الآخرين...
- إرشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع حتى وإن كانا لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي - .اقتراح أصدقاء جدد لمن يريد من الأصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقا وبالتالي توسيع شبكة الصداقة والتواصل التي يمتلكها.
- إتاحة الفرصة لمشاهدة كل الأصدقاء مرة واحدة مرتبة أسماؤهم أبجديا مع أرقام هواتفهم الموجودة إذا كانت هذه الهواتف متاحة للأصدقاء.
- إمكانية فرز الأصدقاء وتصنيفهم حسب أي معلومات مضافة عن كل منهم كزملاء الدراسة أو زملاء العمل أو حسب المهنة.
- إمكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء عن طريق الأعمال التي تقوم بها حاليا بحيث يبقوا على اتصال مستمر من هذا الموقع الافتراضي.
- إتاحة المجال لحذف اسم أي صديق من لائحة الأصدقاء إذا كنت لا ترغب الاستمرار في صداقته.
- ب- خدمة الشركات و أصحاب الأعمال: إن الشركات الكبرى تعتمد على عملية الإعلان لترويج منتجاتها ولإتمام هذه العملية تم الاعتماد على مواقع الفيس بوك وهذا الأخير يساهم في التسويق والترويج بشكل كبير للمنتجات.¹
- إتاحة فرصة تحميل ألبوم الصور: وذلك من خلال تصفح موقع الفيس بوك فإن أي شخص بإمكانه تحميل مقطع فيديو وصور...الخ، وسجلت إحصائيات بأن تحميل أكثر مكن عشرات ملايين مقطع شهريا على هذا الموقع.
- التواصل مع مجتمعات افتراضية: وذلك من خلال التنوع في المواضيع التي تفيد العضو في التدريب والتعليم.

¹ - علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص 67-71 .

متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات: كالشخصيات السياسية والاقتصادية والفنية والعاملين في المجالات الاجتماعية والدينية، فمن خلال الفيس بوك يمكن التعرف على الأخبار والأفكار والخواطر وجهات النظر حول مختلف الأحداث والقضايا.

إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع فيديو: ومقاطع فيديو يرغب العضو في الاحتفاظ بها من مواقع وأخبار وصور بالرجوع إليها في أي وقت يشاء حيث يمكن للفيس بوك أن يلعب دورا مفضلا في تخزين المعلومات المرغوبة.

ومن أبرز الآثار الإيجابية للفيس بوك على الشباب:

- وجد مجتمع الشباب في الفيس بوك نافذة مطلعة على العالم وساحة للتعبير وابداء الرأي، وفي التواصل ومشاركة أصدقاؤك تفاصيل حياتهم، كان له أقوى الأسباب بارتباط مستخدمي الموقع.
- الشباب يسعون دائما لإقامة علاقات جديدة، والتواصل مع العلاقات القديمة فجاء الفيس بوك كحل سحري في العالم الافتراضي الذي اكتسب بالزمن أهميته ودوره.
- ساهم الفيس بوك كثيرا وتلقائيا إلى عملية النشر الإلكتروني، فأى مستخدم للنت يجد نفسه أنه بانضمامه للموقع قد زاد معدل كتابته وبالتالي قراءته.
- تطور سرعة الكتابة للشباب على لوحة المفاتيح والموبايل.¹
- الفيس بوك فرصة للاتصال بالدعاة وطلبة العلم والأدباء والإعلاميين والمؤثرين في المجتمع مباشرة دون وسائط².

4-2 موقع اليوتيوب :

- أحد مواقع التواصل الاجتماعي الشهيرة و الذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، و خصوصا في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت و وقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها: الكوارث الطبيعية و التحركات و الانتفاضات الجماهيرية و الثورات الشعبية.

- تأسس "يوتيوب" كموقع مستقل في الرابع عشر من فبراير من عام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي هيرلي و التايواني تشين و البنغالي جاودكريم اللذين يعملون في شركة pal pay .

¹ - وائل مبارك خضر الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، فهرسة المكتبة الوطنية، السودان، ط1، 2012، ص13.

² - سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب، علم الكتاب، القاهرة، ط2، 1995، ص127 .

- يرى الكثير من الباحثين أن اليوتيوب هو : موقع لمقاطع الفيديو متفرع من غوغل ، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو ، و هناك أعداد كبيرة يزوره المليونين يومياً للمشاركين فيه ، وتستفيد منه وسائل الاعلام بعرض مقاطع الفيديو، التي لم تتمكن شبكات مراسيلها من الحصول عليها، كما يستفيد مرتادي الفايس بوك من مقاطع الفيديو التي تتعلق بالانقذاضات الجماهيرية في كل البلدان العربية و الشرق الاوسط وعرضها على صفحات الفايسبوك، و يعتبر اليوتيوب من شبكات التواصل الاجتماعية الهامة و يقوم موقع "يوتيوب " على فكرة مبدئية هي: بث لنفسك أو ذع لنفسك yourself cast broad يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى و هو يعتبر أهم مكان في شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو المجاني الشعبي.¹

4-2-1 مميزات اليوتيوب

يعد موقع اليوتيوب من أروع ابتكارات مواقع التواصل هالاجتماعي ، وذلك بسبب مزياء المتعددة واهمها :

- عام ومجاني : تستطيع من خلال هذا الموقع تحميل وتنزيل ماتشاء وتحتاج من الافلام سواء كانت تعليمية أم ترويجية ، وكل ذلك مجاناً مقابل التسجيل في الموقع فقط ، مع الالتزام بشروط التحيل .
- داعم لتحميل الأفلام : يوفر خادماً ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع أو الأغاني وتحويلها إلى أفلام من نوع فلاش صغيرة الحجم ، مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة والمسجلة سواء غير كميرا الهاتف المحمول .
- سهل الاستعمال من قبل العامة : فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة بغيره من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك .
- سهل المشاهدة : بمجرد الضغط على وصلة الفلم ، فإنك تستطيع مشاهدة بثه حياً ومباشرة من الواقع ، بل تستطيع أن تحفظ به .
- سهل البحث: فالموقع يوفر محرك بحث خاص به ، يمكنك أن تبحث عن عنوان الفلم أو الحدث ومن ثم مشاهدته .
- الرقابة: يسمح الموقع بتحديد من يشاهد الفلم ، حيث تستطيع أن تجعل مشاهدته حصراً على مجموعة خاصة من المشاركين ، أو للعامة ، وكل ذلك يظهر بمحركات البحث كجوجل .

¹ -- موقع سوموشن ، إحصائيات حول اليوتيوب . 2021 . www.somotion .com

ويمكن القول أن اليوتيوب أداة تواصل اجتماعي ممتازة إن أردت إيصال رسالة واضحة عن فكرة أو منتج ما ، من خلال تصوير مجموعة من الأفلام القصيرة عن طريق استخدام كاميرا فيديو رقمية ، وبعد ذلك تحمل تلك الافلام ضمن عنوان جذاب ، ويكون توفيره لمجموعة خاصة من المستخدمين ، أو للعامة بحسب الهدف من الفلم ، والمهم أن تكون الرسالة واضحة ، ومركزة ، ومشوقة ، وتستطيع أن تستخدم رسوما توضيحية وبيانات رقمية وتدمجها مع الفلم ، حيث بإمكانك الاستعانة بأحد الاصدقاء ممين يملكون الخبرة في هذا المجال .

3-4 انستغرام : إنستغرام أو إنستقرام أو إنستجرام بالإنجليزية Instagram : (يعرف اختصاراً بشكل شائع ب إنستا) هو خدمة شبكة اجتماعية أمريكية لمشاركة الصور والفيديوهات مملوكة من قبل فيس بوك، انشأت من قبل كيفن سيسنروم، ومايك كرايغر، أطلقت لأول مرة لأنظمة آي أو إس في أكتوبر 2010.

انستقرام هو من ضمن أحد مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يعمل على مشاركة الصور والفيديوهات والرسائل من الكمبيوتر والهواتف الذكية كالفيس بوك وتويتر، وعند إنشاء حساب عليه يمكن لمتابعيك رؤية المنشور التي تنشرها، كما يمكن للمستخدم وضع قصة STORY ومشاركتها مع متابعيه،فهو موقع مجاني تماما، ويمكن لأي شخص فتح حساب عليه.

وقد استحوذت فايسبوك على انستقرام في عام 2012 مقابل مليار دولار، عندما تم الاستحواذ على انستقرام من قبل فايسبوك كان عدد موظفي انستقرام 13 موظفا فقط¹!

1-3-4 مميزات انستقرام

- يتيح موقع انستقرام التعامل مع أنواع الكاميرات المختلفة الهواتف الذكية.
- يوجد به تطبيق الفلاتر الذي به فلاتر متعددة تتيح لمستخدمي انستقرام اختيار الفلتر الذين يريدونه بشكل سهل.
- يتيح لك انستقرام مشاركة الصور والفيديوهات مع الأصدقاء على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي.

تاريخ الاطلاع 2021/06/06 على الساعة 15:09 - <https://ab7as.net/%D8>

• يعمل على الأجهزة التي تدار بنظام التشغيل أندرويد و يسمح لك بالكتابة على الصور ونشرها.

• يعتبر الانستقرام أداة كبيرة وحليفة في مجال الأعمال التجارية، إلى جانب استخدامها الشائع والمعتاد فإن التطبيق يمكن استخدامه أيضاً واستثماره لضمان نجاح الأعمال التجارية بشكل أكبر.

• إمكانية إضافة روابط شخصية ضمن حيّز السيرة الذاتية bio ضمن بروفايلك أو صفحتك الشخصية.

• اتاح الجدولة وهي تتيح للمستخدمين أن يختاروا بشكل مسبق التوقيت الذي سوف تظهر خلاله منشوراتهم إلى المتابعين.

• استخدام ميزة بوميرانغ - Boomerang التصوير المتعاقب، حيث تتيح تسجيل الفيديوهات التي تصل مدتها الزمنية إلى حدود الثانيتين ويتم تشغيلها وعرضها بشكل بطيء loop لمدة 6 ثوانٍ متتالية.

• إعداد بث حي ومباشر Live ، وهي لمن يستعمل الانستقرام في مجال الأعمال التجارية يعتبر البث الحي والمباشر إحدى أفضل الطرق للبقاء قريباً من المتابعين له.

• إمكانية إعداد استطلاعات للرأي وعرضها على جمهورهم، يكفي أن تختار ملصق للبحث والاستطلاع الخاص بك وتنشئته في أي مكان ضمن القصة¹

5- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

إن لشبكات التواصل الاجتماعية آثار إيجابية على الشباب على النحو التالي:²

✓ تحفز على التفكير الابداعي وبأنماط وطرق مختلفة وقد يكون سبب التواصل مع أشخاص مثقفين .

¹ - تاريخ الاطلاع 2021/06/17 الساعة 15:09 <https://ab7as.net/%D8>

² - الدحيل منى ، الشبكات الاجتماعية ثورة في عالم الانترنت ، السعودية عن الانترنت ، الشبكات الاجتماعية ثورة في عالم الانترنت ، 2009، ص42.

- ✓ نغعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين .
- ✓ تساعد على قبول القضايا الخلافية .
- ✓ تساعد على التعلم وذلك بتبادل المعلومات مع الآخرين .
- ✓ توفر فرصة التعلم بالرمزيات والمحسوسات .
- ✓ تساعد على تنشيط المهارات لدى المستخدم .
- ✓ تفتح مواقع التواصل الاجتماعي أبوابا تمكن من إطلاق الابداعات والمشاريع والأهداف .
- ✓ تعد مواقع التواصل الاجتماعي اداة لتبادل الاراء والافكار ومعرفة ثقافات الشعوب وتقريب المسافات بينها .

6- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

- إدمان الجلوس عليها مما يعطل كثير الأعمال .
- نشر الأفكار الضالة مثل العنف والمشاركة فيه .
- التعرض للخداع فيخدعونك ويبعدون عن أصدقائك وأهلك .
- ظهور لغة جديدة بين الشباب كاستخدام حروف اللغة العربية على شكل رموز وأرقام فباتت الحاء (7) والهمزة (2) والعين (3)...
- غياب الرقابة وعدم شعور بعض المستخدمين بالمسؤولية .
- كثرة الاشاعات والمبالغة في نقل الأحداث .
- تصفح هذه المواقع يؤدي الى عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري وعن المشاركة في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.
- انعدام الخصوصية وهذا بدوره يؤدي الى اضرار معنوية ونفسية ومادية .
- هدر الوقت .

الفصل الثاني: العملية التواصلية

(1) الاتصال والتواصل

(2) الفرق بين الاتصال والتواصل

(3) أهمية التواصل

(4) الانترنت

(5) أهداف العملية الاتصالية

(6) عملية الاتصال وعناصرها

(7) أنواع العملية الاتصالية

1- الاتصال والتواصل :

يعد الاتصال من أقدم أوجه العمليات الاجتماعية والتي ظهرت مع بداية حياة الإنسان ، وما يميز هذا الاتصال أنواعه المختلفة أي أنه لا يتوقف على نوع واحد بل يتعدى إلى أكثر من نوع ، ولذ فهو يلعب دورا كبيرا في حياتنا ، فهو بمثابة القناة الأولى التي تجعلنا نرتبط بالحياة الإنسانية .

ويعد الاتصال بمثابة تمهيد لكل ما نقوم به من أفعال ، فهو ضرورة من الناحية الإنسانية والاجتماعية لا تقل أهميته على حاجتنا للأمن والغذاء والكساء والمأوى ، وبه يحدث الترابط والتواصل بين الآخرين والتعبير عن إحساسه اتجاههم ، ومحاولة التأثير والتأثر¹

إن الاتصال يقوم على تبادل المعاني الموجودة في الوسائل والتي من خلالها يتفاعل الأفراد من ذوي الثقافات المختلفة ، من أجل إتاحة الفرصة لايقصال المعنى وفهم الرسالة²

إن أهداف قيام الانسان بالاتصال هي رغبته بالتعلم وامتلاكه للمعلومات وتبادلها بينه وبين الآخرين والتأثير في الآخرين واجراءه للحوار ، بالإضافة الى المشاركة في الكثير من الموضوعات الحساسة والمهمة المؤثرة في حياته ، باعتبار الاتصال جزءا من طبيعة الإنسان وعمله وتحركاته وتفاعله مع الآخرين ، فيتفاعل الفرد مع غيره من خلال وسائل الاتصال للتعبير عن الآراء والأفكار التي من شأنه أن تعدد ، ويعد الاتصال الوسيلة الاجتماعية التي من خلاله يتم الأفراد والجماعات في داخل المنظمات وخارجها على حد سواء .

كما أن الاتصال من شأنه أن يسهل عملية تداول وانتشار نفس الأفكار والقيام والمعايير عبر أقاليم وفئات وطوائف مختلفة ، فهو اداة ربط بين جماعات المجتمع ، وبين المجتمعات المختلفة وما تمثله من ثقافات ومؤسسات³

¹ - الشحي يوسف عبد الله ، مهارات الاتصال التربوي الاسلامي في الاسرة والمدرسة ودرجة ممارستها في محافظة مسندم بسلطنة عمان ، رسالة ماجستير ، جامعة اليرموك ، الاردن ، 2010، ص31.

² - مان ميشل ،، موسوعة العلوم الاجتماعية ، ترجمة عادل مختار الهواري ، وسعد عبد العزيز ، مكتبة الفلاح ، الكويت ، 1994، ص26.

³ - أبو أصبع صالح ، أبو عرجه تيسير ، الاتصال والعلاقات العامة ، منشورات جامعة القدس المفتوحة ، عمان ، 1996، ص19.

كما أن كفاءة الاتصال تعتمد على العديد من المتغيرات المختلفة سواء ما يتعلق منها بطبيعة العمل ، أو الموقع المادي لوجود الأفراد وتحقيق مستويات التفاعل لوصول الأفكار والمفاهيم المختلفة واستيعاب مضامين الاتصال وأعادته المهمة¹

والاتصال بهذا المعنى هو العملية التي من أجلها نفهم الآخرين ويفهموننا ، والطريقة التي يتم بواسطتها انتقال المعرفة من شخص لآخر ، وسببه يحدث التفاهم .

أما التواصل هو نقل الأفكار من شخص لآخر ، تعبير يتزايد استعماله ليشمل أنواعا مختلفة من الرسائل والأدوات والطرق المؤدية الى بث الآراء والمفاهيم بين أفراد المجتمع وتبادلها²

ويعد التواصل متطلبا أساسيا لكل فرد يعمل مع الآخرين في نفس المنظمة أو في منظمات أخرى ، وكثيرا ما يؤثر على تقييم الآخرين لفرد على درجة تمتعه بمهارات التواصل الاجتماعي بغض النظر عن درجة ذكائه أو مستوى كفاءته في العمل ، وكم من شخص يتفاعل مع الآخرين من أجل تحقيق هدف يرغبه ، ولكن يفشل في تحقيقه بسبب ضعف لديه في إحدى مهارات النجاح في العمال والتعلق بالقدرة على التواصل الفعال مع الآخرين وبكل يؤدي إلى تحقيق هدف الفرد المرغوب من هذا التواصل .

كما يعني التواصل أيضا عملية تبادل الأفكار والآراء والمشاعر بين الأفراد من خلال نظام مشترك ومتعارف عليه من العادات والتقاليد والرموز اللغوية في علاقة اجتماعية قائمة بين الأفراد ، وتستخدم فيها اللغة القومية في إطار مجموعة من المعايير والشروط والقواعد لإنجاز أهداف وأنشطة مقصودة .³

ويتبين مما سبق ان الاتصال مرتبط بالنشاط البشري ، وضرورة إنسانية واجتماعية لتحقيق التواصل والتفاعل بين الافراد والمؤسسات وتحقيق الأهداف عن طريق نقل الافكار والمشاعر والمعلومات ، وأن مهارات النجاح في مختلف أوجه الحياة ترتبط ارتباطا وثيقا بالقدرة على التواصل الفعال مع الآخرين.

2- الفرق بين الاتصال والتواصل

هناك اختلاف بين الاتصال والتواصل من حيث مفهومه الدقيق من الباحثين والمتخصصين حيث أن كلمة communication مشتقة من اللغة اللاتينية communes وتعني المشاركة sharing في

¹ - حمود حضير كاضم ، الاتصال الفعال في إدار الأعمال ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، 2010، ص43.

² - نجار فريد ، المعجم الموسوعي لمصطلحات التربية ، مكتبة لبنان ناشون ، بيروت ، 2003، ص12.

³ - شحاتة حسن وآخرون ، معجم المصطلحات التربوية والنفسية ط2، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2011، ص58.

الحديث والرأي والمشورة عند اتخاذ القرار ، والاتصال وفقا لهذا الفهم يعني المشاركة في المعلومات وتبادلها في اتخاذ القرارات ، أو المساهمة في المشاعر وغيرها من الاعتبارات ذات الأهمية في التواصل بين الأفراد والجماعة¹

ويرى مراد 2011 أن حياتنا المعاصرة قائمة على الاتصال لا التواصل ، وأن اصطلاح التواصل يرتبط بمجموعة من المعاني التي تعتبر عن جوهر العملية ، والتي هي نفي للعديد من المعاني التي ارتبطت بالمصطلح السابق للاتصال ومن بين هذه المعاني :

5 أن الاتصال مصطلح يستخدم للإشارة إلى عملية نقل المعلومات في الإنسان أو الحيوان بينما يقتصر مصطلح التواصل على وصف حدوث هذه العملية بين البشر فقط.

6 أن التواصل يشير إلى عملية شاملة تتجاوز أطرافها النظام الاجتماعي الشامل الذي تتم فيه بعكس الاتصال الذي يرتبط بعملية تجزئية ، ويتغاضى عن سياق شامل لعملية التواصل .

7 أن التواصل ليس مجرد اتصال بين الطرفين أحدهما مؤثر والآخر متأثر ، وإنما هو علاقة بين فردين على الأقل كل منهما يمثل ذاتا نشطة ، ولذلك تكون كل عملية تواصل عبارة عن وحدة النشاط والمعرفة .

8 أن التواصل في الإنسان متعدد الاتجاهات وليس في اتجاه واحد ، فالطرفان يتبادلان دائما دوري المرسل والمستقل في عملية سريعة مستمرة ، ودون أن يحدث ذلك نكون بصدد اتصال لا تواصل .

يذهب بعض الباحثين إلى أن مفهومي الاتصال والتواصل ، قد يكونان مترادفين بناء على الخصائص المشتركة بينهما ، لكن الاتصال Communication مفهوم يتضمن ويكون على أية نوع من أنواع الرسائل واستقبالها ، أما التواصل Interpersonal Communication فهو نوع محدد من الاتصال يعبر عنه "بالتواصل الشخصي " أو التواصل عبر الأشخاص ، ويكون بين فرد وآخر².

إن التواصل هو تبادل رسائل بين الأفراد ، وينظر إليه غالبا كعملية تسهم في تحقيق التقارب المتبادل بين المتحدثين ، فالتواصل الناجح يغني حياة الأفراد ، لأنه في البداية لا يكون الردا على

¹ - حمود حضير كاضم، المرجع السابق ، ص57.

² - الجبوسي محمد بلال ، أنت وأنا مقدمة مهارات التواصل الإنساني ، مكتب التربية العربية لدول الخليج ، الرياض ، 2002 ، ص93.

الحاجة الى المعلومة .وخلال التجربةالاجماعية يتحول الى هدف في حد ذاته .ويمكن ان ينجح كما يفشل .ويمكن ان يكون جدا ام سيئا ¹

ويعرف التواصل ايضا بانه العملية التي يمكن بواسطتها نقل اثار الغير التي تحدث في احدى مناطق المجال السلوكي الى منطقة اخرى

ويقال عن اي منطقتين في المجال انهما متوصلتان اذا كان التغير في حالة احدهما يترتب عليه حدوث تغير في الحالة الاخرى فمهوم التواصل يشير الى نقل انطباع او تأثير من منطقة الى اخرى دون نقل فعلي لمادة ما .او الى نقل انطباعات من البيئة الى الكائن او العكس من فرد الى اخر ²

كما يشير مصطلح التواصل ايضا الى علاقة متبادلة بين الطرفين وفي الاتصال ثمة رغبة من احد الطرفين بالاتجاه لآخر، وهذا الآخر قد يستجيب ويتفاعل مع تلك الرغبة او انه قد يرفض الاستجابة وينغلق اما في التواصل فان التفاعل او الرغبة في المشاركة تحدث من كلا الطرفين وننشط باتجاه تحقيق اهداف معينة ،فالتواصل قد يستجيب الفرد وقد يرفض الاستجابة اما التواصل فان كلا الطرفين يستجيبان

والتواصل يؤدي كذلك دورا اساسيا في حياة الانسان ،وهي مقدمتها اشباع الحاجات الطبيعية وانتهاء بتقدير الذات ،الذي لا يتم الا خلال التفاعل مع الآخرين في الاسرة او المدرسة او العمل....الخ الجبوسي ، 2002،بيد ان الهدف من التواصل كما يراه وولتون 2012 لم يعد التقاسم مع الآخرين ما هو مشترك فيما بينهم بقدر ما هو تعلم كيفية تدبر الاختلافات التي تفصلهم،فكل فرد يسعى للتواصل ،فالعيش يعني التواصل والتبادل مع الآخر وباكثر الطرق اصالة في اغلب الاحيان

فالتواصل اذن عملية تفاعل عاطفية بين الرسل والمستقبل يتم من خلالها تأثير متبادل من خلال تبادل الاراء والمعلومات في اطار نسق اجتماعي معين ولذلك فالتواصل هو فالواقع جوهر عملية الاتصال برمتها³.

