

جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الإنسانية



مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في شعبة علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

بعنوان:

الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين
دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين مستخدمي موقع فيس بوك
جامعة الجيلالي بونعامة - أنموذجا -

إشراف الأستاذ:

د. بن دوحة زهير

إعداد الطالبتين:

راس الماء ليلى

راس الماء شهرزاد

السنة الجامعية: 2020/2019

شكر وعرفان

بعد الحمد لله و شكره على ما وفق وأعان لإتمام هذا العمل، وبعد طول جهد وعناء.
وعرفانا منا بالفضل لمن كان لهم الدور الأكبر في توجيهنا إلى الطريق السليم، فإننا نتقدم
بجزيل الشكر و التقدير إلى الدكتور الفاضل "بن دوحة زهير" الذي لم يبخل علينا بنصائحه
الثمينة وعلى رحابة صدره وسعة أفقه وإرشاداته طوال فترة إعداد هذا العمل القيم، فجازاك الله
عنا كل خير .

والشكر موصول بأسمى آيات الشكر والامتنان والتقدير والمحبة، إلى الذين حملوا أقدس
رسالة في الحياة، إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة: إلى جميع أساتذتنا الأفاضل.
وكل الشكر والاحترام لكل الأفراد الذين أسهموا في نجاح هذا العمل، وتعاونوا في متطلباته
أفرادا كانوا أو مؤسسات.

اهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفًّا وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا﴾ سورة الإسراء الآية (23)

الحمد لله رب العالمين، حمدا كثيرا طيبا يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه، الحمد لله الذي وفقني لإنجاز هذا العمل فאלله الشكر والحمد.

إلى منبع الحب والحنان، إلى صاحبة القلب الطيب، إلى أعلى إنسان في هذا الوجود، إلى من ربنتي وأنارت دربي وملائتني بالصلوات والدعوات، إلى من ترعرعت بين أحضانها وسقتني من فيض حنانها إلى من تعبت من أجلي إلى من جعلتني أصنع من الآلام آمالا، إلى: روح أمي تغمدها الله برحمته وأسكنها فسيح جنانه.

إلى من كلت أنامله ليقدم لنا لحظات السعادة، إلى من عمل بكدي في سبيلي، إلى الذي أنار لي طريق العلم و أوصلني لما أنا عليه، إلى صاحب القلب الطيب، إلى صاحب القلب الكبير إلى: أبي الحبيب أطل الله في عمره وأمدته بوافر الصحة والعافية.

إلى أعز ما أملك في هذه الدنيا، إلى من كانوا لي في الحياة بهجة ونعمة، إلى كل أفراد عائلتي التي لا تحلو الحياة بدونهم إلى: أخي وأخواتي حفظهم الله لي ورعاهم.

إلى من كانت سندا ورفيقتي طوال مشواري الدراسي بالجامعة، إلى رفيقة دربي: شهرزاد

إلى كل صديقاتي في مسيرتي الجامعية: ياسمين، بشرى.

إلى من لم تسعهم مذكرتي وتسعهم ذاكرتي...

ليلى

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي أماننا بالعلم وزيننا بالحلم وأكرمنا بالتقوى وأحملنا بالعافية

أتقدم بإهداء ثمرة عملي المتواضع

إلى من ترعرعت بين أحضانهم واسقياني من فيض حنانهم إلى من تعبتو
من أجلي، أمي الحبيبة و أبي الغالي، أطال الله في عمركما وأمدكما بوافر الصحة
والعافية.

إلى أمتي ما املك في الحياة، إلى من كانوا سندا ونورا في دربي إلى أفراد أسرتي
أخواتي وأخي الغالي حفظكم الله وأدام الله عليكم النعمة. دمتم سندا وفخرا لي. إلى
صغار العائلة وأحابي القلب أطال الله في أعماركم بالرضي و الصحة .

إلى نور قلبي وسراج دربي زوجي الغالي ع. صالح حفظه الله لي وأعانك الله على
متابعة الحياة.

إلى عائلتي الجديدة، أبي وأمي أمدكم الله بالصحة والعافية، إلى أسرة زوجي من
كبيرها إلى صغيرها.

إلى رفيقة دربي وسندي في مشوار الدراسة ليلي أنار الله دربك.

إلى رفيقاتي في الحياة الدراسية: ياسمين وبشرى.

إلى كل من نسيهم قلبي ولم ينساهم قلبي....

شهرزاد

ملخص الدراسة:

تطرقنا في دراستنا هذه المتمحورة تحت عنوان "الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الاجتماعيين" إلى تحقيق صحة الفرضيات التي تقر بأن خاصية الحوار والدردشة والتفاعلية التي يختص بها موقع الفيس بوك يزيد من سبب الاشتراك في المواقع و يدعم الوظيفة الاتصالية له بين الطلبة والآخرين ويغلب على المحتوى الاتصالي أثناء استخدام الطلبة لمنصات الفيس بوك الحاجات الاجتماعية والأكاديمية "التعلمية" والمعرفية، فالاستخدام لموقع الفيس بوك بشكل يومي وبرغبة التواصل يدل على تحقق مختلف الاشباعات لدى الطلبة.

فمن خلال هذه الفرضيات حاولنا معرفة الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين، والمحتوى الاتصالي أثناء التواصل عبر موقع الفيس بوك لدى المبحوثين ومدى تحقيق رغباتهم وإشباعاتهم الناتجة عن هذا التواصل الاجتماعي.

فمواقع التواصل الاجتماعي لها أهمية كبيرة لدى الطلبة الجامعيين، مما يتيح للمستخدم فتح مجالات للتواصل والتفاعل دون تنقل، كما تعطيهم حرية في تكوين صداقات من مختلف البلدان واكتساب المعارف الجديدة، وهذا ما يجعله يبحر في هذا العالم الافتراضي دون أن يشعر للوقت.

ومن بين هذه المواقع التواصلية "الفيس بوك" باعتباره الأكثر استخداما و تأثيرا على مستوى واسع النطاق، وباعتباره أيضا موقع تواصل مهم لدى الطلبة الجامعيين وسهل عليهم في عملية التفاعل مع الآخرين بشكل كبير مقارنة بالمواقع التواصلية الأخرى، لكونه يعزز الروابط الاجتماعية ويزودهم بمعلومات وأفكار جديدة.

الكلمات المفتاحية: الوظيفة الاتصالية، شبكات التواصل الاجتماعي، الفيس بوك، الطلبة الجامعيين.

Study summary:

In our study, which is centered under the title "The Communication Function of Social media Networks of Social Students", we dealt with the validation of the hypotheses that acknowledge that the dialogue, chatting and interactive feature of Facebook increases the reason for subscribing to the sites and supports its communicative function between students and others and overcomes Communication content while students use Facebook platforms the social, academic, "learning" and cognitive needs. The use of Facebook on a daily basis and with the desire to communicate indicates the achievement of various gratifications among students.

Through these hypotheses, we tried to know the communicative function of social media networks for university students, and the communication content while communicating through Facebook for the respondents and the extent to which they achieve their desires and gratifications resulting from this social communication.

Social networking sites has the great importance to university students, which allows the user to open areas for communication and interaction without movement, and also gives them freedom to form friendships from different countries and acquire new knowledge, and this is what makes him sail in this virtual world without feeling for time.

Among these communication sites, "Facebook" as the most used and influential on a large scale, and also as an important communication site for university students and facilitated them the process of interacting with others greatly compared to other communication sites, because it strengthens social ties and provides them with new information and ideas.

Key words: communication function, social media networks, Facebook, university students.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
	شكر وعرافان
	إهداء
	ملخص الدراسة
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
ب	مقدمة
الجانب النظري للدراسة	
الفصل الأول: الإطار المنهجي النظري	
4	تمهيد
5	1-1-الإشكالية
5	1-2-الفرضيات
6	1-3-أسباب اختيار موضوع الدراسة
7	1-4-أهداف الدراسة و أهميتها
7	1-5-تحديد مفاهيم الدراسة
10	1-6-الدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها
الفصل الثاني: الوظيفة التواصلية لمواقع التواصل الاجتماعي	
19	تمهيد
20	2-1- ماهية المجتمع الافتراضي
20	2-1-1- مفهوم ونشأة المجتمع الافتراضي
22	2-1-2- دوافع ومقومات ظهور المجتمع الافتراضي

25	2-1-3- خصائص وأهمية المجتمع الافتراضي
28	2-1-4- سلبيات المجتمعات الافتراضية
29	2-2- مواقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك"
29	2-2-1- مفهوم الفييس بوك ونشأته
31	2-2-2- مميزات الفييس بوك من الناحية التقنية
32	2-2-3- أسباب ودوافع استخدام الفييس بوك
34	2-2-4- فوائد وإيجابيات موقع الفييس بوك
36	2-3- الوظيفة التواصلية لمواقع التواصل الاجتماعي " الفييس بوك "
36	2-3-1- مفهوم الوظيفة في وسائل الاتصال
37	2-3-2- وظائف مواقع التواصل الاجتماعي
43	2-3-3- الوظيفة التواصلية لمواقع التواصل الاجتماعي
45	الخلاصة
الجانب الميداني للدراسة	
الفصل الثالث: الإطار المنهجي الميداني	
48	تمهيد
49	3-1- منهج الدراسة
50	3-2- أدوات الدراسة
52	3-3- عينة الدراسة وكيفية اختيارها
53	3-4- أدوات العرض والتحليل
53	3-5- مجالات الدراسة
54	3-6- المقاربة النظرية المستخدمة
الفصل الرابع: تحليل وتفسير جداول البيانات	

56	تمهيد
57	4-1- تحليل وتفسير جداول البيانات العامة الخاصة للمبحوثين
57	4-2- تحليل وتفسير جداول البيانات الخاصة بالفرضية الأولى
67	4-3- تحليل وتفسير جداول البيانات الخاصة بالفرضية الثانية
74	4-4- تحليل وتفسير جداول البيانات الخاصة بالفرضية الثالثة
83	نتائج العامة الدراسة
89	خاتمة
91	قائمة المراجع
97	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
57	خاص بمتغير "الجنس"	01
57	يوضح نوع مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة لدى المبحوثين	02
58	يوضح عدد السنوات استخدام المبحوثين لموقع الفيس بوك	03
59	يوضح حجم استخدام المبحوثين للفيس بوك في اليوم حسب الجنس	04
60	يوضح سبب اختيار المبحوثين للأشخاص للتواصل معهم عبر الفيس بوك	05
60	يوضح مدى أهمية الفيس بوك لدى المبحوثين	06
61	يوضح رأي المبحوثين حول سهولة التفاعل للفيس بوك مقارنة بالمواقع التواصلية الأخرى	07
62	يوضح علاقة استخدام المبحوثين للفيس بوك بالتعرف على أشخاص جدد	08
62	يوضح عدد الأشخاص الذين يتواصل معهم المبحوثين باستمرار عبر الفيس بوك	09
63	يوضح دوافع المبحوثين في التواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك	10
64	يوضح مدى شعور المبحوثين بالانتماء للأشخاص المتواصل معهم عبر الفيس بوك	11
65	يوضح مدى قبول المبحوثين لطلبات الصداقة لأشخاص لا يعرفونهم	12
66	يوضح علاقة بناء المبحوثين لعلاقات شخصية عبر الفيس بوك لهم أهمية بالنسبة إليهم	13
67	يوضح شكل المحتوى الذي يدفع المبحوثين للتواصل أكثر مع الأشخاص عبر الفيس بوك	14
68	يوضح مدى استخدام المبحوثين لمحتوى الأصدقاء كمحتوى في صفحته (الفيس بوك)	15
69	يوضح نشاطات الأصدقاء التي تثير اهتمام المبحوثين عبر الفيس بوك	16
70	يوضح نوع المضامين المستخدمة باستمرار أثناء تواصل المبحوثين مع الأشخاص عبر الفيس بوك	17
71	يوضح دوافع استخدام المبحوثين للمضامين الاجتماعية والنفسية للتواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك	18
72	يوضح دوافع استخدام المبحوثين للمضامين التعليمية للتواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك	19

73	يوضح دوافع استخدام المبحوثين للمضامين التثقيفية للتواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك	20
74	يوضح مدى أهمية المعلومات لدى المبحوثين التي تحصل عليها أثناء تواصله مع الأشخاص عبر الفيس بوك	21
74	يوضح علاقة نشر المبحوثين لخصوصيتهم عبر الفيس بوك حسب الجنس	22
75	يوضح مدى شعور المبحوثين بالحاجة إلى استخدام الفيس بوك أكثر	23
76	يوضح مدى منح الفيس بوك هامشا من الحرية للمبحوثين أثناء التواصل مقارنة بالتواصل وجها لوجه	24
77	يوضح مدى شعور المبحوثين بالراحة والانتماء أثناء تواصلك مع الآخرين	25
77	يوضح مدى تحويل المبحوثين العلاقات الافتراضية إلى علاقات حقيقة حسب الجنس	26
78	يوضح مدى مساعدة الفيس بوك المبحوثين في توسيع علاقاتهم الاجتماعية حسب الجنس	27
79	يوضح مدى تلبية الفيس بوك الحاجات التثقيفية للمبحوثين أثناء تواصلهم مع الآخرين	28
80	يوضح مدى تلبية موقع الفيس بوك الحاجات التعليمية للمبحوثين أثناء تواصلك مع الآخرين	29
80	يوضح مدى تلبية موقع الفيس بوك الحاجات الترفيهية للمبحوثين أثناء تواصلهم مع الآخرين	30
81	يوضح مدى تلبية موقع الفيس بوك الحاجات الاجتماعية للمبحوثين أثناء تواصلهم مع الآخرين	31

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، ودفع المستخدم لاقتنائها في وقت كان استعماله يقتصر على وسائل الإعلام التقليدية، في ظل بحث المستخدم عن فضاءات أفضل للتعبير والاتصال، وهذا أيضا ما خلفته 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.

إن 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 الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين مع التركيز على الوظيفة 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 آنفاً، تأتي هذه الدراسة لرصد الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي وتحديد الوظيفة الاتصالية لموقع الفيس بوك على الطلبة الجامعيين لعينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجبالي بونعامة خميس مليانة، ويرجع سبب اختيار هذا الموضوع للانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى إقبال الطلبة على استخدامها، ووضوح عدة تأثيرات ناتجة عن انتشار استخدام هذه المواقع ما جعل هذا النوع من التواصل محل دراسة وبحث خاصة مع تواتر السلبيات و الايجابيات التي ترد يوماً بعد يوم في التراث العلمي الميداني لبحوث الاتصال.

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

• **الجانب المنهجي:** قمنا بالتعريف بموضوع الدراسة من حيث مشكلة الدراسة وطرح تساؤلاتها وعرض فرضيات الدراسة وأسباب اختيار الموضوع، وأهميتها وأهدافها، وتحديد المفاهيم وعرض الدراسات السابقة التي لها علاقة بدراستنا، كما قمنا في هذا الفصل بعرض الإجراءات المنهجية المتبعة من حيث مجالات الدراسة، ومجتمع البحث والعينة المختارة ثم تعرضنا إلى المنهج المتبع وأدوات جمع البيانات.

• **الجانب النظري:** ضم فصل واحد خاص بالوظيفة التواصلية لمواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع الافتراضي، والذي بدوره احتوى على ثلاثة مباحث، الأول تطرق إلى ماهية المجتمع الافتراضي، أما المبحث الثاني تعرضنا فيه إلى المواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك"، وفي المبحث الأخير فكان موضوعه حول الوظيفة التواصلية لمواقع التواصل الاجتماعي.

• **الجانب التطبيقي:** قمنا فيه بعرض البيانات واستخلاص النتائج من خلال عرض الجداول وتحليلها كميًا وكيفيًا.

وفي الأخير الاستنتاج العام للدراسة وخاتمة والملاحق وقائمة المراجع.

الجانب المنهجي

للدراسة

تمهيد:

يعتبر الجانب المنهجي من المنطلقات والدعائم الأساسية ذات الأهمية البالغة في البحث العلمي وفي كافة مجالات المعرفة، وخاصة في مجال علوم الإعلام والاتصال نظرا لخصوصية موضوعه ومواده العلمية كتعدد أطره الفكرية ومداخله النظرية.

كما تمكن أهمية الجانب المنهجي في أنه يساعد على تناول الموضوع أو المادة العلمية من خلال تحديد أدوات التحليل ومنهجية التعامل مع الإشكالية والتساؤلات المطروحة في مجال البحث، فالجانب المنهجي للدراسة يعتبر الموجه لسيرورة العمل بدءا بإشكالية الدراسة وصولا للمنهج فالعينة فالأدوات... وعليه يمثل المفتاح للعمل الإعلامي المستند إلى خطوات بحثية وإجراءات علمية أكاديمية.

1-1- 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. 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 و وعي 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 مكملة للتحصيل التقليدي، واستخدام الفيس بوك يعد أحد هذه المظاهر، حيث أصبح استخدامه بشكل يومي من طرف الطلبة الجامعيين وإخضاع هذه التكنولوجيا القائمة على أساس اجتماعي، واستخدامها في أغراض تعليمية والاستفادة منها، الأمر الذي دفعنا إلى طرح التساؤل التالي:

ما هي الوظائف الاتصالية الناتجة عن مختلف الاستخدامات لمنصات "فيس بوك" من طرف طلبة الجامعة بخميس مليانة ؟

ويمكن أن نلخص مشكلة بحثنا بالتساؤلات التالية:

- (1) لماذا يتم الإقبال الكبير لاستخدام منصات الفيس بوكمن طلبة جامعة خميس مليانة ؟
- (2) ما المحتوى الاتصالي الذي يستخدمه طلبة جامعة خميس مليانة من منصات الفيس بوك؟
- (3) هل هذا المحتوى الاتصالي أدى إلى إشباع حاجات الطلبة في جامعة خميس مليانة؟

1-2- 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 :

- (1) إن خاصية الحوار والدرشة والتفاعلية التي يختص بها موقع الفيس بوك يزيد من سبب الاشتراك في المواقع ويدعم الوظيفة الاتصالية له بين الطلبة و الآخرين .
- (2) يغلب على المحتوى الاتصالي أثناء استخدام الطلبة لمنصات الفيس بوك الحاجات الاجتماعية و الأكاديمية "التعليمية" و المعرفية .
- (3) الاستخدام لموقع الفيس بوك بشكل يومي ويرغبة التواصل يدل على تحقق مختلف الاشباعات لدى الطلبة .

1-3- 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 موقع الفيس بوك 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 وسلوكات طلبة جامعة خميس مليانة 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 للوظيفة الاتصالية.
- الانتشار السريع للفيس بوك .

- الاستخدام المتزايد للطلبة لموقع الفيس بوك

1-4- أهداف وأهمية الدراسة :

- (أ) أهداف الدراسة: إن الهدف من دراسة الوظيفة 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 بالوظيفة 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 المواقع الذي يقدمه موقع الفيس بوك.

(ب) أهمية الدراسة :

- تتمثل أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته ، حيث تعتبر أهمية الدراسة من خلال معالجة الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة الجبلالي بونعامة خميس مليانة.
- تعد استخدامات الطلبة الجامعيين للشبكات الاجتماعية من خلال مختلف المضامين التي تحتويها سواء من ناحية العلمية كالبحت العلمي و تحميل الكتب أو الوظائف الاتصالية كالأخبار و الدردشة و تلبية رغباتهم المختلفة.
- معرفة مدى استخدام شباب جامعة خميس مليانة لموقع الفيس بوك.
- أهمية الكشف عن علاقة الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي و حدود تأثيرها عليهم.

1-5- 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) الوظيفة:

- لغة: ما يقدر من عمل أو طعام أو رزق وغير ذلك في زمن معين، وتأتي بمعنى الخدمة المعينة.

- اصطلاحاً: 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".

- اصطلاحاً: يشيع استعمال الاتصال كفعل أو كمفهوم لدى عدد كبير من الناس، وهم في هذا قد يتفقون أو يختلفون حول ما يعتبرونه اتصالاً، فالإتصال اليوم يعد من بين المفاهيم البسيطة والمعقدة في نفس الوقت بسيط لأنه فعل وعملية بيولوجية واجتماعية أولية، الكل يقيم بها بشكل إرادي أو عفوي ومعقد لأنه باستعمالاته وتطبيقاته الواسعة صار مجالاً كبيراً للتداخل بين الاختصاصات العلمية¹.

(ج) المفهوم الإجرائي للوظيفة الاتصالية:

ترتبط الوظيفة الاتصالية ارتباطاً وثيقاً بالوسيلة الاتصالية، و المحتوى الاتصالي إذ يجب التمييز بين المحتوى الاتصالي الذي تعرضه هذه الوسيلة، وبين خصائص الوسيلة نفسها فهناك بعض الوظائف ترتبط تماماً بمحتوى وسائل الإعلام ووظائف أخرى ترتبط بنوع الوسيلة المستخدمة أو بظروف الاستخدام وليس بالمحتوى .

(د) موقع الفيس بوك:

- لغة: كتاب الوجوه، وهو موقع الشبكات الاجتماعية يتيح للأشخاص العاديين و الاعتباريين أن يبرزوا مكانتهم عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع².

- اصطلاحاً: هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً 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 أيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية³.

¹- منال هلال المزاهرة، نظريات الإتصال، دار المسيرة، عمان، ط1، 2012، ص31.

²- خالد غسان- يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس، عمان-الأردن، ط1، 2013، ص34.

³- فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، دار العربي، القاهرة، ط1، 2011، ص39.

- 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 للوظيفة 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 ذلك 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 مرورا بالمرحلة المتوسطة انتهاءا 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 .

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 ومستواهم المعرفي، وهم طلبة جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة المنتمون إلى شعبة علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية.

1-6- الدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها :

هناك عدة دراسات تطرقت لأثر استخدام الوظيفة 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: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال تخصص مجتمع المعلومات. تحت عنوان: تداول المعلومات الافتراضية على شبكة الانترنت - شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً- دراسة استكشافية، وصفية تحليلية على عينة من مستخدمي الفيس بوك. من إعداد الطالب: محمد أمين عبوب دفعة لسنة 2011-2012 في جامعة الجزائر -3- .

تمحورت هذه الدراسة¹ حول الإشكالية التالية: ما دور مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها مجتمعات 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 و توفير 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 وأيضاً ركزت هذه الدراسة على إبراز أهمية المجتمع الافتراضي، و أيضاً الاهتمام بالتطورات التي تحصل في مختلف الميادين.

¹- محمد أمين عبوب، تداول المعلومات الافتراضية على شبكة الانترنت شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً، دراسة استكشافية وصفية تحليلية على عينة من مستخدمي الفيس بوك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2011.

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.

الدراسة الثانية: مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، تحت عنوان: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من جهة نظر الصحفيين الأردنيين، من إعداد الطالب: عبد الله ممدح مبارك الرعود، كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط دفعة 2011-2012.

تركزت هذه الدراسة¹ على الإشكالية التالية: ما الدور التي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في 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 و مصر؟

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

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.

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.

الدراسة الثالثة: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال مدرجة تحت عنوان:

أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين و سلوكياتهم -دراسة ميدانية- من إعداد الطالب: بورحلة سليمان كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة دفعة 2007_2008.

قامت مركزات هذه الدراسة¹ حول الإشكالية التالية: ما هو أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة

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

¹ - بورحلة سليمان، أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين و سلوكياتهم "دراسة ميدانية"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والإعلام، جامعة الجزائر بن خدة بن يوسف، الجزائر، 2008.

في التركيز على قدرة الشباب في التكيف السريع مع التكنولوجيا والاختراعات الحديثة وهذا ما اتفق مع دراستنا.

الدراسة الرابعة: قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية تحت عنوان دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية -دراسة ميدانية- من إعداد الطالب طاهر حسن أبو زيد، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية دفعة 2012.

ركز الباحث طاهر حسن أبو زيد في دراسته¹ على طرح الإشكالية الرئيسية كالتالي:

إلى أي مدى ساهمت وأثرت المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام 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 تناقش موضوعاً 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

¹ - 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.

في حصولنا على معلومات حول مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلي وكيفية تأثير المواقع الاجتماعية التفاعلية في زيادة الوعي لدى الأفراد.

الدراسة الخامسة: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة وإعلام إلكتروني .

تحت عنوان: أثر استخدام الفيس بوك على الاتصال المواجهي لدى الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة أم البواقي.

من إعداد الطالب: رضوان رياح دفعة أكتوبر 2015-2016 "جامعة أم البواقي".