ويتضح من العرض السابق ارتباط مفهومي الاتصال والتواصل والتداخل الكبير بينهما وبالتالي صعوبة الفصل الكامل في الاجزاء المكونة لهما ،بيد انه يمكن اعتبار الاتصال قائما على نسق ذو اتجاه واحد،بينما التواصل متعددالاتجاهات

¹ - أمطوش محمد ، دروس في أناسة التواصل بين النظرية والميدان ، دار الراية للنشر والتوزيع ، عمان ، 2012، ص109.

² - عبد الله مجدي أحمد محمد 2009 ، مقدمة في سيكولوجية الاتصال والإعلام ، دار المعرفة الجامعية ، 2009، ص22.

³ - مراد كامل خور رشيد، الاتصال الجماهيري والإلام التطور والخصائص والنظريات ، دار المسيرة عمان ، 2011، ص54.

3- أهمية التواصل

ان التواصل عملية اجتماعية تلعب دورا هاما وفعالا في الحياة الانسانية ، والوسيلة التي يستعملها الانسان لتنظيم واستقرار وتغيرحياته الاجتماعية ،ولا يمكن للجماعة او لمنظمة ان ننشأ ونستمر دون اتصال و تواصل يجري بين اعضائها .

والتواصل رحلة استكشافية لا نهاية لها ، وجزء اساسي من حياتنا ، فتواصل بجميع انواعه يشكل الجزء الاكبر من ما نقوم به،فبمجرد قدوم الانسان الى هذه الارض ، يصبح التواصل اكبرالعوامل التي تحدد العلاقات التي يقيمها مع الآخرين ،بل وماسيتعرض له من احداث على مدار حياته¹

فالتواصل وظيفة رئيسة في اي بناء متكامل سواء اكان هذاالبناء بيولوجيا ام سيكولوجيا ام اجتماعيا ويحقق التواصل مهمته من خلال عاملين رئيسين هما زيادة قدرة الافراد على التوافق المتبادل ،وزيادة درجة اندماج الذوات في النحن²

وهكذا يتبين ان التواصل اهمية كبيرة ،في حياة الانسان ،وانه جوهر هذه الحياة واساسها نوتكوين العلاقات التي تحدث بين الافراد والجماعات اذ لا يمكن تصور حدوث تفاعل مثمر من اي نوع بين الافراد والمجتمعات مع غياب تواصل فعال قائم على المشاركة وتبادل الاراء والمشاعر

4- الانترنت

الانترنت هي مجموعة من الشبكات الالكترونية المحلية والعالمية ،نحملكما هائلا من المعلومات وهي نتاج اندماجاندماج ظاهري الاتصال والمعلوماتية ويتكون الانترنت من ملايين الحواسيب المنتشرة حول العالم،المرتبطة ببعضها عن طريق الاقمار الصناعية او الالياف الضوئية او الهاتف .³

وقد تطورت تكنولوجيا الانترنت وظهر الجيل الثاني للويب،في عام2004، حيث سهلت التكنولوجيا من تدفق المحتوى الالكتروني في اتجاهين او اكثر ،ومكنت من التحكمبه والتفاعل معه .ومهد هذا التطور لنورة حقيقة في مجال شبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية ،على الانترنت ،او تطبيقاتها على الهواتف الذكية وا اللواح الالكترونية .وتعد شبكات التواصل الالكترونية مثل افيسبوك وتويتر ويوتيوب والواتساب

¹ - كول كريس ، التواصل بوضوح وشفافية مهارات لتحقيق التفاهم المتبادل بين الافراد ، مكتبة جرير ، الرياض ، 2010 ، ص1.

² - عبد الله مجدي محمد أحمد محمد ، مقدمة في سيكولوجية الاتصال والاعلام ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، 2009 ، ص67.

³ - الدليمي عبد الرزاق محمد ، الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية ، دار للنشر والتوزيع ، عمان ، 2011 ، ص 49-50.

تطبيقات الانترنت وهي تطبيقات يتم من خلالها حفظ بيانات المستخدم servers على شبكة الانترنت ،يمكن الوصول لها من اي مكان ،عن طريق الجهاز الحاسب الالى ،او الهاتف الذكي او اللوح الالكتروني¹ .

أن الاتصال يؤكد أهمية العملية الاتصالية في حياة الأفراد، فهي تعد عملية تفاعلية دائمة الحركة، تخضع لمؤثرات مختلفة سواء في التكامل أو التفاعل، كما أنها عملية تسير في حلقة دائرية لإمكانية تبادلية الأدوار، حيث يصبح المرسل مستقبلا والمستقبل مرسلا، وهكذا فإن عملية الاتصال هي عملية إنسانية، تتطلب مشاركة العديد من الأفراد، ولهذه العملية هدف تسعى إلى تحقيقه.

5- أهداف العملية الاتصالية:

لا يمكن الحديث عن العملية الاتصالية بمعزل عن الحياة الاجتماعية، فكل منهما يكمل الآخر وتتغير كل منهما باختلاف الصفات المتحركة، والخبرات المشتركة، وهكذا فإنها عملية تساعد في تنمية التراث الثقافي والاجتماعي والاقتصادي والسياسي، التي هي دائما عناصر مكملة لبعضها البعض.

تعتبر أهداف الاتصال وظائف في آن واحد، وتحدد هذه الوظائف حسب عناصر العملية الاتصالية ، وحددت هذه الوظائف حسب الرسالة الإعلامية:

- الوظيفة الانفعالية Emotive : تركز الرسالة على ذات المرسل وتبين مباشرة مواقفه من القضايا والأحداث والمواضيع التي يعرضها..
- الوظيفة الندائية: Conative تتوجه الرسالة للمتلقي لتنبهه والطلب منه تنفيذ بعض الأمور.²
- الوظيفة المرجعية: Référentiel تشير الرسالة إلى محتوى معين، وهي تترك للمتلقي لربط ما تلقاه بما سبقه وبما سوف يأتيه..
- وظيفة ما ورائية اللغة: Métalinguistique تجعل الرسالة الإعلامية للغة مضمونا، فتصفها وتحللها وتفصلها وتركبها وتعرف بأصولها.
- - الوظيفة الوصلية: Phatique تتضمن الرسائل تعبيراً تتيح فيه للمرسل إقامة الاتصال أو قطعه.

¹ - شفيق، حسنين، المرجع السابق ، ص 109-110.

² - ان جبران كرم: نفس المرجع، نفس الصفحة

- الوظيفة الشعرية: Poétique تجعل الرسالة سواء كانت شعرية أو لا، نفسها محور الوصف أو الدرس أو التحليل.

وتحقق العملية الاتصالية هذه الوظائف، بتوفر العنصرين الأساسيين منها وهما: المرسل والمستقبل، ومن جهة المرسل، فإن هدف العملية الاتصالية يتمثل في نقل الفكرة، الإقناع، التعليم، الترفيه، الإعلام، وقد لا نجد مجمل هذه الأهداف في كل العمليات وذلك حسب الرسالة مثلما سبق التحديد، ومن جهة المستقبل، فإن الهدف من العملية الاتصالية، يكمن في أن نعي ونفهم ما يحيط بنا من ظواهر وأحداث، وكذا تعلم مهارات جديدة، الترفيه، الحصول على معلومات جديدة أي الإعلام، مما يساعد على أخذ القرارات بشكل صائب، كما تختلف أهداف العملية الاتصالية حسب الرسالة والمضمون.

6- عملية الاتصال وعناصرها:

كان الاتصال بالنسبة للإنسان البدائي تلبية لحاجة ضرورية، تساعد على التكيف مع بني جنسه أي أنها تهدف المشاركة للاستجابة إلى حاجة نفسية أو فيزيولوجية ما، كما أن المعنى اللغوي لكلمة اتصال Communication يشير صراحة إلى عنصر المشاركة والتفاعل بين أطراف العملية الاتصالية، والتأكيد على أن العملية الاتصالية هي عملية اجتماعية، يجبرنا على الأخذ بعين الاعتبار مجموعة عناصر تساهم في العملية الاتصالية، والتي تم الإشارة إليها لأول مرة من طرف الباحث **ديفيد بيرلو David berlo** سنة 1920 إذ يشير أن أهم الجوانب إثارة في النموذج الاتصالي الذي قدمه **بيرلو** هو اشتماله على عناصر مثل المصدر، الرسالة والقناة والمستقبل¹.

فسر **بيرلو** العملية الاتصالية، من خلال العناصر المكونة لها دون التطرق إلى عنصر الأثر، الذي تتركه وسائل الإعلام، هذا العنصر الذي أورده الباحث **ويلبر شرام** سنة (1925) واعتبر أن التغذية الراجعة- وهو مصطلح يأخذ أسماء عديدة منها الأثر، رجع الصدى -يعد متغيراً أساسياً في فهمنا للعملية الاتصالية، وهو يتعلق بالصورة التي يولدها الاتصال في المواقف الشخصية.²

وتتم العملية الاتصالية في إطار هذه العناصر التي تم ذكرها، لا يجب إغفال طبيعة الموقف الاتصالي بين طرفي الاتصال من حيث الجدية والتفاهة والبساطة والتعقيد، والمتعلقة بالمرسل والمستقبل،

¹ - عبد الله الطويرقي، مرجع سابق، ص17

² - عبد الله الطويرقي، مرجع سابق، ص18

بالإضافة إلى تحديد مهارات الاتصال ومعرفة كل طرف منهما بالشروط الاجتماعية والثقافية الواجب توفرها لنجاح العملية الاتصالية أو فشلها.

تنصب جوانب المشاركة والتبادل والتفاعل بين أطراف العملية الاتصالية بالدرجة الأولى، على مضامين تتمحور حول معان وفهم مشترك في كل الظروف، مما يستوجب على الأفراد خلق نظام رمزي متعارف عليه، يمكن به نقل المضامين والأفكار والرسائل بصورة عملية في المواقف الاجتماعية، وهي بذلك تتوقف على مدى فعالية كل عنصر من عناصر العملية الاتصالية المتمثلة في المرسل، والذي يعد مصدر الرسالة سواء كانت هذه الأخيرة رموز أو كلمات مكتوبة أو منطوقة أو إشارات، أصوات أو حركات لنقل رسالة ما ، أي المضمون المراد نقله، ويعد المضمون إما مادة مطبوعة، مسموعة، أو مرئية تتوفر على دقة المحتوى و سهولة الاستيعاب لدى المستقبل، وهو الجهة التي توجه إليها الرسالة، ويمكن أن يكون المستقبل شخصاً أو مجموعة أشخاص، وبذلك يتم تحقيق هدفين هما :الأول الاستجابة التي يقصدها منتج الرسالة، والثاني الاستجابة التي يقصدها مستقبل الرسالة.