تركزت هذه الدراسة¹ 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؟

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن رصد مدى استخدام الطلبة الجامعيين للفيس بوك وإبراز 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 يسهم 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، اعتمادا على المنهج الوصفي التحليلي، حيث توصلت إلى مجموعة من النتائج كان أهمها أن الفيس بوك له أثر سلبي عميق جدا على الاتصال المواجهي لدى الطلبة الجامعيين إذ ساهم كثيرا في إضعاف العلاقات الاتصالية وجها 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

¹ - 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.

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: قدمت هذه الأطروحة لمتطلبات استكمال شهادة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال تحت عنوان منتديات المحادثة و الدردشة الالكترونية : دراسة في مواقع الاستخدام و الانعكاسات على الفرد والمجتمع من إعداد الباحث إبراهيم بعزیز كلية العلوم السياسية و الإعلام قسم علوم الإعلام والاتصال دفعة 2007-2008.

في هذه الدراسة¹ الباحث ركز على طرح الإشكالية التالية :

- 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 بعزیز في طبيعة الظاهرة التي تتناولها ووقعها على المجتمع و التي تنامت بشكل كبير وملفت للانتباه خاصة بين أوساط شباب و المراهقين ،فتمثلت أهداف الدراسة بتحديد دوافع الاستخدام المفرط لمنتديات الدردشة الالكترونية من طرف الجزائريين، مع محاولة حصر الخصائص العامة و الشخصية للمدرشين 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

1- إبراهيم بعزیز، 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.

بشكل سريع و أيضا تحديد طبيعة العلاقة الاجتماعية التي تشكل في خضم المجتمعات الافتراضية و أثرها على العلاقات الجديدة.

الجانب النظري

للدراسة

الفصل الثاني:

الوظيفة التواصلية لمواقع التواصل الاجتماعي
في المجتمع الافتراضي

المبحث الأول: ماهية المجتمع الافتراضي

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك"

المبحث الثالث: الوظيفة التواصلية لمواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد:

لقد أدت تكنولوجيا الاتصال الحديثة و على رأسها شبكات التواصل الاجتماعي بكل خدماتها، إلى تغيير جذري في كيفية تشكل النسيج الاجتماعي وبناء العلاقات الاجتماعية، كما تغيرت المعايير التي تقاس على أساسها متانة هذه العلاقات وإمكانية استمرارها، بعد أن أزلت عراقيل البعد الجغرافي والزمني، ورغم هذا التغير في طبيعة العلاقات الاجتماعية و كيفية تشكلها، إلا أنها تبقى امتدادا للروابط الواقعية القائمة، لأنها تخضع تقريبا لنفس المعايير و المكونات تقريبا.

وبهذا حاولنا في هذه الورقة تسليط الضوء على ما يميز هذه المجتمعات الافتراضية التي حققت ما عجز عنه التجمعات الواقعية، في ظل قيود الزمان و المكان و العادات والتقاليد...الخ.

حتى سميت بالمدينة التي لا تنام لأن أصحابها يشتركون في الكثير من الروابط والاهتمامات والأنشطة و الأفكار، وعددهم في تزايد مستمر في كل لحظة.

وفي هذا الصدد سنحدد مفاهيم ومصطلحات الدراسة ونحاول في هذا الفصل التعرف على ماهية المجتمع الافتراضي من حيث نشأته و دوافع ومقومات ظهوره، وخصائص وأهمية هذا المجتمع و سلبياته، وكذا التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" من حيث مفهومه و نشأته و مميزاته، والتعرف أيضا على أسباب ودوافع استخدام الفيس بوك وفوائد وإيجابيات هذا الموقع، و سنحاول أيضا التعرف على الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي من حيث مفهوم الوظيفة الاتصالية في وسائل الإعلام، و وظائف مواقع التواصل الاجتماعي والوظيفة التواصلية لمواقع التواصل الاجتماعي.

2-1-1- ماهية المجتمع الافتراضي:

ويشمل هذا المبحث على أربعة المطالب وهي: مفهوم ونشأة المجتمع الافتراضي، دوافع ومقومات ظهور المجتمع الافتراضي، خصائص وأهمية المجتمع الافتراضي، سلبيات المجتمعات الافتراضية.

2-1-1- مفهوم ونشأة المجتمع الافتراضي: وينقسم إلى فرعين :

2-1-1-1- مفهوم المجتمع الافتراضي:

بالرغم من أن المجتمع الافتراضي على الخط ليس صعبا فهمه بل يصعب إلى حد ما تحديده وتعريفه وقياسه على وجه الدقة، أنه مفهوم يتعلق بالبرمجيات المستخدمة من حيث تجهيزها واستعمالها، وهو أيضا مفهوم يشير إلى مجموعة معينة من مستخدمي الانترنت، حيث يتكون هذا المجتمع حين يصبح مجموعة من الأفراد على الخط، يتشاركون في تفاعل اجتماعي رقمي بشكل ما له خصائص تكنولوجيا اجتماعية.

- يعرفه محمد منير حجاب المجتمع الافتراضي في معجمه الإعلامي بأنه مجتمع يتكون من أشخاص متباعدين جغرافيا، ولمن الاتصال والتواصل بينهم عبر الشبكات الالكترونية، وينتج بينهم نتيجة لذلك نوع من الإحساس بالولاء و المشاركة¹.

المجتمعات الافتراضية: هي المجموعة الاجتماعية الناشئة من خلال شبكات الانترنت، حيث يكون للمستخدمين القدرة على التعرف وخلق نقاشات لتشكيل وعي اجتماعي، والعلاقات الشخصية في الفضاء الافتراضي².

ويعرفها سيرج بروكس (serge broux) المجتمع الافتراضي بأنه: مجموعة أفراد يستخدمون منتديات المحادثة وحلقات النقاش أو مجموعة الحوار الذي تنشأ بينهم علاقة انتماء إلى جماعة واحدة، ويتقاسمون نفس الأذواق والقيم والاهتمامات ولهم أهداف مشتركة، فهي مجتمعات تنبثق من عدد كافي من الناس عندما تحمل على المناقشات العامة الطويلة بما فيه الكفاية، مع شعور بشري كاف من الناس لتشكيل شبكات من العلاقات الشخصية في العديد من المجالات، وهنا يشير هارولد راينغولد إلى "المناقشات العامة الطويلة" وهي عبارة عن تلميح إلى التفاعلات الأزمنة لتكوين التشاركية، وكذا نوع من العلاقات الخاصة التي تجعل من المستخدم متورط في المجتمع الافتراضي، وهذا ما يجعله يحس

¹ - محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر-القاهرة، 2004، ص470.

² - علي محمد رحومة، تنمية المجتمعات الافتراضية عوامل نجاح جديدة لتطوير الشبكي التكنو-اجتماعي، (معهد النفط الليبي) مركز بحوث النفط سابقا، PDF، <http://newmediausersethnogapgy.weebly.com/uploads/5/4/6/8/5468648/>، ص3، بتاريخ (2020-01-12) على الساعة 11:30.

بالانتماء الكافي، والشيء المميز في هذا التعريف أن في هذه المجتمعات كونها تتشكل على أساس الاهتمام المشتركة بين هؤلاء المستخدمين، أي أن الصفات والخصائص الموجودة في كل شخص هي التي تحدد نوع وطبيعة الجماعة الافتراضية التي ينتمي إليها ويندمج فيها.

وعرف "هاورد راينغولد" في كتابه المرجعي "الجماعات الافتراضية" بأنها تجمعات اجتماعية تنشأ من الشبكة (net)، حين يستمر الناس بعدد كافي في مناقشاهم علنيا لوقت كافي من الزمن بمشاعر إنسانية كافية لتشكيل شبكات من العلاقات الشخصية في الفضاء السيبري.

فهم أفراد متباعدون لكن على اتصال دائم نسبيا "أو يشتركون في العاب مختلفة ويمكن جوهر الحياة الجديدة في إعلانات الحاسوب الموجهة لجماعات الاهتمام الخاصة، كشبكات تبادل الأحاديث ومؤتمرات الحاسوب والبريد الإلكتروني، فهم جماعة من الأفراد يعيشون داخل مساحة افتراضية يمتلكون اهتمامات مشتركة، لوقت كافي لتكوين علاقات، والبدء في التفاعل التكنولوجي باستخدام النص أو صور أو مقاطع فيديو..... الخ، مع شعور كافي بالانتماء إلى هذا المجتمع.

ويقول رحومة في تعرفه للجماعات الافتراضية "هي عمليا جماعات لتبادل المعلومات والاتصال التقني المفيد معرفيا واجتماعيا، فالدعامة الأولى لقيام المجتمع الافتراضي هو تبادل المعلومات والاتصالات بالدرجة الأولى.

2-1-1-2- نشأة المجتمع الافتراضي:

بعد ظهور الشبكات وشبكة الانترنت التي ظهرت بعدها بدأت المجتمعات الافتراضية في النشوء كل ذلك في نوع من التطور الاجتماعي المتسارع¹ (social évolution)، وذلك نتاج التفاعل الإلكتروني المهم الذي بدء في الظهور والحاجة إلى مجال أو بيئة محددة ومنظمة لتركيز هذا التفاعل. وإذا اتفقنا على أن الانترنت تكون بيئة فوقية مجتمعية (super structural) تمتد فيها الكثير من الخطوط العامة التي تميز المجتمعات السائدة وتعتمد عليها لاستمرار وجودها، فهذه المجتمعات ترث العديد من العناصر الثقافية من المجتمعات التي تمتد عبرها، فان عديد من علماء الاجتماع كتب وعن تطوير الكيانات الاجتماعية على الانترنت، أو بمعنى أكثر تحديد، كتب وعن المجتمعات عن الخط (communitiesonline) التي نشأت على الانترنت وتشكلت في فضاءها (cyberspace)، وتلك الكيانات الاجتماعية الرقمية الجديدة تكونت في هيئة جماعات رقمية يتم تحاور وتواصل البشر عبرها².

¹ - علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، عالم المعرفة (347)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2008، ص 67.
² - احمد محمد صالح، الانترنت والمعلومات بين الأغنياء والفقراء، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص 26-27.

يعتبر العديد من المختصين في المجال ا ناول مجتمع محلي فعلي على الخط هو شبكة بلاتو (plato) سنة(1973_1974) فهي تعبير عن اللقاء الرائد للقاءات والمنتديات على الخط (onlin forums) أو المراسلات أو اللوحات الالكترونية والبريد الالكتروني وغرف الدردشة والتراسل الآني ومشاركة الشاشات عن بعد، فهذه الشبكة -شبكة بلاتو -بمثابة الشكل الأولى البدائي للمجتمعات الافتراضية الحالي، فهي نوع من التنظيم الافتراضي والتجمع التشاركي على الخط.

يقول الدكتور علي رحومة في كتابه علم الاجتماع الآلي: لقد انتقلت الظاهرة الاجتماعية بمختلف جوانبها الثقافية والتقنية والسلوكية والاقتصادية والسياسية والقانونية...الخ من أنها فقط تتمثل طبيعياً في المجتمع البشري الطبيعي إلى أن تتمثل أيضاً صناعياً (رمزياً، رقمياً، آلياً) وأيضاً بمختلف تمثيلاتها الأصلية إلا أنها أصبحت في شكلها الالكتروني (المصنع) من الذرة إلى الإلكترون، ويعني ذلك انتقال أولي للحياة الاجتماعية إلى فضاء السير المستحدث¹.

وينشوء هذه المجتمعات بدأ أفرادها يتبادلون المعلومات الخاصة وقبلها العلمية، وأصبح ينشأ نوع من العرف والعادات والتقاليد المتميزة عن تلك التي ألفناها في عالمنا الفيزيائي، حيث أنها ظهرت في أول الأمر لأغراض أكاديمية علمية كمجال لتبادل المعلومات والخبرات والاتصالات بين الجامعات ونشر الأبحاث، ثم انتقلت لأغراض أخرى وكان أول من صاغ مصطلح المجتمع الافتراضي هو هاورد راينغولد 1993 في كتاباته الكثيرة عن الموضوع.

2-1-2-دوافع ومقومات ظهور المجتمع الافتراضي:

2-1-2-1-دوافع ظهور المجتمع الافتراضي:

جاء ظهور المجتمعات الافتراضية كنتاج عادي ومنطقي لكل التفاعلات الحاصلة داخل الفضاء الافتراضي (النقاشات، المراسلات، الاتصالات...الخ) وهذا ما جعلها تتطور بشكل كبير واضح حيث أصبح لها أشكال عديدة ومتنوعة (تقنياً من حيث المحتوى، نوع المادة الإعلامية...الخ) وقد ظهرت المجتمعات الافتراضية "كحاجة وبديل" تعكس التطور العلمي والتكنولوجي والاجتماعي وكذا في مختلف نواحي الحياة اليومية للإنسان المعاصر، وذلك بإعطاء الطابع المستقبلي للحياة الاجتماعية وتحولها من طابعها الطبيعي إلى طابعها الافتراضي، وأحداث تغيير في طبيعة الحياة الاجتماعية إبراز التأثير بالتقدم التقني و التكنولوجي، ويمكن إجمال أسباب ظهور هذا النوع من المجتمعات في:

¹ - علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سابق، ص23.

- اكتساح الفضاء الإلكتروني (الانترنت) في جميع مجالات الحياة البشرية (الاقتصادية، السياسية الاجتماعية، الثقافية... الخ.

- فقدت المجتمعات الطبيعية لدورها الترفيهي وتراجع دور الأماكن الثالثة التقليدية في إيجاد مساحات للتفاعل البشري و التواصل، وهذا ما يفتح الباب الواسع أمام ظهور هذا النوع من المجتمعات، وحاجة الناس إلى مكان ثالث غير (العمل و البيت)، مثلما يؤكد هاورد راينغولد "أن المجتمعات المحلية الافتراضية في جزء منها هي ردة فعل واستجابة لجوع الناس وافتقارهم إلى المجتمع المحلي بعد تفرق وتفكك المجتمعات المحلية التقليدية"، لذلك يمكن القول أن المجتمعات الافتراضية عوضت أو سدت الفراغ الذي تركته المجتمعات المحلية التقليدية¹، وأصبحت تمثل المكان الثالث الجديد (الرقمي) غرف الدردشة، الشبكات الاجتماعية، الجماعات الأخبار... الخ.

- دوافع الحركة الآلية والتفاعل المجتمعي اليومي بنشاطاته الربحية هي من أهم دوافع تطوير المجتمعات الافتراضية على الخط، فهذه البيئة جعلت من التعاملات الاقتصادية و الربحية أكثر سهولة ويسر وكذا تم اكتشاف (e_marketing) ونجاحه داخل هذا الفضاء.

- الوصول إلى المعلومات المتاحة عن الأدلة المتوفرة وإرسال التعليقات والملاحظات والتعرف على الأحداث المتنوعة بصورة آنية والوصول إلى المعلومات بكل تنوعاتها ووفرته، لأن المشاركين وصناعة ونشر المعلومات هم مستخدمون من كل أنحاء العالم بمختلف الأعمار والثقافات والخبرات².

2-1-2-2- مقومات ظهور المجتمع الافتراضي:

أولاً يجب التعرف على مقومات تأسيس المجتمعات التقليدية لإسقاطها على ظاهرة التأسيس داخل الفضاء الافتراضي وذلك رغم الاختلاف بين البيئتين وخصوصية الفضاء الافتراضي، هناك أربع مقومات أساسية لتأسيس المجتمع وهي³:

- قدرة المجتمع على الاستمرار إلى مدى زمني أطول من عمر الأعضاء الذين يكونون ذلك المجتمع، بمعنى بقاء المجتمع واستمراره على الرغم من فناء الأجيال المختلفة واندثارهم.

¹ - نفس المرجع، ص 64.

² - علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سابق، ص 90-91.

³ - موقع مقاتل الصحراء، " <http://www.mogatel.com> "، بتاريخ (2020-01-23) على الساعة 14:25.

- قدرة المجتمع على تجديد نفسه من خلال التنازل من جهة، عن طريق غرس ثقافته من خلال توفر نظام تربوي قادر على تحقيق التنشئة الاجتماعية للأعضاء الجدد، وفقا لثقافة المجتمع ونظمه من ناحية، أخرى.

- مدى توفر مجموعة من المعايير المشتركة المنظمة للأفعال الاجتماعية للأعضاء، ومدى توافر الشعور بالولاء للمجتمع لدى هؤلاء الأعضاء، وتعد المعايير (norms) موجّهات للسلوك الذي يجب الأخذ بها و تطبيقه في مواقف اجتماعية محددة وتحدد الالتزامات، التي يملئها دور الشخص في الجماعات الاجتماعية، عن طريق المعايير الاجتماعية تكون بمثابة قواعد أو مبادئ سلوكية عامة ملزمة للأفراد، ابتداء من الأفعال البسيطة في الحياة اليومية و انتهاء بالأحكام الأخلاقية المعقدة، التي تزيد من وحدة المجتمع وتماسكه من خلال تقبل الأفراد لها.

- مدى قدرة المجتمع على تحقيق الاكتفاء الذاتي والاستقلال النسبي، ويقصد بالاستقلال النسبي هنا معنيان: أولهما أن يكون المجتمع وحدة قائمة بذاتها وليس فقط جماعة أو جماعة فرعية تنتمي كل واحد منها إلى مجتمع آخر، وثانيهما أن يتحقق التكامل داخل المجتمع، وأهم مقومات التكامل الاجتماعي هو الاعتماد المتبادل بين الأعضاء ووجود معايير وقيم يخضع لها الأفراد في سلوكهم ويسيرون وفقا لها. وفي تعريف لهاورد راينغولد "يقول أن المجتمعات الافتراضية عبارة عن تجمعات اجتماعية وثقافية تظهر في الشبكة عندما يكون هناك عدد كافي من الأفراد يشاركون في مناقشات عامة خلال وقت كافي ويضعون من وجدانهم ما يكفي لنسج شبكات من العلاقات الإنسانية في الفضاء السيبراني* ونستنتج من هذا التعريف وجود توفر ستة عناصر أو مقومات لوجود جماعات افتراضية هي¹:

- المجتمع السيبراني.
- العدد الكافي من الأفراد.
- الاستمرار الزمني و التفاعل الكافي (نوعيا) وما يعزز هذا التفاعل والاستمرار هي النقاشات العامة داخل المجالات.
- وجود الشعور الكافي وشبكات العلاقات الإنسانية.

¹ شوقي العلوي، رهانات الانترنت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، ط1، 2006، ص122.
* هو ذلك الفضاء الذي يتشكل فيه مجتمع الانترنت بمختلف مظاهره ومنها المجتمعات الافتراضية، و هو متكون من مجموعة الأفراد تتشكل بينهم علاقات خاصة يتم بناؤها أساسا على المنظمات أو المؤسسات الإنسانية الطبيعية: التعليم، البحث العلمي، التجارة والتسويق، الاستثمار،... الإعلام والصحافة والاتصال والثقافة بأنواعها.

- النظام: وهذا ما يصفه رحومة بأنه "نظام اجتماعي إلكتروني جديد، يقدم الإنسان قادم من الخيال والافتراض والوهم، وحاولا شروطه الاجتماعية والتكنولوجية ومختلف عناصره وعلاقاته، وحدودها وبيئتها وتحكماتها وأهدافها ومستنتجاتها.

- المصالح المشتركة: وهو ما يشير إليه هاورد راينغولد يقول "أن كل ما يحتاجه الناس هو إيجاد فرصة لتكوين علاقات مع جيرانهم الموجودين في أماكن نائية من القرية العالمية "هو يتصور عاما يستطيع فيه الناس لم يتقابلوا قصد أن يتواصلوا بفضل ما يجمعهم من مصالح مشتركة وأن يقضوا أوقات عبر الشبكة يتناقشون في أمور السياسة ويقومون بعد صفقات تجارية أو يتبادلون الأحاديث...¹.

2-1-3- خصائص وأهمية المجتمع الافتراضي:

2-1-3-1- خصائص المجتمع الافتراضي:

باعتبارها مجتمعات تحاكي المجتمعات الطبيعية وتتمثل بصورة أكبر منها فإنه لا بد من وجود ما يميزها عنها، وعليه سنقوم بالإلمام حول مختلف السمات التي يمكن أن توفر للمجتمعات الافتراضية قدرا من الخصوصية، ومنه يمكن إجمال أبرز خصائص المجتمعات الافتراضية في الملاحظة التالية:

- الالتزام الشخصي الذي يبديه الأفراد داخل المجتمعات الافتراضية، حيث يقوم الأفراد بإتباع قواعد والالتزام بها بصورة شخصية ذاتية بحسب رغبات ومتطلبات الأفراد، وكذا وفق قوانين تحدد سير أنماط التصرف وردود الأفعال وغيرها، وذلك بما يبرر درجة الحركية الكبيرة داخل هذه المجتمعات والقدرة على الاتصال وسرعته والمساحة الكبيرة من حرية التعبير عن الذات، وعدم الإحساس بالغير والسلطوية الذي ينتج قدرا كبيرا من التفاهم والانسجام وذلك داخل العقل الجمعي الإلكتروني.

إن الآلية التكنولوجية تتيح كل الإمكانيات التي تظهر الأفراد، وذلك بالسهولة واليسر المناسبين بمختلف الفئات البشرية كبارا وصغارا، رجالا ونساء على حد سواء، الأمر الذي يتوفر في المجتمعات الإنسانية الطبيعية، وهذا ما يخلق درجة كبيرة من المساواة الافتراضية تحقق نوعا من الذات الإنسانية في أوسع نطاقات التمثيل الشخصي.

- المجتمعات الافتراضية بشكل عام مفتوحة للجميع كما انه يمكن تعديلها وهي خاصية مهمة جدا في هذا النوع من المجتمعات.

¹ - علي محمد رحومة، الانترنت و المنضومة التكنو-اجتماعية، بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت، مركز الدراسات الوحدة العربية، لبنان، ط1، 2005، ص2006.

- يمكن اعتماد التمازج بين الثقافات الإنسانية من أكثر النتائج روعة من التفاعل الذي يحصل داخل المجتمعات الافتراضية، الأمر الذي يزيد من قوة الفكر البشري العالمي ويرفع من مستوى الذكاء الكوني الذي يتطور بتطور العقل الإنساني، وتطور أدوات و تقنيات الاتصال و التزاوج الحاصل فيما بينها.

- التطور الاجتماعي داخل المجتمعات الافتراضية يحدث بصورة خيالية بالمقارنة بالتطور الاجتماعي داخل المجتمعات الطبيعية، وهذا بسبب تطور قنوات الاتصال وقواعد التواصل والتفاعل داخل المجتمعات.

- تتميز هذه المجتمعات بالعالمية أو الكونية، أي يشارك فيها أفراد من كل أنحاء العالم¹.

- تبني المجتمعات الافتراضية على المصالح المشتركة (Communauté d'intérêts) والاهتمامات ومع التفاعل الاجتماعي الافتراضي المتسارع والمتراحم، تظهر علاقات جديدة أكثر حميمية.

- فيما يخص بناء العلاقات الاجتماعية الافتراضية والتفاعل الاجتماعي فان هناك رأيين أحدهما يقول أن التكنولوجيا لم تلغي التفاعل المباشر وجها لوجه (Face To Face) بل هيا امتداد له وتكملة، وهناك من يرى أن العلاقات التفاعل الاجتماعي على الشبكة قد حل محل التفاعل المباشر، فهذا الرأي يحضر من عزل أفراد المجتمع الواحد، فداخل الأعضاء الافتراضي لا يمكن أن نرى بعضنا البعض ولا التعرف على نوع الجنس والعمر والأصل القومي بكل دقة وموثوقية، ولا المظهر المادي ما لم يكن الشخص يريد أن يجعل هذه الخصائص عامة.

- يتميز أفراد المجتمعات الافتراضية أنهم متجانسون في غالب الأمر إلى حد كبير باعتبار بناء هذه المجتمعات على أساس الاهتمامات المشتركة بين هؤلاء الأفراد مع هذا فمن المحتمل أفرادها غير متعارفين فيما بينهم شخصيا.

- أصبح للقضايا داخل المجتمعات الافتراضية طابع كوني، ولم تعد كل دولة أو جماعة طبيعية تحتفظ بخصوصية قضاياها بل أصبح لجميع المستخدمين حق إبداء الرأي في قضايا محلية، فالمستخدم "المواطن الإلكتروني" هو مواطن كوني يبدي رأيه في جميع القضايا مهما تعدت جغرافيته أو انتماءه.