وكان الاهتمام في البداية بالمرسل، باعتباره مصدر الرسالة الإعلامية، إلا أن هذا الاهتمام أخذ اتجاهاً آخر، وبدأت دراسات الاتصال تهتم بالمستقبل، أو ما يسمى بالجمهور أو الجماهير، وإلى حد الساعة، اهتمت معظم الدراسات الإعلامية بالجمهور، لمعرفة خصوصياته باعتبار أن تحديد الرسالة الإعلامية لا يمكن التعرف عليها من خلال المرسل، بل من خلال سلوك المستقبل، الذي تتدخل في تحديده خبرات اجتماعية وثقافية ونفسية مختلفة، ولا تعد عناصر العملية الاتصالية شيئاً مطلقاً، بل أن هناك من العلماء، من اكتفى بذكر هذه العناصر الثلاث من بينهم أرسطو الذي يعد من المجتهدين الأوائل في مجال الاتصال، وحدد نظريته في الاتصال من خلال كتابه **Rethorica** التي دامت إلى أواخر القرن 18 م¹ ويرى أن العملية الاتصالية تنصب على ثلاث عناصر، هي : (المرسل) (المتحدث)، (الرسالة) (الحديث)، (المستقبل) (الشخص الذي يستمع، واعتبر نموذج أرسطو أساس النماذج التي أتت بها النظريات الأخرى، التي اهتمت بعنصرين آخرين، وهما القناة أي الوسيلة التي يتم بواسطتها ربط المرسل بالمستقبل، كما أنها تلعب دور في تحديد ردود فعل المتلقي، التي تختلف حسب نمط الاتصال، أما عنصر رجع الصدى الذي أخذ تسميات عدة مثل الأثر أو Back Feed، الذي لقي اهتمام الباحثين في حقل الإعلام، باعتباره يمكننا معرفة أثر العملية الاتصالية الذي يظهر من خلال ردة فعل أو انفعال

¹ - نبيل عارف الجردى، مقدمة في علم الاتصال، ط3 ، مكتبة الإمارات العين، الإمارات، د ت، ص40

خارجي أثناء العملية الاتصالية، التي تساعدنا على تعديل أفكارنا ومواقفنا، وأدوارنا التفاعلية داخل المجتمع. وعدا نموذج أرسطو، فإن معظم النماذج التي ظهرت بعد ذلك تناولت العناصر ذاتها المكونة للعملية الاتصالية، والمتمثلة في المرسل، المستقبل، الرسالة، القناة، الاستجابة، حيث اجتهد كل باحث في إيجاد نموذج خاص به، يفسر فيه دور كل عنصر من هذه العناصر، حيث أشار دنييس ماكويل Denis Macuel¹ الى وجود أكثر من ثمانين نمودجا للاتصال، فالبعض منها يعتمد على المفاهيم الرياضية، مثل نموذج شانون سنة 1948 الذي ربط الاتصال بعمل الآلات أو الوسائل التي تنقل المعلومات، ويحدد عناصر العملية الاتصالية لديه في المصدر، الإشارة، المستقبل، الهدف، التشويش أثناء نقل الرسالة، أما ويلبر شرام اهتم في نمودجه بالخبرات المشتركة بين طرفي العملية الاتصالية وذلك للوصول إلى فهم المعاني والرموز، أما لاسويل فأصاغ نمودجه على شكل تساؤلات هي: من ؟ (المرسل)، ماذا ؟ (الرسالة)، كيف ؟ (الوسيلة)، بأية وسيلة ؟ ، وما هو التأثير الناجم ؟ (الأثر، رجع الصدى)، والملاحظ هنا أنه لم يهتم بالمستقبل إلا من خلال دراسة الأثر، وأبرز ميلفين في نمودجه المصدر ويقصد به حجم المضمون، والمرسل، القناة، الهدف، التشويش، ورغم اختلاف هذه النماذج، بتواجد العناصر ذاتها في نماذج وغياب بعض منها في أخرى، إلا أنها اعتبرت نماذج خطية تجعل العملية الاتصالية تسير في اتجاه واحد، وتتجاهل قدرة المتلقي في ترجمة ما تلقاه وإعادة إرساله بصفة أخرى، ولتفسير هذا الوضع، ظهر النمودج المركز Concentrique L: راي هيربرت، دونالد انقوريت وتوماس بون، واختصر هذا النمودج ب: نمودج HUB تبعاً لمؤسسيه الثلاث سنة 1974، وهو عبارة عن شكل لولبي للاتصال، يهتم بقدرة المتلقي في الفرز، وترجمة الرسائل التي يتلقاها من المرسل، لأن الاتصال الذي يتم هو في الحقيقة عملية تفاوض، وصفقة دائمة بين المرسل والمستقبل يتم تقديمها على شكل دائري. يفسر هذا النمودج الاتصال الجماهيري، حيث يوضح هذا الأخير، أنه مجموعة عوامل مركزة تتضمن فعلا وردة فعل، على شكل إصدار أي رسالة من طرف المرسل، فهي شيئاً فشيئاً تصل إلى الجمهور العريض، وتعود أحياناً إلى نقطة البداية وهي المرسل، وبذلك فإن وسائل الاتصال الجماهيري، تأخذ مركز الوسط بطريقة تجعلها تبتث الرسالة بين المرسل والمستقبل كما يلي: في مرحلة أولى، فإن المرسل سواء كان هيئة تحرير جريدة ما، أو مجموعة صحافيين في السمعي البصري، أو أعضاء من وكالة إشهار، هم في بداية عملية الاتصال، يقومون ببث الرسالة الإعلامية بطريقة مرمزة سواء كانت رسائل مكتوبة أو سمعية بصرية. وقبل بث هذه

¹ - بيل عارف الجردى: نفس المرجع، نفس الصفحة

الرسالة فإنها تخضع لعملية المراقبة من طرف المراقبين، أو ما يسمى keepers gate الكلفين بفرز الرسائل وبثها، وبعدها تتم عملية البث عن طريق وسائل الإعلام بمختلف أنواعها، بعدها تصل الرسالة إلى المستقبل حيث تولد لديه آثارا مختلفة ولم ينس النموذج عنصر التشويش والذي يتمثل في : عدم خضوع الصوت أو الصورة، أو استعمال جمل غير مفهومة، أو تضخيم الأمور أو إخضاع المستقبل لعملية الضغط من طرف المراقبين¹ تؤكد هذه النماذج الاتصالية سواء النماذج الخطية، أو النموذج المركز، على أهمية وجود تفاعل مشترك بين أطراف العملية الاتصالية، خاصة منهم المرسل والمستقبل، ونجد في هذه الحالة تطابق نموذج كل من ارسطو و ويلبر شرام فيما يتعلق بالعناصر الثلاث المتمثلة في المرسل والمستقبل والرسالة، وهذا في حالة الاتصال المباشر الذي يقوم به الشباب أثناء أي عملية اتصالية، سواء كان ذلك للحصول على معلومة ما، أو لتبادل الآراء حول موضوع ما، بالإضافة إلى النموذج المركز أثناء عملية الاتصال خاصة، عند اعتماد الشباب لوسيلة الإنترنت، إلا أنه في هذه الحالة نجد غياب عنصر المراقبين، الذي من مهامهم مراقبة المضامين الموثقة، لأن هذه الأخيرة لا تخضع لأية مراقبة في مضامينها

7-أنواع العملية الاتصالية

من المنطقي جدا أن يتم التعرف على المستويات التي يولد فيها الاتصال، والفوارق التي تنشأ بينها، جراء حجم المشاركين في العملية الاتصالية، وكذا الوسائل المستعملة، بالرغم من أن هذه المستويات متداخلة ومرتبطة بعضها ببعض، فهناك من يجعله اتصالا مباشرا قائما على مبدأ الغريزة باعتباره خاصية كل فرد، أو اتصالا تقنيا قائما على الوسائط التقنية المعتمدة وعلى الاتصال الاجتماعي باعتبار أن الاتصال حاجة اجتماعية²، ويتفق معظم الباحثون في دراسات الاتصال على التقسيمات التالية:

- **الاتصال الذاتي**، الاتصال وجها لوجه، اتصال الجماعات الصغرى، الاتصال التنظيمي، الاتصال العام، الاتصال الجماهيري، و يتحدد التمييز بين هذه الأنماط وفق عناصر العملية الاتصالية التي تم التطرق إليها مسبقا.

¹ – Claude Jean Bertrand , Médias, introduction a la presse, radio et télévision, édition Ellipses, Paris, 1999, p17

² – مي العبد الله سنو، الاتصال في عصر العولمة، الدور و التحديات الجديدة، ط2، دار النهضة العربية للطباعة و النشر، بيروت 2001، ص34.

- **الاتصال الذاتي:** الإنسان هو أول من استخدم حواسه لفهم عمله وعلى ضوء ذلك حدد سلوكه، ولهذا أدرك ما يدور حوله من كائنات طبيعية، ولم يكن الإدراك إلا عن طريق الاتصال الذي يجريه الفرد مع ذاته، ولهذا فإن الاتصال الذاتي هو أساس الاتصال البشري، باعتباره يساعد في التفتح على أشكال الاتصال، كما أن الاتصال الذاتي يسمح للفرد اتخاذ قرارات استنادا إلى المعلومات التي تتلقاها حواسه، ويتحدد هذا الاتصال في جميع العمليات التي تحدث داخل الفرد في شكل مونولوج لغوي يشبه إلى حد كبير حالة معالجة البيانات التي تحدث في جهاز الكمبيوتر، ويعرف الاتصال الذاتي أيضا، أنه تفاعل صغير بين الإنسان والصور الذهنية والتجارب والمعارف والمواقف السابقة التي عايشها، كما أنه يمكننا من فهم الكيفية التي يتعاطى فيها الإنسان مع عالمه الخاص والعالم المحسوس.¹

- الاتصال وجها لوجه Interpersonnel communicatio

ويعرف أيضا بالاتصال من شخص لآخر، وسدت هذه العملية الهوة بين الملموس والتجريدي فصار ممكنا إنجاز اتصال مع أشخاص أو أشياء غير منظورين. ويعتبر الاتصال من شخص إلى شخص، عادة يومية يتم استخدامها، ولكن لو اقتصر الاتصال في المجتمع على هذا النوع، لكان عدد الأشخاص الذين نتصل محدودا جدا، ويعرف هذا النوع من الاتصال، بحالة التفاعل التي يلتقي فيها شخص بشخص آخر، مثلما يحدث لنا في لقاءاتنا اليومية، وفي هذا التفاعل يتبادل أدوار المصدر والمتلقي، وتكون الحركات أو الحوار اللغوي كوسيط في العملية الاتصالية، أما ردود الفعل فيه تكون مباشرة وآنية، لهذا يعد هذا النمط من أكثر المواقف إثارة و عفوية لأنه يحدث مباشرة.

- اتصال الجماعات الصغرى :

لا يخرج هذا النمط من الاتصال عن الاتصال وجها لوجه، لأنه هو الآخر يتم بشكل مباشر وعفوي، ولكن الاختلاف يكمن في أن هذا النوع من الاتصال يتعدى الشخصين، ليصل عدد محدود من الأشخاص، ويتواجد هذا النوع من الاتصال في اللقاءات الرسمية والغير رسمية والاجتماعات سواء في العمل أو في الحياة الاجتماعية العادية، أين يكون استقبال وإرسال الرسائل كمصدر متلقي في أي وقت من الأوقات ويتميز هذا الاتصال بزيادة حجم التفاعل .

¹ - عبد الله الطويرقي، مرجع سابق، ص 35

وهذا النوع من الاتصال نجده أيضا في منابر النقاش المتواجدة عبر مواقع الإنترنت المختلفة، حيث يسمح فيها للمتلقي المرتبط بالشبكة، الدخول في مجموعات النقاش حول مواضيع معينة يتم فيها تبادل الآراء حول الموضوع المقترح.