- تكون المجتمعات الافتراضية في غالب الأحيان امتداد لمجتمعات حقيقة طبيعية موجودة في الواقع الفيزيائي أو تكون ممثلة افتراضيا فقط، حيث تتكون داخل الفضاء الافتراضي بمقومات مستحدثة من الطابع التخيلي.

¹ - إبراهيم بعزیز، منتديات المحادثة والدرشة الإلكترونية، دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع وعلوم التسيير، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007-2008، ص74.

- من المميزات التي تتميز بها المجتمعات الافتراضية هي أن تعتمد على التنظيم " التصاعدي " من الأدنى إلى الأعلى، فالكل يستطيع تنظيم المجتمع وإضافة لنظمه وقواعده وعاداته.
- تجعل المجتمعات الافتراضية نوعا من الثقافة السيبرانية التي تختلف فيها عادات طقوس جديدة وادوار اجتماعية مستحدثة ولغات موحدة جديدة والرموز اللغوية والإشارات الخاصة بما في ذلك (رسومات الوجوه، الكلمات المختصرة....الخ)، وهي تعبير عن الحالات النفسية التي تختلج المستخدم.
- تتميز المجتمعات الافتراضية بعدم حضور أفرادها الفيزيائي وبالتالي عدم وجود التفاعل المباشر وجها لوجه، وبالتالي عدم توفر الاتصال الغير اللفظي (الجسدي، الإيمائي...الخ) والتي لها دور في طبيعة ونوعية الاتصال، وهذا ما يؤثر بدوره في طبيعة العلاقات الاجتماعية¹.

2-3-1-2- أهمية المجتمع الافتراضي:

- كان التجمع الرقمي نوعا من التقرب بين فئات عديدة من فئات المجتمع المهمشة والتي تغيب أو تعجز عن أداء أدوارها الاجتماعية الطبيعية، وتجبرها عوامل وظروف في البقاء بعيدا عن المسرح الاجتماعي، وتجعل من الصعب التعبير عن آرائها وآراءهم وتكوين صداقات جديدة داخل الفضاءات العامة في المجتمعات الطبيعية التقليدية، لهذا فان المجتمعات الافتراضية تحاول أن تجعل من هذه الفئات فاعلة وقادرة على تجاوز النقائص التي تقلل من قدراتهم الاجتماعية، فداخل هذه المجتمعات يجدون فرصة في إنشاء علاقات اجتماعية والانصهار في المجتمع الرقمي وكذا تجاوز عوائق (عاهات، إعاقات ومشاكل نفسية...الخ).
- يكون سريان المعلومات المجتمعات في الافتراضية بانتقالها من (الأسفل إلى الأعلى) و في كل الاتجاهات وعبر العديد من القنوات والتقنيات التي توفرها هذه المجتمعات، فأصبح لكل الأفراد أو المستخدمين الحق في إنتاج المعلومة ونشرها، فأصبحت المعلومات تنتقل بسهولة وأكثر وفرة.
- يمكن للمجتمعات الرقمية التأثير في الحياة الطبيعية وتحريك عجلة الوعي والحراك على جميع المستويات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وحققت هذه المجتمعات نوعا من الإشباع للحاجات الاجتماعية في التعارف والتواصل وتشارك الاهتمامات المختلفة للمشاركين من شتى أنواع البشر والجنسيات والأعراق والثقافات والأعمار والاهتمامات...الخ، فأصبحت المجتمعات الافتراضية تشكل نوعا جديدا من التالف الاجتماعي والتكنولوجي الجديدين (المستحدثين).

¹ - إبراهيم بعزیز، منتديات المحادثة والدرشة الالكترونية دراسة في دوافع الاستخدام و الانعكاسات على الفرد والمجتمع، مرجع سابق، ص67.

- يحتاج المجتمع إلى المحافظة على مستوى تفكير أفكاره والارتقاء به، وذلك عن طريق المشاركة وتقاسم المعلومات والخبرات وهذا ما توفره المجتمعات الافتراضية والمساحات التي تخلقها من أجل التفاعل داخلها، وإضافة إلى هذا تترك قواعد أخلاقيات المجتمعات الافتراضية الباب مفتوحا على مصراعيه لجميع أشكال القواعد والمعايير الرقمية المحتملة¹.

2-1-4- سلبيات المجتمعات الافتراضية:

صحيح أن المجتمعات الافتراضية نزعَت طابع المقاطعة بين الأجناس والأعراق واللغات... الخ وجعلت العالم أكثر تفتحا، لكنها خلقت أنواع أخرى من التجمعات والتكتلات أكثر حدة في طابعها التكنو-اجتماعي، ومع المجتمعات الافتراضية جديدة العهد ومع أنها تحل مشاكل عدة بطابعها التقني الفائق فإن لها مشاكل عدة، ولعل أهمها وجود تجمعات متطرفة دينيا أو فكريا أو عرقيا وتكون في أغلب الأحيان امتداد لمجتمعات موجودة في الحياة الطبيعية أو هي مولودة أساسا داخل الفضاء الافتراضي، تقوم هذه المجموعات بنشر أفكار ومعتقدات متطرفة مثال ذلك: (النازيون الجديد -جماعات كره الديانات (كره الإسلام)، ومجتمعات الانتقام الافتراضي... الخ).

ويتحدث الكثير من المتتبعين عن أن المجتمعات الافتراضية تقوم بالتقليل من المساندة الاجتماعية أو التضامن الاجتماعي، فهي تقوم باختزال "المشاعر وتجعلها مجرد تفاعل الكتروني مع صور وتعليقات وتزيد بشكل كبير من فرص الاكتئاب و الوحدة، ومعظم الناس يستعملون الانترنت لخطوط التحاور و البريد الالكتروني وليس فقط من لعزل أنفسهم في تلال المعلومات الالكترونية و وجدوا علاقة مباشرة وعكسية بين مستوى استعمال الانترنت ومدى النشاط الاجتماعي و السعادة²."

يتحرر الفرد داخل هذا النوع من المجتمعات من كل العواقب و العقبات، فمع ظهور الانترنت دخلنا فيما اسماء و ولتن بالعزلة التفاعلية أو الوحدة التفاعلية، وهو يرى بأنه "بإمكان الفرد أن يكون مستعملا ممتازا للانترنت، لكن لديه أكبر صعوبات في أن يدخل في حوار مع من بجانبه في مقهى الانترنت³، فهذا النوع من التناقض الاجتماعي بين الشخصية التي يملكها الفرد وتلك التي يثيرها تفاعله على الشبكة فالعوالم الافتراضية النصية والأيقونة التي يحتويها الانترنت تقوم بتقريب المسافات وخلق علاقات بقدر ما تلهي الأفراد عن علاقاتهم الواقعية.

¹ - علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سابق، ص159.

² - احمد محمد صالح، اثنو جرافيا الانترنت وتداعياتها الاجتماعية والثقافية والسياسية، دار الهلال، القاهرة، 2002، ص83.

³ - حسبية قيديم، الأبعاد والاجتماعية للعالم الافتراضي، في المجلة العربية للعلوم والمعلومات، العدد7، جوان2006.

ومع زيادة فرص الحوار والكلام بين مشارق الأرض ومغاربها من خلال الانترنت زادت مشاعر العزل بين الناس، فرغم أن الانترنت تجعلنا نتواصل مع الكثير من الناس لكن لا تجعلنا نتقابل معهم (أبدا)، فيروي مستخدمي هذه المجتمعات عن تجربته الاتصالية والعزلة التي ولدتها يقول "عندما اكتشفت الفوائد المهنية للانترنت من الدخول لمجموعات المناقشة الفورية مع الزملاء لهم نفس الاهتمامات العلمية والفكرية في كافة أنحاء العالم، لاحظت أيضا أنني أصبحت اقضي وقت اقل مع أسرتي وأصدقائي". وفي رؤية مغايرة تعتبر الرقابة والحجب اللذان تفرضها جهات سلطوية حكومية أو تقنية على هذه المجتمعات مشكلا يحد من فاعليتها، ويجعلها عرضة لتثبيط دورها في جميع المجالات ونزع صفة الحرية المعلوماتية عن مستخدميها، هذا ما جعل هذا النوع من المجتمعات ضعيفة مقارنة بنظيرتها الطبيعية لأنها عرضة للانهياب في أي حين، وذلك بسبب ممارسات عدائية أو تنظيمية أو حتى لأسباب تقنية تتعلق بالشبكات¹.

2-2- مواقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك":

ويتناول هذا المبحث أربعة مطالب وهي: مفهوم الفييس بوك ونشأته، مميزات الفييس بوك من الناحية التقنية، أسباب ودوافع استخدام الفييس بوك، فوائد وإيجابيات موقع الفييس بوك.

2-2-1- مفهوم الفييس بوك ونشأته: وينقسم هذا المطلب إلى فرعين:

2-2-1-1- مفهوم الفييس بوك:

يعتبر موقع الفييس 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. والفييس بوك " Facebook " أو كتاب الوجوه باللغة العربية: هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه، وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، إنشاء روابط تواصل مع الآخرين².

¹ - أحمد محمد صالح، الانترنت والمعلومات بين الأغنياء والفقراء، مرجع سابق، ص61.

² - Ellison, N.B.,Steinfeld , C., & Lampe , C, **The benefits of Facebook « friends : Social capital and college students' use of online social network sites**, Journal of Computer-Mediated Communication, 2017, 12(4), article

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 والشراء الخاصة بالأعضاء، ولكل عضو مساحة يضيف فيها صورته الشخصية، إلى جانب وجود مدونات (blogs) مرتبطة بالموقع... ويهدف الموقع بشكل عام إلى إتاحة التعارف بين الشباب¹.

2-1-2-2- نشأة الفيس بوك:

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 أسبوعان 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 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.

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

واستمر موقع "فيس بوك" قاصرا على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين. ثم قرر جوكربيرج أن يخطو خطوة أخرى للأمام، وهي 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 facebook.com عام 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي، وفي عام 26 ديسمبر 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما 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.

2-2-2- مميزات الفيس بوك من الناحية التقنية:

من أهم مميزات الفيس بوك هي²:

- **الملف الشخصي "profile"**: فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعا بالتحديد.
- **إضافة صديق "Addfriend"**: وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة بريده الإلكتروني.
- **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.

¹ - د. حسنين شفيق، علم نفس الإعلام الجديد، دار الفكر والفن للطباعة والنشر، ط1، سنة 2013، ص182-183.
² - أحمد مدثر، شرح كيفية التسجيل في موقع فيس بوك، كلية دراسات الحاسب الآلي، جامعة جوبا، السودان، 2004، ص25.

- الحالة "Status": التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.
- التغذية الإخبارية "News Feed": التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.
- 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 موبية 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 Face book Adds 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.

2-2-3- 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 لجهة أو منظمة أو شركة والخدمات المرتبطة بها.
- _ الحصول على تغذية راجعة وآراء الناس في الخدمات أو المنتجات أو الأفكار المعروضة.

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

- _ جلب الزوار والمعجبين لموقع الشخص أو الجهة بربطه مع صفحة الفيس بوك.
- _ الحصول على الحافز الاجتماعي وتشجيع الآخرين.
- _ الاهتمام بالأحداث ذات الإتمام المشترك والترويج لمناسبات مهمة ومؤثرة¹.
- _ 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 وإجراءات بسيطة².
- وعن هذه الأسباب تذكر دراسة ليلي أحمد جرار عن "علاقة المشاركة بموقع الفيس بوك باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية" أن تحليل سبب الإقبال الكبير من فئة الشباب على الاشتراك في موقع الفيس بوك، أنه يشبع عندهم عدة حاجات، لعل أهمها :
- 1_الحاجات الاجتماعية :** حيث يقدم الموقع للشباب نوعاً من الإشباع الاجتماعي، التي يكون الشاب في أمس الحاجة لها وخاصة في مقتبل عمره لكي يتواصل كراشد مع باقي أعضاء المجتمع، خصوصاً 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.
- 2_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.
- 3_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.
- 4_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 الشباب من خلال استخدامهم موقع الفيس بوك إشباعاً فكرياً عن طريق تمكنهم

¹ د. حسن شفيق، سيكولوجية الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص194.

² د. عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012، ص238.

من طرح أفكارهم (الاجتماعية والسياسية والعلمية وغيرها) بدون التحفظات والمحاذير القائمة في مجتمعاتهم¹.