- الاتصال العام:

لا يختلف هذا الاتصال عن الاتصال وجها لوجه، إلا أن المرسل في هذا النمط الاتصالي يسعى لتوصيل أفكاره للجمهور، ونجد هذا النوع في الخطب والندوات والمحاضرات، وهنا يصبح المصدر متلقيا في آن واحد أثناء أدائه لعملية الإرسال لردود فعل الجمهور، من ألفاظ وحركات وإيماءات، وفي هذا النوع أيضا يلعب المرسل فيه الدور المهم في العملية الاتصالية، ولكن هذا لا يعني إغفال العناصر الأخرى، بل إن طبيعته المباشرة مع الجمهور دون توفر حواجز زمانية أو مكانية يسهل التفاعل المتبادل بين الطرفين.

- الاتصال التنظيم:

إن تعقد الحياة الاجتماعية أنجم عنه ضرورة وجود تنظيمات أخرى داخل المجتمع الذي تحكمه أسس وقواعد تنظمه، وتشمل هذه التنظيمات، الجمعيات على اختلاف أنواعها والمؤسسات سواء الاقتصادية أو الثقافية، ويشتمل الاتصال التنظيمي داخل هذه الهيئات أو فيما بينها، تفاعلها اليومي مع غيرها من المؤسسات أو الأفراد سواء كان ذلك بصفة رسمية أو غير رسمية، وفي هذا النوع يتعدد المتلقي وتكون الوسائط الاتصالية مختلفة.

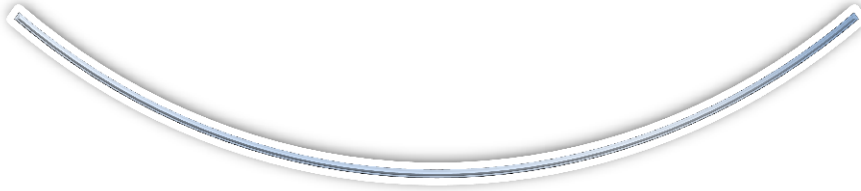
- الاتصال الجماهيري:

يعد من أعقد الأنواع الاتصالية باعتباره يتم بين المصدر وجمهور متباعد ومختلف، سواء في الجنس أو الوعي أو المستوى الثقافي و غيرها، ويتم هذا النوع من الاتصال، عن طريق وسائط إلكترونية، مسموعة أو مسموعة مرئية، لها قدرة بث العديد من الرسائل لهذا الجمهور، متجاوزة حاجز الزمان والمكان أو العلاقة بين الطرفين، يهدف إلى التأثير في سلوكهم أو دفعهم لتبني مواقف أو اتجاهات بعينها أو الترفيه أو تزويدهم بالمعلومات والأخبار، ويلعب الاتصال الجماهيري دورا في صناعة الرأي العام المحلي والعالمي، تجاه القضايا المعاصرة.

الفصل الثالث: تحليل وتفسير جداول البيانات



- ❖ المحور الأول : البيانات الشخصية
- ❖ المحور الثاني : استخدامات شبكات التواصل الإجتماعي عند الطلبة الجامعيين
- ❖ المحور الثالث : المحتوى الإتصالي والحاجات الشخصية
- ❖ المحور الرابع : الإشباعات المحققة من شبكات التواصل
- ❖ نتائج الدراسة



المحور الأول : البيانات الشخصية

الجدول رقم (01): يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
ذكر	42	42%
أنثى	58	58%

نلاحظ من خلال الجدول أن أكبر نسبة في عينة الدراسة كانت لفئة الإناث بنسبة 58% من مجموع عينة البحث بينما بلغت نسبة الذكور 42%

والملاحظ أن نسبة الإناث قد فاقت نسبة الذكور في عينة الدراسة ويرجع ذلك لطبيعة التركيبة المجتمعية للجزائر الذي يفوق فيه الإناث نسبة الذكور وعينة دراستنا جزء من المجتمع من فئة الطلبة الجامعيين.

الجدول رقم (02): يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير السن

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
من 18-25	44	44%
من 26-35	47	47%
أكثر من 36	9	9%

من خلال نتائج عينة الدراسة الموضحة في الجدول نلاحظ أن أكبر نسبة من عينة الدراسة كانت من فئة 26-35 سنة بنسبة 47% تليها مباشرة فئة من 18-25 سنة ثم أكثر من 36 سنة بنسبة 9%

ويمكن القول أن هذه النسب طبيعية لأن السن المعتاد لمرحلة الدراسة الجامعية والتدرج .

كما أن هذه المراحل العمرية يجمع بين الحيوية والنشاط وحب الإكتشاف والمشاركة الذي يميز مرحلة الشباب وهي الفئة النشطة على شبكات التواصل الإجتماعي.

الجدول رقم (03): يوضح مفردات عينة حسب متغير المستوى الجامعي

النسبة المئوية%	التكرار	البيان
64%	64	ليسانس
32%	32	ماستر
4%	4	دكتوراه

من خلال اجابة عينة الدراسة فإن أكبر نسبة شاركت هي مستوى الليسانس بنسبة 64% تلها نسبة الماستر 32% ثم مرحلة الدكتوراه بنسبة 4%

يمكن إرجاع ذلك العدد الحقيقي المكون للمستويات الثلاث فعدد الطلبة في مرحلة الليسانس أكبر منه من مرحلة الماستر وكذلك الدكتوراه .

كما أن السبب عائد لكون الطلبة السنوات الليسانس مجبرين على الدراسة حضوؤيا وهذا ما يفسر ارتفاع نسبة طلبة الليسانس في عينة الدراسة.

المحور الثاني : استخدامات شبكات التواصل الإجتماعي عند الطلبة الجامعيين

الجدول رقم (04):يبين إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
غالبا	56	56%
نادرا	18	18%
أحيانا	26	26%

جاءت اجابة عينة الدراسة على استخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي بالإجابة على غالبا بنسبة 56% وأحيانا بنسبة 26% ونادرا بنسبة 18% .

ولتفسير إعتقاد عينة الدراسة على شبكات التواصل الإجتماعي يمكن ذلك بواسطة ارجاع السبب لطبيعة ومميزات هذه الشبكات وكما أن عينة الدراسة مكونة من فئة الشباب فإرتفاع نسبة استخدام هذه الشبكات أمر واقعي لما يميز مرحلة الشباب وإعتقادهم بشكل كبير على التكنولوجيات الحديثة في شتى مجالات حياتهم.

الجدول رقم (05): يوضح شبكات التواصل الإجتماعي المفضلة

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
فيسبوك	67	67%
إنستغرام	52	52%
تويتر	4	4%
يوتيوب	33	33%

اجابت عينة الدراسة بأن موقع فيسبوك في مقدمة مواقع التواصل الإجتماعي بنسبة 67% ، يليها موقع الإنستغرام بنسبة 52% يليها موقع يوتيوب بنسبة 33% وفي الأخير موقع تويتر بنسبة 4%

والملاحظ أن إجابات عينة الدراسة في سؤال متعدد الإجابات كانت بنسبة كبيرة فيما يخص كل من موقع فيسبوك و إنستغرام ويوتيوب هذا لما ميز هذه المواقع من اتاحتها للجمهور بشكل المجاني وأيضا إنتشارها في كل العالم وعدد مستخدميها الذي فاق كل المواقع علما أن موقع فيسبوك من أكبر المواقع على شبكة الإنترنت من حيث الأشخاص المحليين إذ يعد أضخم قاعدة بيانات عرفها الإنسان.

الجدول رقم (06): يمثل الشبكات الأكثر استخداما

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
فيسبوك	47	47%
إنستغرام	37	37%
يوتيوب	10	10%
سناپ شات	6	6%

يوضح الجدول أن موقع الفيسبوك من أكثر الشبكات وإستخداما من طرف عينة الدراسة بنسبة 47%، يليها موقع إنستغرام بنسبة 37%، ويوتيوب بنسبة 10%، ثم سناپ شات بنسبة 6% .

والملاحظ في إجابات عينة الدراسة على سؤال مفتوح يتيح لهم حرية الإجابة فالقسم الأكبر اجاب أن موقع فيسبوك من أكثر المواقع إستخداما عن غيرها من شبكات التواصل الإجتماعي يليه موقع إنستغرام على التوالي وعلى الرغم من ملكية الموقعين لنفس الشركة بالإضافة لموقع يوتيوب فالواضح أن الخدمات المقدمة و الإستراتيجية الفعالة لهذه الشبكة في الوصول لشريحة أكبر من مجموع مستخدمي مواقع التواصل.

الجدول رقم (07): يوضح الوقت المفضل لتصفح مواقع التواصل الإجتماعي

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
صباحا	20	20%
مساء	15	15%
ليلا	43	43%
غير محدد	22	22%

من خلال إجابة عينة الدراسة فقد أجابت بنسبة 43% على اجابة ب لا ونسبة غير محدد 22% بإجابة غير محدد و 20% بإجابة صباحا و 15% مساءا.

والواضح أن الليل يعتبر وقت الذروة في تصفح هذه المواقع لتفرغ عينة الدراسة والممثلة في الطلبة الجامعيين من مشاغلهم اليومية على رأسها الدراسة و الحضورية وإعداد التقارير والبحوث.

الجدول رقم (08): يبين الحجم الساعي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية%	التكرار	البيان
08%	08	أقل من ساعة
59%	59	من ساعة إلى 03 ساعات
33%	33	أكثر من 03 ساعات

جاءت إجابة عينة الدراسة بنسبة 59% من ساعة إلى 03 ساعات في إستخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي ونسبة 33% أكثر من 03 ساعات يوميا.

يمكن القول أن إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف عينة الدراسة مرتفع نظرا لشغفهم به وحبهم للإطلاع والبقاء على تواصل مع العالم ومعرفتهم لكل ماهو جديد وأيضا لموازات مواقع التواصل الاجتماعي مع العالم الواقعي وميزة الشخصية وهو التمثيل الواقعي لشخصية المستخدم على العالم الافتراضي والمشاركة في فضاءات صب الميول الشخصية .

الجدول رقم (09): يبين أماكن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية%	التكرار	البيان
39%	39	في البيت
27%	27	الجامعة
14%	14	مقهى الإنترنت
20%	20	أخرى

يبين الجدول أن الموقع المفضل لتصفح مواقع التواصل هو البيت بنسبة 39% ثم البيت الجامعة بنسبة 27% بعدها أماكن أخرى بنسبة 20% ومقهى الإنترنت بنسبة 14% .

من هنا يمكن القول أن البيت هو المكان المفضل لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي لإشغال وقت الفراغ بالتواصل مع الزملاء والأهل و الأصدقاء والإطلاع على الأخبار وجديد اليوميات .

الجدول رقم (10) : يوضح الوسيلة المفضلة في التصفح

النسبة المئوية%	التكرار	البيان
86%	86	الهاتف الذكي
14%	14	الحاسوب

جاء الهاتف الذكي بنسبة 86% من مجموع إجابات عينة الدراسة و 14% بالحاسوب وهذا لإرتباط الهواتف الذكية بتطبيقات مواقع التواصل الإجتماعي وإمكانية التجوال وحرية التنقل والوزن الخفيف كما إمكانيات ومميزات كالتصوير وعدة إمتيازات متوفرة في النسخ الحديثة من الهواتف الذكية.

الجدول رقم (11): يوضح مدة الإشتراك في مواقع التواصل الإجتماعي

النسبة المئوية%	التكرار	البيان
11%	11	أقل من سنة
36%	36	من سنة إلى 03 سنوات
53%	53	أكثر من 03 سنوات

الملاحظ من الجدول أن أكثر من 03 سنوات بنسبة 53% من مجموع عينة الدراسة تليها نسبة 36% ما بين سنة إلى 3 سنوات .

يرجع ذلك لتفجر الحاصل في الميدان الإتصالات والثورة المعلوماتية و إتاحة شبكة الإنترنت لشريحة عريضة من السكان .

المحور الثالث : المحتوى الإتصالي والحاجات الشخصية

الجدول رقم (12) : يوضح اللغة المفضلة في تصفح مواقع التواصل الإجتماعي

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
عربية	59	59%
فرنسية	33	33%
إنجليزية	8	8%

الملاحظ من الجدول أن العربية هي اللغة المفضلة لتصفح مواقع التواصل الإجتماعي بنسبة 59% تليها اللغة الفرنسية ب 33% ثم الإنجليزية ب 8%.

يرجع السبب كون عينة الدراسة ناطقة باللغة العربية كما أن العربية هي اللغة الوطنية الرسمية .

الجدول رقم (13) :يوضح كيفية إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
التواصل	44	44%
الإطلاع	40	40%
البحث	16	16%

من خلال إجابة عينة الدراسة فقد كانت بنسبة 44% على التواصل ونسبة 40 % على الإطلاع على الأخبار و 16% في البحث في شبكات التواصل.

ومن هنا يمكن القول أن أكبر شريحة تستعمل شبكات التواصل الإجتماعي في الإتصال والإطلاع والإرتباط ببعضها البعض لما أتاحتها هذه الشبكات من مميزات تواصلية تفاعلية .

الجدول رقم (14): يوضح المواضيع المهمة على مواقع التواصل الاجتماعي

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
سياسية	12	12%
اقتصادية	03	03%
اجتماعية	32	32%
رياضية	17	17%
ترفيهية	36	36%

نلاحظ من خلال الجدول أن المواضيع الترفيهية هي أعلى نسبة على مواقع التواصل بنسبة 36% تليها المواضيع الاجتماعية بنسبة 32% ثم الرياضية والسياسية بنسبة 17% و 12% على التوالي ونسبة 3% للمواضيع الاقتصادية.

من هنا فقد أجابت عينة الدراسات على المواضيع الترفيهية والاجتماعية بنسبة كبيرة مايبين طبيعة فئة الشباب الممثلة في عينة الدراسة .

الجدول رقم (15) : يوضح الخدمات المفضلة على مواقع التواصل الاجتماعي

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
الدردشة	45	45%
الصور والفيديوهات	27	27%
الألعاب	12	12%
المنشورات	16	16%

من خلال الجدول الموضح لإجابة عينة الدراسة فإن غالبية العينة أجابت بنسبة 45% على خاصية الدردشة كأفضل خدمة مقدمة لهم على مواقع التواصل تليها الصور والفيديوهات بنسبة 27% ثم المنشورات بنسبة 16% تليها الألعاب بنسبة 12% .

ومنه نستنتج أن الأساس الذي يجذب المستخدمين لشبكات التواصل هي خدمة التواصل والإتصال والإرتباط بالعالم الخارجي سواء بالدردشة أو التفاعل مع المنشائير والأخبار والصور والفيديوهات المقدمة.

الجدول رقم (16) : يوضح التفاعل مع المضامين عبر الشبكات التواصل

النسبة المئوية%	التكرار	البيان
53%	53	الإعجاب
27%	27	التعليق
12%	12	المشاركة
8%	8	لاشيئ

نلاحظ من خلال الجدول المبين لإجابة عينة الدراسة فقد كان الإعجاب متصدرا لأشكال التفاعل مع المضامين عبر شبكات التواصل بنسبة 53% يليها التعليق والمشاركة بنسبة 27% و 12% على التوالي ومنه فإن كل اشكال التفاعل تم التعبير عنها من طرف عينة الدراسة، وهذا مايفسر ارتباط شبكات التواصل الاجتماعي بالمستخدمين وإتاحة الفرصة لهم بالمداخلة وإبداء الآراء والقياس على حجم التفاعل و التأثير ومنه نجد أن العالم الافتراضي المتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي يحتوي لمستخدمين ويشركهم في الرسائل والمواد المقدمة لهم بهدف التواصل معهم وفيما بينهم لذلك الملاحظ أن عينة الدراسة قد عبرت عن آرائها في مواقع التواصل ما يفرغ الشحنات والطاقة المخزنة في المشاركة وإبداء الآراء.

الجدول رقم (17): يوضح تصفح شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية%	التكرار	البيان
13%	13	أكتفي بالمشاهدة
38%	38	اشارك بمنشورات
42%	42	الردشة
07%	07	أخرى

من خلال الجدول نرى أن نسبة 42% كانت لخاصية الدردشة تليها نسبة 38% للمشاركة بمنشورات خاصة ونسبة 13% للمشاهدة فقط ونسبة 7% للأخرى.

من خلال الجدول تترسخ لدينا النتائج السابقة في كون الدردشة والتعبير عن النفس بواسطة المنشورات من أهم مميزات مواقع التواصل الاجتماعي هذا ماتؤكدده عينة الدراسة .

الجدول رقم (18): يوضح مدى جاذبية مواقع التواصل الاجتماعي

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
طريقة التصميم	14	14%
سهولة الاستخدام	40	40%
خصوصية الموقع	13	13%
الإنشطار	25	25%
الخدمات المقدمة	8	8%

من خلال النتائج المتحصل عليها من عينة الدراسة يمكن القول أن ما يبذلهم لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو سهولة الإستخدام بنسبة 40% ثم 25% لإنشطار إستخدام هذه المواقع 13% والخدمات المقدمة بنسبة 8% .

من هنا فإنه و حسب عينة الدراسة فإن سهولة إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي و إنشطار إستخدامه وتفاقم عدد منتسبيه هي أهم المميزات التي نجد لهم لهذه المواقع لتتيح لهم فرصة الإحتكاك ببعضهم والتواصل وتحقيق الفهم المشترك .

الجدول رقم (19): يوضح الإشتراك في صفحات خاصة بالجامعة

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	79	79%
لا	21	21%

من خلال النتائج فقد جاءت إجابة عينة الدراسة بنعم بنسبة 79% على كونهم مشتركين في صفحات خاصة بالجامعة المنتمين إليها و هذا مايبين كون مواقع التواصل الاجتماعي تشجع على الإنضمام والمشاركة في جماعات عبر صفحات ومجموعات لتخاور والتشاور ومشاركة الهوايات والميولات .

والصفحات الخاصة بالجامعة تتيح لهم زيادة الولي بالأحداث و التضاهرات المنظمة من طرف الجامعة كما الإطلاع على جديد الأخبار والقرارات والنتائج المعلن عنها من طرف الجامعة .

المحور الرابع : الإشباعات المحققة من شبكات التواصل :

الجدول رقم (20): يوضح المحتويات المفضلة عبر شبكات التواصل الاجتماعي

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
فيديوهات	37	37%
صور	26	26%
الوسائط السمعية	14	14%
المقالات	23	23%

يوضح الجدول نتائج إجابات عينة الدراسة من حيث المحتويات المفضلة لديهم عبر شبكات التواصل وجاءت الفيديوهات بنسبة 37% لتليها الصور بنسبة 26% ثم المقالات المقروءة بنسبة 23% ثم الوسائط السمعية بنسبة 14% .

يمكن ارجاع النتائج لطبيعة شبكات التواصل مونها أداة إعلامية سمعية بصرية ويمكنها من ارسال ومشاركة الصور والفيديوهات كما يمكن حفظها وأيضا تمكن من الوسائط المقروءة لذا نلاحظ ميول عينة الدراسة للمواد و المحتويات المرئية اكثر من المسكوعة ومنه يمكن القول ان شبكات التواصل الاجتماعي اتاحت الفرصة لمختلف المواد والمحتويات.

الجدول رقم (21): يوضح الإشباعات المحققة من خلال استخدام شبكات التواصل

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
الإطلاع	32	32%
الترفيه	46	46%
التعلم	22	22%

يوضح الجدول إجابة عينة الدراسة على الإشباعات المحققة من خلال استخدام شبكات التواصل حيث كانت بنسبة 46% كأعلى نسبة على الترفيه والتسلية ونسبة 22% على التعلم واكتساب الخبرات .

من هنا يمكن اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة ترفيهية تعليمية بحيث عينة الدراسة يمكن المستخدم من مواكبة الأحداث العالمية في كل المجالات التي تهم المستخدم .

الجدول رقم (22): يوضح درجة الإعتماد على شبكات التواصل كوسيلة إتصالية

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
درجة كبيرة	47	47%
متوسطة	28	28%
ضعيفة	25	25%

من خلال الجدول الموضح نرى درجة إعتماد عينة الدراسة على شبكات التواصل كوسيلة إتصالية حيث كانت الإجابة بدرجة كبيرة ودرجة متوسطة بنسب 47% و 28% على التوالي ودرجة ضعيفة بنسبة 25% من هنا يمكن الجزم على درجة الإعتماد الكبيرة لعينة الدراسة وهذا راجع لما تقدمه هذه الشبكات من مميزات على غرار الدردشة الفورية مع إتاحة ميزة اللاتزامنية في التواصل وخاصة الإتصال بالصوت والصورة كما التعبير عن الذات بواسطة المنشورات والإنضمام لصفحات والمجموعة الخاصة .

الجدول رقم (23): يوضح إستمداد المعلومات الجامعية عبر صفحات على شبكات التواصل

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	42	42%
لا	21	21%
أحيانا	37	37%

كانت إجابة عينة الدراسة على إعتمادهم على إستمداد والمعلومات الخاصة بالجامعة من خلال صفحات على شبكات التواصل بنعم بنسبة 42% وأحيانا بنسبة 37% اما الإجابة ب لا بنسبة 21% .

يمكن تفسير ذلك بدرجة وعيهم بمميزات مواقع التواصل وسرعة توصلهم إلى المعلومات الخاصة بميدان دراستهم كما درجة اهتمامهم على هذه الشبكات.

الجدول رقم (24): يوضح الشعور بالأمان أثناء التواصل عبر شبكات التواصل الإجتماعي

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
درجة كبيرة	47	47%
متوسطة	37	37%
ضعيفة	16	16%

نلاحظ من خلال الجدول ارتفاع نسبة الشعور بالأمان عند التواصل عبر شبكات التواصل من خلال إجابة عينة الدراسة حيث كانت إجاباتهم بدرجة كبيرة بنسبة 47% ودرجة متوسطة بنسبة 37% أما 16% بنسبة ضعيفة .

يرجع شعور غالبية عينة الدراسة بالأمان عند التواصل عبر شبكات التواصل لسياسة الخصوصية المنتهجة من طرف هذه المواقع ما يتيح للمستخدم الشعور بالأمان والتواصل في بيئة تواصلية سليمة.

الجدول رقم (25): يوضح مدى تطابق قائمة الأصدقاء على شبكات التواصل معها في الواقع

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	67	67%
لا	33	33%

جاءت نتيجة إجابة عينة الدراسة بنعم بنسبة 67% وإجابة لا بنسبة 33% وهو ما يشير إلى درجة مماثلة قائمة الأصدقاء على شبكات التواصل لقائمة الأصدقاء على الواقع .

حيث تتيح شبكات التواصل الوصول إلى شبكة من المعارف والشخصيات العامة والخاصة من خلال ارقام الهاتف أو قوائم اصدقاء الأصدقاء وإقتراح حسابات مشتركة مع اصدقاء آخرين .

الجدول رقم (26): يوضح عادات التواصل على شبكات التواصل الإجتماعي

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
الأهل	28	28%
الزملاء	31	31%
الأصدقاء	36	36%
المشاهير	05	05%

يوضح الجدول ان في العادة يقوم عينة الدراسة بالتواصل مع الأصدقاء في المقام الأول بنسبة 36% ثم الزملاء بنسبة 31% ثم الأهل بنسبة 28% والمشاهير بنسبة 5% .