5_ الحاجة إلى الترفيه والتسلية: فلا يوجد حد عمري فاصل بين مرحلة عمرية وغيرها، وكل مرحلة عمرية محتاجة للترفيه والتسلية، ويجد الشباب في الفيس بوك متنفسا في ذلك.

2-2-4- فوائد و إيجابيات 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 سلبا أو إيجابيا على الطلب الذي يتلقاه.

- 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 التواصل 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 الدردشة والرسائل والهدايا الافتراضية وإبلاغهم عن 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.

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

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 للمنتجات¹.

3_ إتاحة فرصة تحميل ألبوم الصور: وذلك من خلال تصفح موقع الفيس بوك فان أي شخص بإمكانه تحميل مقطع فيديو وصور...الخ، وسجلت إحصائيات بأن تحميل أكثر مكن عشرات ملايين مقطع شهريا على هذا الموقع.

4_ التواصل مع مجتمعات افتراضية: وذلك من خلال التنوع في المواضيع التي تفيد العضو في التدريب والتعليم.

5_ 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.

6_ 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 الايجابية للفيس بوك على الشباب:

- وجد مجتمع الشباب في الفيس بوك نافذة مطلعة على العالم وساحة للتعبير وإبداء الرأي، وفي التواصل ومشاركة أصدقاؤك تفاصيل حياتهم، كان له أقوى الأسباب بارتباط مستخدمي الموقع.

- الشباب يسعون دائما لإقامة علاقات جديدة، والتواصل مع العلاقات القديمة ف جاء الفيس بوك كحل سحري في العالم الافتراضي الذي اكتسب بالزمن أهميته ودوره.

- ساهم الفيس بوك كثيرا وتلقائيا إلى عملية النشر الإلكتروني، فأى مستخدم للننت يجد نفسه أنه بانضمامه للموقع قد زاد معدل كتابته وبالتالي قراءته.

- تطور سرعة الكتابة للشباب على لوحة المفاتيح والموبايل².

¹ - علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص 67-71.
² - وائل مبارك خضر الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، فهرسة المكتبة الوطنية، السودان، ط1، 2012، ص13.

-المشاركة الايجابية في دعم الحملات والنشاطات الخيرية عبر انضمامهم إلى مجموعة معينة قد تمثل أنت وأصدقائك نسبة مقدره في قياس قبول الرأي العام لتلك الفكرة مثل "مجموعة ناس الخير" بمستغانم التي تعتبر مجموعة خيرية تساعد المحتاجين.

-الفيس بوك فرصة للاتصال بالدعاة وطلبة العلم والأدباء والإعلاميين والمؤثرين في المجتمع مباشرة دون وسائط¹.

2-3- الوظيفة التواصلية لمواقع التواصل الاجتماعي (للفيس بوك):

تضمن هذا المبحث على ثلاثة مطالب وهي: مفهوم الوظيفة في وسائل الاتصال، وظائف مواقع التواصل الاجتماعي، الوظيفة التواصلية لمواقع التواصل الاجتماعي.

2-3-1- مفهوم الوظيفة في وسائل الاتصال:

إن مراحل التطور التي شهدتها وسائل الإعلام والاتصال ساعدت في ظهور وظائف تقوم بها هذه الوسائل تجاه المجتمع، وقد اختلف دورها وتأثيرها من مرحلة إلى أخرى تبعا لنوع نظام الحكم والسياسة العامة للبلد فكان تأثيرها في الأنظمة الشمولية مقتصر على عدد محدد من الوظائف نظرا لضعف مجال الحرية، ومع تطور المجتمع والتغيرات التي طرأت عليه بدأت تظهر الأدوار الحقيقية للاتصال والإعلام في المجتمعات الأكثر حرية والتي يكون الفرد أكثر حرية في استخدام الوسيلة الاتصالية التي تشبع حاجاته وتلبي طموحاته فأصبحت الوظائف الاتصالية أكثر فاعلية وتأثيرا إذ أنها تعمل بشكل متكامل مع حاجات المجتمع، كما وساعدت الشبكة العنكبوتية الانترنت على فتح مجال أوسع لحرية التعبير والتنقيف فكان بذلك مثلا جيدا لتمرير وظائف الاتصال إلى اكبر عدد ممكن من المجتمع وقد استفاد الانترنت من الوسائل الاتصالية الأخرى ليكون نسقا تتسجم فيه أغلب مكونات العملية الاتصالية وتعمل بشكل تزامني فتفسح المجال أمام كم هائل من المعلومات التي توظف بإشكال مختلفة ليساعد على دعم الاتصال والتواصل مع شرائح المجتمع المختلفة وبذلك يوفر المجال بشكل الكافي لربط الأفراد مع بعضهم البعض ضمن منظومة للاتصال الحر والغير المقنن، إن هذا النمط الجديد من الاتصال الرقمي غير الكثير من المفاهيم التي كانت لوقت قريب سائد فيما يخص دور وسائل الاتصال في ربط المجتمعات مع بعضها وأطلق المجال لمفهوم (المجتمعات الافتراضية)، إن تكون صورة حية للواقع الذي يعيشه الفرد دفع بالكثير من الباحثين لدراسته وتحليل وظائفه.

¹ - سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط2، 1995، ص127.

2-3-2- وظائف مواقع التواصل الاجتماعي:

يمكن تقسيم وظائف مواقع التواصل الاجتماعي إلى وظائف ظاهرة وهي الوظائف الواضحة التي ندركها تماما حينما نستخدم هذه الوسائل مثل: الإخبار والتثقيف والتعليم والتوجيه والترفيه والإقناع. ونوع آخر هو الوظائف الكاملة وتكون خفيفة يعيها أو يدركها أو يفكر فيها عدد قليل من المتلقين¹. ويوجد تشابه كبير بين الوظائف الظاهرة والكامنة لمواقع التواصل الاجتماعي، وبين الوظائف المقصودة غير المقصودة لتلك الوسائل ولكن الأولى ليست مرادفة للثانية، فالوظائف المقصودة وغير المقصودة قد تحدث سواء أكانت للمصدر أو للمتلقي، فقد يطور المصدر أو يبتكر رسائل بقصد معين، وتؤدي هذه الرسائل وظائف مختلفة تماما عما كان ينويه المصدر.

كما يرى لازويل أن هناك ثلاثة وظائف رئيسية للاتصال هي²:

1- مراقبة البيئة وتقديم إنذارات حول المخاطر والتهديدات الوشيكة.

2- ربط أقسام المجتمع وفق متطلبات البيئة.

3- نقل التراث الاجتماعي من جيل إلى آخر أو النقل الثقافي.

وقد أضاف كل من عالمي الاجتماع لازرسفيلد وميرتون وظيفة رابعة هي: التسلية.

أما الباحث ولبرشرام فقد عرض ثلاث وظائف ضرورية لعمليات الاتصال الجماهيري (مواقع التواصل الاجتماعي) لاسيما في مجال التنمية الشاملة وهي³:

1- وظيفة المراقبة: عن طريق استكشاف الآفاق وإعداد التقارير عن الأخطاء التي تواجه المجتمع.

2- الوظيفة السياسية: المعلومات التي تقدم من وسائل الإعلام تتيح اخذ القرارات الصائبة.

3- التنشئة: يتعلم أفراد المجتمع الجدد المهارات التي تنفع المجتمع وتساعد على تطوره.

أما دينيس ماكويل فيرى إن الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام توجد بها حاجات ودوافع لم تكن موجودة من قبل، تدفع الجمهور إلى وسائل الإعلام فيسعى إلى إشباع تلك الحاجات عن طريق التعرض لوسائل الإعلام وهذه الوظائف هي⁴:

1- وظيفة الإعلام: وهي رغبة الفرد في معرفة ما يدور حوله من أحداث في المجتمع والعالم.

¹ - حسن عماد مكاوي- ليلي حسين سيد:الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار مصرية اللبنانية، القاهرة ، ط8، 2009، ص68-69.

² - ارماند ماتلار ومشيليه ماتيللا، نظرية الاتصال، ترجمة أديب خضور، دمشق، المكتبة الإعلامية، ط2، 2008، ص42.

³ -د- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال ، دار المسيرة، عمان، ط1، 2012، ص77.

⁴ -د- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، نفس المرجع، ص77-78.

2- وظيفة تحديد الهوية: وتتمثل في حاجة الفرد إلى دعم القيم الشخصية والتوحد مع الآخرين في قيمهم.

3- وظيفة التفاعل الاجتماعي: وتتركز هذه الوظيفة في حاجة الفرد إلى الانتماء، والحوار، والتواصل مع الآخرين.

4- وظيفة الترفيه: وهي رغبة الفرد في الهروب من المشكلات، والخلود إلى الراحة وملاً الفراغ. وعلى صعيد الفرد تقوم وسائل الإعلام بتسيير التفاعل الاجتماعي عن طريق تزويد الأفراد بالمعلومات التي يتحدثون عنها ويمارسونها، وكذلك تقوم بتزويد الأفراد بأرضية مشتركة للتفاعل مع المعلومات التي تأتي من وسائل الإعلام ويردها الأفراد ويجد في ذلك مكانة اجتماعية أفضل من الآخرين وفي معظم الحالات يجمع الخبراء على أن هذه المعلومات بدون قصد، ويستخدم بعض الأفراد وسائل الإعلام بديل تفاعل أو صداقة أخرى، ففي كثير من الأحيان نرى تعلق بعض الأفراد بشخصيات مختلفة سياسية أو فنية يتوحدون معهم في الآلام والهموم والآمال فهذه الحاجة إلى الصداقة أثبتتها دراسات عديدة¹. فمواقع التواصل الاجتماعي بدون قصد تدعم الأفراد الذين يعيشون في عزلة أو كبار السن فتصبح بديلاً للتفاعل الاجتماعي في بعض المجتمعات المتطورة. ومن الوظائف الواضحة لمواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الأفراد تحقيق الاسترخاء، والمتعة والاستثارة، والتخلص من الملل والعزلة، هذه المصطلحات ليست مترادفة، إذ أن الحصول على الاسترخاء هو نقيض الرغبة في الاستشارة كما أن يمكن أن تتحقق بدون متعة بالضرورة، ومع ذلك فإن معظمنا يحصل على تلك الاشباعات في بعض الأحيان على الأقل. وعلى الرغم من عدم وجود دليل عملي يثبت تحقيق مواقع التواصل الاجتماعي لتلك الاشباعات كلها، إلا أن العنصر الوحيد الذي يجمعنا جميعاً هو الخبرة العاطفية أو التحرر العاطفي وإطلاق العنان للانفعالات فما يبحث عنه الأفراد في هذه الحالات كلها هو التغيير، والسعادة فحينما يستخدم وسائل الإعلام عادة ما يلتصق التغيير، وحينما لا يجد شيئاً يمتعته في المحتوى يحاول أن يستمتع بالوسيلة نفسها وفي كثير من الحالات ترتبط متعة المحتوى بمتعة الوسيلة نفسها².

ومن ذلك يمكن تصنيف الوظائف الاتصالية كما يلي :

¹- Carly L. Klingensmith, " 500 Friends and Still Friending: The Relationship between Facebook and College, Macalester College, (2005). p 57 .

²- د- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، مصدر سبق ذكره، ص86-87.

1-وظيفة التوجيه: يقصد بالتوجيه عملية تكوين اتجاهات فكرية في الأفراد يراها المجتمع صالحة محققة لأهدافه¹، يمكن أن يتحقق ذلك حينما يتجه الاتصال إلى كسب المستقبل اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمة أو تثبيت اتجاهات قديمة مرغوب فيها².

ومن المتعارف عليه أن المدرسة تتولى مهمة التوجيه، بعد العائلة، إذ أن الطالب يقضي قسما مهما من حياته فيها، ولكن المجتمع بمؤسساته الأسرية والعائلية والاجتماعية والدينية والاقتصادية له دور كبير في مجال التوجيه، وتكوين المواقف و الاتجاهات الخاصة بكل فرد، من هنا تتلاقى تلك المؤسسات مع المدرسة في مهمة التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات الخاصة وأن المجتمع ليس كله طلاب، و لا يتاح عادة لكل أفراد المجتمع دخول المدرسة والاستمرار في الدروس والتحصيل فتقوم وسائل الإعلام بوظيفة التوجيه غير الرسمي عبر قنواتها المختلفة التي تعمل على توجيه أفراد المجتمع لإدراك ومعالجة الظواهر السلبية والوقاية من الأخطار ومع تطور المجتمعات يزداد دور مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الأفراد، وإن انطلق ثورة الاتصالات إضافة إمكانات هائلة لأساليب الاتصال وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مع بداية الألفية الثالثة هي الأكثر بروزا والأقوى دورا في تسيير اتجاهات وسلوكيات وأفعال البشر وأصبح الإعلام المحرك الأساس الذي لأغنى عنه في حياة الإنسان شرقا وغربا³.

2- وظيفة الاتصال الاجتماعي: لا بد في العالم الديمقراطي أن تهيأ التسويات عن طريق الحوار بغيت حل المشاكل الكبرى، أي أن يهيأ اتفاق أدنى لا يمكن بدونه أن تهدأ الخواطر، والميدان الذي يدور فيه الجدل في عصرنا هذا توفره وسائل الإعلام، فهي تريد الأفراد بالمجموعة وتوحد المجموعات في أمة، وتسهم في التعاون الدولي ومن جهة أخرى تحقق مواقع التواصل الاجتماعي الصغيرة الاتصال الجانبي بين الأفراد⁴.

كما وتفترض هذه الوظيفة خلق التواصل الاجتماعي بين الناس وزيادة التعارف فيها بينهم عبر وسائل الاتصال الجماهيرية: تعريف الناس ببعضهم وتعريف المجتمعات ببعضها أيضا⁵.

إن وسائل الاتصال تخلق حالة كونية من التقارب الإنساني، وتوسيع الأفاق، والمشاركة العالمية في قضايا المسار والمصير على اختلافها. لقد جعلت مواقع التواصل الاجتماعي القضايا الكونية

¹ - د- احمد محمد موسى، المدخل إلى الاتصال الجماهيري، القاهرة، المكتبة العصرية، 2009، ص88.

² - د- مي عبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، 2005، ص28.

³ - علاء هادي، نافذة على الإعلام العربي والدولي، دار الساقى، بيروت، 2011، ص225.

⁴ - جان كلود برتراند، أدبيات الإعلام (ديوتولوجيا الإعلام)، ترجمة، رباب العابد، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2008، ص20.

⁵ - د- علي عواد، الإعلام والرأي، دار بيسان، بيروت، 2008، ص131.

يشارك فيها مليارات الناس: سواء في المباريات الرياضية، أم في أخبار الكوارث الطبيعية، أم في الوقائع السياسية المالية، وهذا التقارب الكوني يخرج الإنسان من اهتماماته المحلية، ويمد بفيض من المعلومات على مدار الساعة، ويجعله على علم بكل ما يجري في الكون، ولنا أن نتصور مقدار النمو المعرفي الناتج عن ذلك كله، كما لنا أن نتصور النتائج البعيدة المدى، وذات الآثار الإيجابية لهذه المشاركة الكونية في المعرفة والاهتمامات و تقاسم قضايا المصير. قد تكمن أبرز ايجابياتها في خلق وحدة الاهتمام على المستوى الكوني، وبناء رأي عام كوني ضاغط، هما المدخل إلى بناء "الذكاء الاجتماعي"¹.

3- وظيفة الترفيه: تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بمهمة ملأ الفراغ عند الجمهور بما هو مسل ومرفه، مثل الأبواب المسلية في الصحف أو البرامج الكوميديية في التلفزيون، وفي الحالتين تأخذ وسائل الإعلام مبدأ واضح وهو أن برامج الترفيه والتسلية ضرورية لراحة الجمهور ولجذبه لها، وحتى في مجال الترفيه هناك برامج وأبواب ترفيه موجهة يمكن عن طريقها الدعوة إلى بعض المواقف ودعم بعض الاتجاهات أو تحويلها أو حتى تغييرها، لهذا يتطلب بالطبع أساليب مناسبة من جانب مواقع التواصل الاجتماعي². إذ يتم توظيف العلامات والرموز والأصوات والصور بهدف الترفيه والإمتاع على الصعيدين الشخصي والاجتماعي³.

ويرى علماء النفس أن التسلية والترفيه وغير ذلك من صور التخفيف من ضغوط الحياة هي من الأشياء الإيجابية في الحفاظ على المستوى الأدبي من النشاط الفكري، وأشارت التجارب السيكلوجية إلى أن البشر يتعرضون لتأثير سلبي من جراء حالة تعرف باسم الإفراط الحسي وهي مرحلة تنتشع فيها البيئة بقدر أكثر من اللازم من المعلومات وعوامل التنشيط، فيواجه الأفراد بالإفراط الحسي، ومن ثم يتجهون إلى الراحة أو الاسترخاء، ووسائل الإعلام والصحافة من بينها هيا أحد مصادر هذه الراحة، وهكذا يتجه الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل التفرغ العاطفي أو التطهير أو التنفيس عن العاطفة أو الطاقة وهو المظهر الأخر لوظيفة الترفيه أو اللهو أو التسلية⁴.

4- وظيفة الأخبار: وهي وظيفة تتمثل بنقل الأخبار سواء كانت محلية أو إقليمية أو دولية، ومهم كان نوعها اقتصادية أو سياسي أو اجتماعية أو فنية، وذلك لمتابعة ما يجري حول المرء في عالمه الصغير والكبير، كما وترمي الأخبار إلى وصل الإنسان بالعالم الخارجي غير الشخصي وتزويده بما يستجد من

¹ -د- مصطفى حجازي، علم النفس والعلومة راية المستقبلية في التربية والتنمية، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، ط2، 2007، ص74.

² -د- فواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، دار أسامة، عمان، 2011، ص35.

³ -د- انتصار إبراهيم عبد الرزاق-د. صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد، سلسلة مكتبة الإعلام و المجتمع، 2011، ص46.

⁴ -محمود علم الدين، مقدمة في الصحافة، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص234.

أخبار¹. ويكاد المضمون الإخباري يشكل النسبة الرئيسية السائدة اليوم في مواقع التواصل الاجتماعي التي يفترض أن تقوم بتغطية تلك الأحداث بحيادية ودقة ومصادقية²، كما وينتج عن عملية الاستطلاع ومراقبة البيئة التي تقوم بها وسائل الإعلام تحقيق الوظيفة الإخبارية، التي تختص بإمداد القراء بالأخبار والتي يشترط أن يحصل عليها كمادة إخبارية صرفة، لا يجوز التحريف فيها أو التغيير وذلك يستلزم احترام قدسية الخبر³.

والتعامل الصحيح مع المعلومات والبيانات والصور والحقائق والآراء والتعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئة القومية والدولية والتصرف تجاهها عن علم ومعرفة والوصول إلى وضع يمكن من اتخاذ القرارات الصائبة⁴.

5- وظيفة الإعلام والتعليم: الإعلام والتعليم وظيفتان تكمل كل منهما الأخرى. ففي حين تقدم وظيفة الإعلام للمرء المعلومات التي يستفيد منها في حياته، ماديا أو فكريا أو اجتماعيا، فإن التعليم في حقيقته وظيفة تقدم له نوع من المعلومات المنهجية التي تستخدم، أما لتدعيم عملية التعليم الرسمي، أو تقدم معلومات تكسب مهارات جديدة في إدارة التعليم الغير الرسمي.

وإذا كانت المدرسة تقوم بمهمتها تلك عن طريق الهيئة التعليمية والكتاب، فإن توجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر وغير مباشر على سواء عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة ومحتوى، ازداد تأثيرها.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي مصدر مهما من مصادر محو الأمية الثقافية ومصدرا من مصادر التعليم الغير النظامي بما تقوم به من دور في التربية والتعليم والتثقيف وحمل ونقل التراث الثقافي للأمة من جيل إلى جيل كما وتقوم بدور الرقيب الاجتماعي، ومن شأن وسائل الاتصال أن تقلل من حدة الفوارق الثقافية بين فئات المجتمع المختلفة، وأن تحدث تجانس فكريا بواسطة ما تقدمه من معلومات.

وإذا كانت المسؤولية التربوية، ولاسيما على المستوى الجامعي، معنية بتوليد المعرفة وإنتاجها، فإن حقل التربية والإعلام معنيان بنشر المعرفة وتحليلها ونقدها من أجل إدماجها في نسيج ثقافة المجتمع، من أجل قيام هذين الحقلين بمسؤوليتهما المعرفية فإن ذلك يتطلب حرية واسعة لجمع المعلومات والبحث والعرض والتعبير⁵.

¹ - د- صالح خليل ابوصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار مجدلاوي، عمان، ط5، 2006، ص207-208.

² - د- فواز منصور الحكيم: سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، مرجع سابق، ص33.

³ - د- محمود علم الدين: مقدمة في الصحافة، مرجع سابق، ص210.

⁴ - بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2011، ص41.

⁵ - د- محمود علم الدين: مقدمة في الصحافة، مرجع سابق، ص217.

6-وظيفة الإعلان والدعاية: تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن السلع الجديدة التي تهتم المواطنين كما تقوم بدور مهم في حقول العمل والتجارة عندما تتولى الإعلان عن وجود وظائف شاغرة أو وجود موظفين مستعدين للعمل، أو عندما تتولى الإعلان عن إجراء مناقصة أو وضع التزام موضع التنفيذ. وبذلك تخدم مواقع التواصل الاجتماعي النظام الاقتصادي عن طريق ترسيخ الأوضاع الاقتصادية القائمة، والترويج لها، والسعي لإثبات فعاليتها، ففي المجتمعات الرأسمالية مثل مجتمع الولايات المتحدة يعد ذلك واحداً من أهم الوظائف المجتمعية لمواقع التواصل الاجتماعي¹. وعلى الرغم من الانتقادات العنيفة التي تتعرض لها الإعلانات في وسائل الإعلام من الأشخاص العديدين- وبعض هذه الانتقادات لها ما يبررها- إلا أن معظم الأمريكيين يعتقدون أنهم يكسبون من الإعلانات بقدر أكبر مما يخسرونه، ذلك أن خدمة النظام الاقتصادي تعد وظيفة إيجابية بدلاً من كونها تحدث آثار غير مرغوب فيها، وتستطيع مواقع التواصل الاجتماعي خدمة النظام الاقتصادي، ليس فقط عن طريق الإعلانات التي تقدمها، وإنما تتحقق هذه الخدمة عن طريق عرض الدراما، والمواقف الكوميديّة، والبرامج الوثائقية والإخبارية، والحكايات، والمنوعات، إذ تروج هذه الأعمال كلها للأوضاع الاقتصادية، إن الانتقاد الرئيسي الذي يوجه الإعلانات أنها تدفع الناس إلى اقتناء أشياء ليس بحاجة إليها، وإنها تحقق أذواقاً متشابهة لقطاعات عريضة من السكان، ولكن في واقع الأمر، فإن هذا التشابه في الأذواق هو الذي يخلق الإنتاج الجماهيري، ومن ثم يدفع عجلة الاقتصاد إلى الأمام، ويوفر مستوى أعلى من المعيشة للمجتمع². والإعلان يوفر خدمة لا تقدر بثمن لاقتصاد المؤسسات الضخمة المتعددة الشركات. ذلك أن إقحامه في قنوات الإعلام كلها و الأعمال الإبداعية يختزل قابلية الجمهور، المتدنية أصلاً، لاكتساب أي إحساس، بالمعنى الكلي للحدث أو القضية أو الموضوع المطروح.

وفي الواقع هناك عدد كبير من المحاولات لتصنيف الوظائف التي تقوم بها مواقع التواصل الاجتماعي أو نسق الاتصال في المجتمع ومن ذلك مما أسهمت به المدرسة الوظيفية ولاسيما أعمال "ميرتون ولازار سفيلد" ودراستهما حول الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام، فقد طرحا سؤالاً يدور حول الأشياء الوظيفية والغير وظيفية التي تنهض بها وسائل الإعلام في المجتمع وتوصلا إلى أن هناك ثلاث وظائف هي³:

¹- بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص52.

²- د- حسن عماد مكاوي-د.إيلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص78-79.

³- د- طارق الخلفي، سياسات الإعلام المجتمعي، دار النهضة العربية، بيروت، 2010، ص35.

الوظيفة الأولى: منح المكانة الوضع الاجتماعي أو الهوية للأفراد و السياسات و يبرز ذلك حين الأفراد الانتباه من جانب مواقع التواصل الاجتماعي كالمترشحين السياسيين و حملاتهم مثلا، وكذلك منح الشرعية حيث تعرضهم وسائل الإعلام بالمظهر اللائق.