من هنا نلاحظ شمول قائمة المعارف على هذه الشبكات حيث تمكن هذه الشبكات إلى الوصول إلى الاصدقاء و الزملاء والأهل وحتى المشاهير والبقاء على تواصل معهم ومعرفة مستجداتهم .

الجدول رقم (27): يوضح مدى نجاح شبكات التواصل في تفعيل العملية التواصلية

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	82	82%
لا	18	18%

اجابت الغالبية العظمى بنعم على كون شبكات التواصل الإجتماعي ناجحة في تفعيل العملية الإتصالية بنسبة 82% .

وهذه النتيجة تعتبر كبيرة ويمكن إرجاعها إلى كل ما سبق ذكر من مميزات اتاحتها هذه الشبكات خاصة تفعيلها للعملية التواصلية .

الجدول رقم (28): يوضح خاصية الحوار والتفاعلية تزيد من نسبة الاشتراك وتدعم العملية الاتصالية

الخدمات المتقدمة على شبكات التواصل ومدى نجاحها في تفعيل العملية الإتصالية		الدرشة		الفيديوهات		الألعاب		المنشورات		المجموع	
نعم	لا	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
40	88.89	23	85.18	11	91.64	8	50	82	82	45	100
5	11.11	4	14.82	1	8.34	8	50	18	18	16	100
المجموع		27	100	12	100	16	100	100	100		

من خلال الجدول نلاحظ أعلى نسبة لإجابات عينة الدراسة على شبكات التواصل ومدى نجاحها في تفعيل العملية الإتصالية كان بإجابة نعم بنسبة 82% مدعمة بإجابة الألعاب بنسبة 91.64% على الخدمات المقدمة على شبكات التواصل ونسبة 88.89% على إجابة الدردشة ونسبة 85.18% على إجابة الصور والفيديوهات ونسبة 50% على إجابة المنشورات .

ونسبة 18% لإجابة لا على مدى نماذج مواقع التواصل الإجتماعي في تفعيل العملية الإتصالية مدعمة بنسبة 50% على إجابة المنشورات على الخدمات المقدمة على مواقع التواصل الغتتماعي ونسبة 14.82% على إجابة الصور والفيديوهات ونسبة 11.11% على إجابة الدردشة و 8.34% على إجابة الألعاب .

وبالرجوع إلى نتائج الجدول نرى مدى نجاح شبكات التواصل في تفعيل العملية الإتصالية سواء عن طريق الألعاب المتاحة عليها أو بواسطة الدردشات المكتوبة والسمعية البصرية .

الجدول رقم (29): يوضح تغلب الحاجات الاجتماعية والمعرفية على المحتوى الإتصالي

المواضيع المهم الإطلاع المعلومات الجامعية المستمدة عبر شبكات التواصل		سياسة		إقتصادية		إجتماعية		رياضية		ترفيهية		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم		06	50	30	100	03	9.37	10	58.82	20	55.55	42	42
لا		04	33.33	00	%	07	21.8	4	23.52	6	16.66	21	21
أحيانا		02	16.67	00	%	22	68.75	3	17.64	10	27.77	37	37
المجموع		12	100	03	100	32	100	17	100	36	100	100	100

من خلال الجدول نلاحظ أعلى نسبة لإجابات عينة الدراسة على إسمتداد عينة الدراسة لمعلوماتهم الجامعية من خلال شبكات التواصل الإجتماعي كان بإجابة نعم بنسبة 42% مدعمة بإجابة المواضيع الإقتصادية بنسبة 100% على المواضيع المهتم الإطلاع عليها عبر شبكات التواصل الإجتماعي ونسبة 58.82% على إجابة المواضيع الرياضية ونسبة 55.55% على إجابة المواضيع الترفيهية ونسبة 50% على إجابة المواضيع السياسية ثم نسبة 9.37% على إجابة المواضيع الإجتماعية.

ونسبة 37% لإجابة أحيانا على مدى إسمتداد عينة الدراسة لمعلوماتهم الجامعية من خلال مواقع التواصل الإجتماعي مدعمة بإجابة المواضيع الإجتماعية بنسبة 68.75% وإجابة المواضيع الترفيهية بنسبة 27.77% وإجابة 17.64% على إجابة المواضيع الرياضية ونسبة 16.67% على المواضيع السياسية .

ومن هنا وبالرجوع لنتائج الجدول نرى مدى إهتمام عينة الدراسة للمواضيع المطروحة على شبكات التواصل الإجتماعي ومنه إسمتدادهم للمعلومات الخاصة بتخصصاتهم الجامعية.

الجدول رقم (30): يوضح الإستخدام بشكل يومي يدل على مختلف الإشباعات

المجموع		أكثر من 03 ساعات		من ساعة إلى 03 ساعات		أقل من ساعة		الحجم الساعي لتصفح الإشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
32	32	05	25	20	33.89	07	33.33	الإطلاع على الاخبار
46	46	06	30	30	50.84	10	47.61	الترقية والتسلية
22	22	09	45	9	15.25	04	19.04	التعلم واكتساب الخبرات
100	100	20	100	59	100	21	100	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أعلى نسبة لإجابات عينة الدراسة على الإشباعات المحققة من خلال إستخدام شبكات التواصل كان بإجابة الترفيه والتسلية بنسبة 46% مدعمة بإجابة من ساعة إلى 03 ساعات بنسبة 50.84% ونسبة 47.61% لإجابة أقل من ساعة ونسبة 30% لإجابة أكثر من 03 ساعات .

ونسبة 32% لإجابة الإطلاع على الأخبار ومواكبة الأحداث على الإشاعات المحققة مدعمة بنسبة 33.89% على إجابة من ساعة إلى 03 ساعات على الحجم الساعي لإستخدام شبكات التواصل الإجتماعي ونسبة 33.33% على إجابة أقل من ساعة ونسبة 25% على إجابة أكثر من 03 ساعات.

ونسبة 22% على إجابة التعلم واكتساب الخبرات على الإشباعات المحققة من خلال إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي مدعمة بإجابة أكثر من 03 ساعات على الحجم الساعي لإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي بنسبة 45% ونسبة 19.04% لأقل من ساعة ونسبة 15.25% لإجابة من ساعة إلى 03 ساعات ومن هذه النتائج يمكن نلاحظ مدى الإشباعات المحققة من خلال إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي نظرا للحجم الساعي الذي يقضيه المستخدم في تصفح هذه المواقع .

نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات :

خلصت الدراسة الميدانية لجملة النتائج نوجزها في :

1- بالنسبة لخاصية الحوار والتفاعلية وزيادة الإشتراك لدعم العملية الإتصالية

- فقد تبين من خلال الدراسة الميدانية أن غالبية أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي في مقدمتهم موقع فيسبوك بنسبة 47% وانستغرام 37%، واليوتيوب بنسبة 10%.
- كما تبين من خلال الدراسة الميدانية أن غالبية أفراد عينة الدراسة يستخدمون شبكات التواصل لتواصل بنسبة 44% والاطلاع على الاخبار 40%.
- كما تبين من خلال الدراسة الميدانية أن أفراد عينة الدراسة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع الاصدقاء بنسبة 36% والزملاء بنسبة 31% والأهل 28% كما بينت الدراسة الميدانية أن غالبية أفراد عينة الدراسة أقرروا أن قائمة أصدقائهم على شبكات التواصل تطابقها على الواقع بنسبة 67%.
- كما بينت الدراسة الميدانية أن أفراد عينات الدراسة يتفاعلون مع المحتوى الإتصالي على شبكات التواصل سواء بالاعجاب بنسبة 53% والتعليق بنسبة 27% والمشاركة 12%.
- كما بينت الدراسة أن الغالبية من افراد الدراسة يرون شبكات التواصل الاجمالي ناجمة في تفعيل العملية الإتصالية بنسبة 82%.

- كل هذا يؤكد أن خاصية الحوار والتفاعلية تزيد من نسب الإشتراك كما تدعم نجاح العملية الإتصالية.

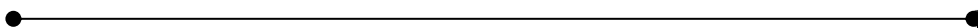
2- بالنسبة فيما إذا كان المحتوى الإتصالي يغلب عليه الحاجات المعرفية الإجتماعي.

- فقد بينت الدراسة الميدانية أن افراد عينة الدراسة يهتمون بمتابعة مواضيع الترفيه بنسبة 36% والمواضيع الاجتماعية بنسبة 32% والرياضية بنسبة 17% والسياسية بنسبة 12%.
- كما بينت الدراسة الميدانية أن أفراد عينة الدراسة عبرت عن الإشباع المحققة من خلال إستخدامها لشبكات التواصل كالترفيه بنسبة 46% والاطلاع على الاخبار ومواكبة الأحداث بنسبة 32% كما بينت الدراسة الميدانية أن غالبية من أفراد عينة الدراسة اثرت بإشتراكها في صفحات خاصة بالجامعة عبر شبكات التواصل بنسبة 79%.
- كما يتبين من خلال الدراسة الميدانية أن أفراد العينة يستخدمون معلومات الخاصة بجامعتهم عبر شبكات التواصل الإجتماعي حيث اجابت بنعم بنسبة 42% وأحيانا بنسبة 37%.

- هذا ما يؤكد أن اهتمام عينة الدراسة بالمحتوى الإتصالي يقع بدرجة على المحتوى الذي يغلب عليه الحاجات المعرفية والاجتماعية.

3- بالنسبة فيما إذا كان الإستخدام اليومي يدل على مختلف الإشباعات :

- فقد بينت الدراسة الميدانية أن غالبية عينة الدراسة تستخدم شبكات التواصل بحجم ساعي من ساعة الى 03 ساعات بيئة 59% وأكثر من 03 ساعات بنسبة 20%.
- كما بينت الدراسة أن غالبية عينة الدراسة مشتركون في شبكات التواصل لمدة أكثر من 03 سنوات بنسبة 36%.
- كما أن أفراد عينة الدراسة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي سهولة الإستخدام بنسبة 40% والإنتشار المحقق لهذه المواقع بنسبة 25%.
- كما بينت الدراسة الميدانية في درجة الإشباع المحقق في كون شبكات التواصل كأدوات إتصالية على حساب باقي الوسائل فجاءت نتائج بدرجة كبيرة بنسبة 47% ودرجة متوسطة بنسبة 25%.
- ومنه يمكن التأكيد على أن حجم الإستخدام لشبكات التواصل يدل على مختلف الإشباعات المحققة من هنا يمكن القول أن شبكات التواصل الإجمالي على رأسها موقع فيسبوك وأنستغرام واليوتيوب ناجحة في تفعيل العملية الإتصالية لدى الطلبة الجامعيين من خلال مجموعة من السمات المقدمة المساعدة كالتفاعلية عليه الإنتشار والشخصنة ونقل الواقع إلى واقع إفتراضي يتيح للمستخدمين ديمومة التواصل في مجموعات وصفحات حسب الميولات الشخصية للمستخدم.



خاتمة



خاتمة

من خلال هذه الدراسة حاولنا التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل العملية الاتصالية لدى الطلبة الجامعيين ، وذلك لأهمية الشبكات الاجتماعية في المجتمعات بصفة عامة وبالنسبة للطلبة الجامعيين بصفة خاصة، حيث تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي حديث العام والخاص حيث يعتبرها الأغلبية أنها مظهر من مظاهر التحضر والتقدم كونها شكل من أشكال التكنولوجيا وتطور

المجتمعات أيضا، فهي تحمل العديد من القضايا التي تحتاج البحث فيها ولها العديد من التطبيقات والخدمات التي توفر للمبشرين كل متطلبات الممارسة الاتصالية داخل المجتمع وخارجه. كما أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تمثل الحيز المكاني للتعرف وإنشاء الصداقات والتعلم والتثقيف والتسلية وكذلك حرية التعبير والإبداع الفكري.

كما يمكن اعتبارها مختبر لعمليات التعارف والتواصل البشري، وقد تمكنت هذه المواقع من بلوغ كل الفئات العمرية على اختلافها من صغار وكبار خاصة الفئة الأهم وهي فئة الطلبة الجامعيين التي تمثل شريان المجتمعات الإنسانية وثروتها التي لا تقدر بثمن، حيث تتميز بقدر عال من التفاعلية وما بعد التفاعلية ففي السابق كانت مساهمة جمهور الانترنت محصورة في دائرة رجع الصدى للمحتوى أما الآن فتتمثل في مشاركته في هذا المحتوى من خلال نشره والتعليق عليه بكل حرية رأي.

وهذا ما يميز الشبكات الاجتماعية على غيرها من الوسائل التقليدية وهنا تكمن أهميتها وضرورة التعرف عليها ومعرفة كل ما يتعلق بها.



قائمة المراجع



قائمة المراجع

📖 أولاً: الكتب

1. أبو أصبع صالح، أبو عرجه تيسير، الاتصال والعلاقات العامة، منشورات جامعة القدس المفتوحة، عمان، 1996..
2. أمطوش محمد، دروس في أناسة التواصل بين النظرية والميدان، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
3. الجيوسي محمد بلال، أنت وأنا مقدمة مهارات التواصل الإنساني، مكتب التربية العربية لدول الخليج، الرياض، 2002.
4. حسني منار إبراهيم، إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم ما له وما عليه، رسالة الجامعة، 2012.
5. حسنين شفيق، علم نفس الإعلام الجديد، دار الفكر والفن للطباعة والنشر، ط1، سنة 2013 .
6. حسين محمد بصر، الانترنت في الإعلام - الصحافة الالكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة، ط1.
7. حمود حضير كاضم، الاتصال الفعال في إدار الاعمال، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
8. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013.
9. الدحيل منى، الشبكات الاجتماعية ثورة في عالم الانترنت، السعودية عن الانترنت، الشبكات الاجتماعية ثورة في عالم الانترنت، 2009.
10. الدليمي عبد الرزاق محمد، الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
11. ريتشارد دوسون وغوسناي، روث، وكارل أنجيلا، التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي والانترنت، ترجمة : سلمة بيطار، دار الفراشة، بيروت، 2013.
12. سلطان، محمد صاحب : وسائل الاعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور، دار الميسرة، الطبعة الاولى، 2012.
13. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب، علم الكتاب، القاهرة، ط2، 1995 .
14. شحاتة حسن وآخرون، معجم المصطلحات التربوية والنفسية ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2011.
15. شفيق، حسنين: الاعلام الجديد الاعلام البديل (تكنولوجيات جديده في عصر مابعد التفاعليه) ، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة ، 2011.

16. شقرة علي خليل، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر، عمان، 2014.
17. عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012 .
18. عبد الله مجدي محمد أحمد محمد، مقدمة في سيكولوجية الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2009.
19. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2014.
20. فرج الكامل، بحوث الاعلام والرأي العام تصميمها وإجرائها وتحليلها، دار النشر القاهرة، 2001.
21. كاظم المقدادي، الإعلام الدولي الجديد وتصعد السلطة الرابعة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن- عمان، ط1، 2013 .
22. كول كريس، التواصل بوضوح وشفافية مهارات لتحقيق التفاهم المتبادل بين الافراد، مكتبة جرير، الرياض، 2010.
23. مان ميشل ،، موسوعة العلوم الاجتماعية، ترجمة عادل مختار الهواري، وسعد عبد العزيز، مكتبة الفلاح، الكويت، 1994.
24. محمد محمود ربيع، مناهج البحث في العلوم السياسية، مكتبة الفلاح، الكويت، 1987 .
25. محمود خالد وليد، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، مدارك إبداع للنشر والترجمة والتعريب، بيروت، 2011.
26. مراد كامل خور رشيد، الاتصال الجماهيري والإلام التطور والخصائص والنظريات، دار المسيرة عمان، 2011.
27. مكايي حسن عماد، حسن سيد الليلة، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط2، 2002.
28. مي العبد الله سنو، الاتصال في عصر العولمة، الدور و التحديات الجديدة، ط2 ،دار النهضة العربية للطباعة و النشر، بيروت 2001.
29. نبيل عارف الجردى، مقدمة في علم الاتصال، ط3 ، مكتبة الإمارات العين، الإمارات، د ت.
30. نجار فريد، المعجم الموسوعي لمصطلحات التربية، مكتبة لبنان ناشون، بيروت، 2003.
31. نصر حسني محمد، وسائل الاعلام الجديدة، أسس التغطية والكتابة والتصميم والإخراج في الصحافة الإلكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2013.
32. وائل مبارك خضر الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، فهرسة المكتبة الوطنية، السودان، ط1، 2012، .

📖 ثانيا : الرسائل الجامعية

1. ابراهيم بعزيز، منتديات المحادثة و الدردشة الالكترونية، دراسة في دافع الاستخدام و الانعكاسات على الفرد و المجتمع، مذكرة لمتطلبات استكمال شهادة ماجستير، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال، دفعة 2007-2008.
2. بورحلة سليمان، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة دفعة 2007_2008.
3. حسبية حسيتي، نوحة أم كلثوم، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو المضامين الإعلامية في اليوتيوب، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في تكنولوجيا الاتصال الحديثة، شعبة علوم الاعلام و الاتصال، ورقلة ، 2017.
4. رضوان رياح، أثر استخدام الفيس بوك على الاتصال المواجهي لدى الطلبة الجامعيين "دراسة ميدانية"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أم البواقي، 2016.
5. صفا فوزي محمد عبدالله، علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال الالكترونية، مذكرة ماجستير، جامعة القاهرة، 2003.
- طاهر حسين أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية "دراسة ميدانية"، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، فلسطين، 2012.
6. الشحي يوسف عبد الله، مهارات الاتصال التربوي الاسلامي في الاسرة والمدرسة ودرجة ممارستها في محافظة مسندم بسلطنة عمان، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، الاردن، 2010.
7. عبد الله ممدح، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس و مصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012.
8. محمد أمين عبوب، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال تخصص مجتمع المعلومات. دفعة لسنة 2011 - 2012 في جامعة الجزائر 3
9. المدهون يحي ابراهيم، دور الصحافة الالكترونية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات بمحافظة غزة، رسالة ماجستير جامعة الأزهر، فلسطين، غزة، 2012.

ثالثا : المواقع الالكترونية 

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

<https://ab7as.net/%D8>.



الملاحق

إستبيان دراسة بعنوان:

دور شبكات التواصل الإجتماعي في تفعيل العملية الإتصالية

لدى الطلبة الجامعيين

المحور الأول: البيانات الشخصية :

1- الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن : من 18 حتى 25 سنة ☐

من 26 حتى 35 سنة ☐

أكثر من 36 سنة ☐

3- المستوى الجامعي: ليسانس ☐

ماستر ☐

دكتوراه ☐

المحور الثاني : إستخدامات شبكات التواصل الإجتماعي عند الطلبة الجامعيين

4- هل تستخدم شبكات التواصل الإجتماعي

غالبا ☐ نادرا ☐ أحيانا ☐

5- ماهي شبكات التواصل الإجتماعي المفضلة لديك

فيسبوك ☐ إنستغرام ☐ تويتر ☐ يوتيوب ☐ أخرى أذكرها ☐

6- ماهي الشبكة الأكثر إستخداما بالنسبة إليك

.....

7- في أي وقت من اليوم تفضل تصفح شبكات التواصل

صباحا ☐ مساء ☐ ليلا ☐

8- ماهو الحجم الساعي لتصفحك لشبكات التواصل الإجتماعي

أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى 03 ساعات ☐ أكثر من 03 ساعات ☐

9- أين تتصفح مواقع التواصل الإجتماعي

في البيت ☐ في الجامعة ☐ في مقهى الإنترنت ☐ أخرى ☐

10- بأي أداة تفضل تصفح شبكات التواصل الإجتماعي

الهاتف الذكي ☐ الحاسوب ☐

11- منذ كم وأنت مشترك في شبكات التواصل

أقل من سنة ☐ من سنة إلى 03 سنوات ☐ أكثر من 03 سنوات ☐

المحور الثالث : المحتوى الاتصالي والحاجات الشخصية :

12- ماهي لغتك المفضلة في تصفح شبكات التواصل

عربية ☐ فرنسية ☐ إنجليزية ☐ أخرى ☐

13- كيف تستخدم شبكات التواصل الإجتماعي

التواصل ☐ الإطلاع على الأخبار ☐ البحث ☐

14- ماهي المواضيع التي يهتمك الإطلاع عليها على شبكات التواصل

سياسية ☐ إقتصادية ☐ إجتماعية ☐ رياضية ☐ ترفيهية ☐

15- ماهي الخدمات المفضلة لديك عبر شبكات التواصل الإجتماعي

الدرشة ☐ الصور والفيديوهات ☐ الألعاب ☐ المنشورات ☐ أخرى..... ☐

16- كيف تتفاعل مع المضامين التي تهتمك عبر شبكات التواصل

الإعجاب ☐ المشاركة ☐ التعليق ☐ لاشيئ ☐

17- عند تصفحك لشبكات التواصل فهل

تكتفي بالمشاهدة ☐ تضع مشاركتك بمنشورات ☐ الدردشة ☐ أخرى ☐

18- ما الذي يحبذك لهذا الموقع

طريقة التصميم ☐ سهولة الإستخدام ☐ خصوصية الموقع ☐ إنتشار ☐
الخدمات المقدمة ☐

19- هل أنت مشترك في صفحات خاصة بالجامعة عبر شبكات التواصل

نعم ☐ لا ☐

المحور الرابع : الإشباعات المحققة عبر شبكات التواصل

20- ماهي المحتويات المفضلة لديك عبر شبكات التواصل الإجتماعي

فيديوهات ☐ صور ☐ الوسائط السمعية ☐ المقالات ☐

21- ماهي الإشباعات المحققة من خلال إستخدامك لشبكات التواصل

- الإطلاع على الأخبار ومواكبة الأحداث ☐

- الترفيه والتسلية ☐

التعلم واكتساب الخبرات ☐

22- إلى أي درجة تعتمد على شبكات التواصل كوسيلة إتصالية على حساب الوسائل والتطبيقات الأخرى

درجة كبيرة ☐ متوسطة ☐ ضعيفة ☐

23- هل تستمد معلوماتك الجامعية عبر صفحات على شبكات التواصل الإجتماعي

☐ نعم ☐ لا ☐ أحياناً

24- هل تشعر بالأمان عند التواصل عبر شبكات التواصل الإجتماعي

☐ درجة كبيرة ☐ درجة متوسطة ☐ درجة ضعيفة

25- هل قائمة أصدقائك على شبكات التواصل الإجتماعي تعبر وتطابق قائمة أصدقائك في الواقع

☐ نعم ☐ لا

26- مع من تتواصل عادة عبر الشبكات التواصل الإجتماعي

☐ الأهل ☐ الزملاء ☐ الأصدقاء ☐ المشاهير

27- هل تشعر أن شبكات التواصل ناجحة في تفعيل العملية الإتصالية

☐ نعم ☐ لا

28- كيف ذلك ؟

.....
.....