الوظيفة الثانية: وضع المعايير الاجتماعية موضع التنفيذ عن طريق عرض المستويات الخلقية إذ تستطيع بذلك مواقع التواصل الاجتماعي أن تحث الأفراد على الفعل المنظم.

الوظيفة الثالثة: مواقع التواصل الاجتماعي قادرة على أن تبقى جماهير متعددة متماشية مع أحداث العالم، كما يمكن أن تمدهم بالآراء، ولكنها تؤدي كذلك إلى تكريس وقت اقل لفعل أي شيء يتعلق بتلك الأحداث، أي أنها تشيع اللامبالاة و الجمود.

وتقوم مواقع التواصل الاجتماعي بوظيفة تغيير هيكل القوة في المجتمع وذلك عن طريق نقل المعارف والمعلومات إلى الجماهير إذ يصبح الشخص الذي يملك المعلومات أكثر أهمية في المجتمع وتساعد على خلق الإحساس بالوطنية، فضلا عن جعل المواطنين يتعرفون على أهميتهم وقيمتهم مما قد يؤدي إلى زيادة نشاطهم السياسي. كما تسهل وسائل الاتصال مهمة التخطيط وتنفيذ البرامج التنموية ذات العلاقة بحاجات المواطنين وبذلك تجعل من عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية عملية ذاتية دائمة¹.

2-3-3- الوظيفة التواصلية لمواقع التواصل الاجتماعي:

الوظيفة الاتصالية ترتبط ارتباطا وثيقا بالوسيلة الاتصالية والمحتوى الاتصالي إذ يجب التمييز بين المحتوى الاتصالي الذي تعرضه مواقع التواصل الاجتماعي ، وبين خصائص الوسيلة نفسها فهناك بعض الوظائف ترتبط تماما بمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي ووظائف أخرى ترتبط بنوع الوسيلة المستخدمة، أو بظروف الاستخدام وليس بالمحتوى. فعلى سبيل المثال حينما نتحدث عن وظيفة (توجيه التصويت الانتخابي) في أخبار الصحف أو التلفزيون نلاحظ الاهتمام بتقديم معلومات عن الدوائر الانتخابية، والقضايا المثارة، ونوعية المترشحين، مما يساعدنا في تحديد كيف نمارس التصويت الانتخابي، وفي هذه الحالة يكون المحتوى أكثر اهتماما من الوسيلة أو الشكل، وفي المقابل عند الرغبة في مشاهدة الأفلام السينمائية بدور العرض السينمائي، نلاحظ أن الاهتمام قد يتجاوز المحتوى إلى الشكل و أسلوب الاستخدام، إذ تكتسب قاعدة العرض السينمائي أهمية أكبر، ويزداد الاهتمام بضخامة حجم الشاشة،

¹ - غوران هديرو، الاتصال والتغير الاجتماعي في الدول النامية، نظرة نقدية، ترجمة محمد ناجي الجهر، دار الشؤون الثقافية، بغداد، 1991، ص29.

وجمال الديكور، وتغاضي عن العصور أو التواريخ، وفي هذه الحالة قد تحظى الوسيلة باهتمام أكبر من المحتوى المعروض¹.

وقد تبين للباحث أن تعريف الوظيفة الاتصالية: هي الدور الذي تقوم به كل من الوسيلة الاتصالية (مواقع التواصل الاجتماعي) والمحتوى الاتصالي لربط مجموعة من أفراد المجتمع مع بعضهم عن طريق قضية تحاول أن تكسبها اهتماما يدفع المتلقي للمشاركة، وتعتمد فاعلية هذه الوظيفة على نوع الوسيلة ومقدرتها على (التشبيك) أو الربط وهذا يتطلب منها سمات خاصة تمكنها من إيصال المحتوى الاتصالي إلى مجموعة من المتلقين بالسرعة الممكنة والجودة العالية دون أن يؤثر على الوظائف الأخرى للاتصال، كما أن الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي تكون أكثر فاعلية وتأثيرا فقد مكنت التطورات السريعة والكبيرة في هذا المجال إلى تقليص المسافات ضمن مفهوم **العولمة الرقمية** * كما حظيت الاتصالات الالكترونية باهتمام كبير لأنها غيرت من شكل ونوع العلاقات التبادلية بين أفراد المجتمع، فنحن نعيش في مجتمع عالمي لا يمكن تجاهل الطرف الآخر فيه أو نكون بمعزل عن مشاكلهم وأوضاعهم وبذلك اوجد طرقا بديلة للحياة، وقد قال تومسون "أن شبكة الاتصالات الجديدة زادت من إمكانية التدفق العالمي للعلوم والمعارف وأوجدت رؤيا جديدة للعالم إضافة لذلك ساعدت في الاستجابة التبادلية للاتصال".

إن تكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت بشكل كبير على خلق تحولات في عالمنا وأوجدت طرقا فاعلة لربط الأفراد ونقل ثقافات المجتمعات فالدور الذي يؤديه التطور التكنولوجي في الوسيلة الاتصالية يدفع بشكل ايجابي المحتوى الاتصالي ليكون أكثر ملائمة معه كما وينمي القابليات الاتصالية لطرفي الاتصال "المرسل" والمستقبل فلا يمكن التمييز بينهما وذلك للترابط المنظم للمكونات الاتصالية بشكل دقيق غير منظور.

إن عملية التوظيف المدروس لمواقع التواصل الاجتماعي يزيد من دورها في المجتمع فطبيعة التعامل مع التكنولوجيا الحديثة بشكل منظم يساعد على تقليص المسافة بين الوظيفة التي تؤديها الوسيلة ومقدار التأثير المطلوب إحداثه².

¹ - د. حسن عماد مكايي-د- ليلي حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، مرجع سابق، ص 67-68.
* **العولمة الرقمية**: وهي عملية تكثيف المجتمعات وتضييق الفجوة المعرفية وزيادة الوعي للأفراد ضمن نطاق عال من الحرية توفرها التكنولوجيا الرقمية للاتصالات متمثلة بالانترنت وأدواته المختلفة التي تعمل على جعل العالم شاشة صغيرة تبحر عن طريق إلى عوالم مختلفة وتشارك في محتويات متنوعة فهي بذلك تجمع الثقافات وتربط الأفراد في المجتمعات المختلفة بروابط افتراضية عبر شبكة الانترنت، وهناك مجالات مختلفة لهذه العولمة منها الاقتصادية والسياسية وغيرها.

² - Deanna Zandt. "Share This! How you will change the world with Social networking" , Berrett-koeblerPublishers,Inc.San Francisco,(2010). p 132

الخلاصة:

نظرا للخدمات المتعددة التي أتاحتها مواقع الشبكات الاجتماعية وتجسيدها القوي لمفهوم المجتمع الافتراضي الذي أصبح الأفراد يمارسون من خلالها مختلف الأدوار، الأمر الذي دفعهم إلى الاندماج بشكل كبير في هذا المجتمع الافتراضي وبالتالي الانسحاب من المجتمع المادي، فكان للشبكات الاجتماعية دور كبير في تشكيل المجتمعات الافتراضية، وبالتالي بروز العلاقات الاجتماعية الافتراضية التي تختلف عن نظيرتها في الواقع بدءا من طبيعة الاتصال ونوعه ووصولاً إلى البيئة التي تنشأ فيها هذه العلاقات و المجتمع الذي تتفاعل ضمن كيانه.

الجانب الميداني

للدراسة

الفصل الثالث

الإطار المنهجي

الميداني

تمهيد:

بعد استعراضنا في الفصل الثاني لماهية المجتمع الافتراضي من حيث نشأته ودوافع ومقومات ظهوره، وكذا التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " من حيث مفهومه ونشأته ومميزاته وأسباب ودوافع استخدام هذا الموقع، والتعرف أيضا على الوظيفة التواصلية لمواقع التواصل الاجتماعي. وبهذا حاولنا في هذه الورقة تسليط الضوء على الجزء المنهجي الميداني من البحث والذي يقتضي إتباع خطوات منهجية مضبوطة والسير في إطارها من أجل تقديم الحلول الموضوعية لإشكالية البحث والوصول إلى نتائج دقيقة.

3-1- منهج الدراسة :

تندرج هذه الدراسة حول الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي ضمن الدراسات الميدانية، التي تهدف من خلالها إلى إظهار عادات وأنماط (دوافع وأهمية) 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 والذي نقصد به تلك الطريقة التي يعتمد عليها الباحثون في الحصول على المعلومات الوافية على الواقع الاجتماعي¹. ويمكن تعريفه أيضاً بأنه طريقة للتحليل و التفسير بشكل علمي من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية أو مشكلة اجتماعية ، ويعتقد الكاتب نفسه بان المسح الاجتماعي يمكن أن يتضمن عدة عمليات كتحديد الفرض 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 وعملية².

ويرى آخرون أن المنهج الوصفي يعتبر طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة³. لهذا يعتبر المنهج الوصفي أكثر ملائمة للكشف عن حقيقة الظاهرة و إبراز حقائقها، من خلال التعرف عليها كميًا وكيفيًا من أجل استخلاص و الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها .

فدراستنا تهدف إلى وصف الوظيفة الاتصالية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" عند طلبة جامعة خميس مليانة كما هي في الواقع من خلال استخدام أدوات البحث التي يمكن استعمالها في المنهج الوصفي مع التعبير عنها كميًا وكيفيًا، من خلال تحويل إجابات المبحوثين إلى أرقام في جداول إحصائية، التي تقيدها في تحليل وتفسير البيانات التي تدل على الملاحظات أي السلوكيات الاتصالية للطلبة أثناء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، و هي عبارة عن مؤشرات دالة عن الواقع المدروس الذي يسعى في فهم الوظيفة الاتصالية التي توفرها منصات الفيس بوك.

¹- عامر قنديلجين، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية و الالكترونية، دار اليازوري العلمية لنشر و التوزيع، عمان-الأردن، 2007، ص129.

²- سمير نعيم احمد، المنهج العلمي في البحوث الاجتماعية، مكتبة سعيد رأفت، القاهرة ط4، 1987، ص157.

³- عمار بوحوش- محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، دار المطبوعات الجامعية، بن عكنون-الجزائر، ط4، 2007، ص139.

3-2- 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 لا بد 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 المبحوث¹.

وهي إحدى أدوات البحث العلمي والتي 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 الوظائف الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي كعنصر مهم في العملية الاتصالية. فبعض الملاحظات سهلت علينا اختيار ما يتطابق حقيقتنا 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 تحويه 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 وفقاً لرؤيته، هادفاً

¹ - ربحي مصطفى عليان، طرق جمع البيانات والمعلومات لأغراض البحث العلمي، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2009، ص67.

بذلك جمع المعلومات الرقمية أو الوصفية عن عينة من الأفراد، يقوم الباحث باختيارها حسب طبيعة الدراسة¹.

وتستخدم الاستمارة غالباً 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 وأهميتها وتحفيز المبحوث إلى الإجابة
- إرشادات والتوجيهات وأيضاً 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.

واستخدماً في دراستنا هاته على الاستبيان الإلكتروني "online questionnaire" باعتبارها أحد الطرق التي يمكن استخدامها لتوزيع الاستبيانات والتي تكون غالباً منشورة على موقع ما بأنها طريقة سريعة جداً لعرض المعلومات للزائر أو المستهدف والحصول على إجابات منه في مدة قصيرة²، أما سبب استخدامنا لاستبيان الإلكتروني هو لظروف الصحية التي تمر بها البلاد (جائحة كورونا)، التي منعتنا بالاتصال المباشر بالمبحوثين، وقد مرت عملية انجاز هذه الاستمارة بعدة مراحل يمكن حصرها فيما يلي:

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.

حيث اعتمدنا على استمارة تحتوي على 36 سؤال موجهة إلى المبحوثين بهدف الإجابة على التساؤل الرئيسي وعلى تساؤلات الدراسة، وعليه احتوت الاستمارة فضلاً عن المحور الأول المتعلق بالبيانات العامة وهي الجنس والسن و...، والتي تهدف هذه الأسئلة إلى التعرف عن سمات عينة البحث وخبراتهم وبناءً على الإشكالية الدراسة وتساؤلاتها ارتأينا تقسيم الاستمارة في قسمنا الثاني إلى المحاور التالية :

¹ - ماجد محمد الخياط ، أساليب البحث العلمي، دار راية للنشر، عمان، الأردن، ط1، 2001، ص119.

² - <http://educad.me/34> /الاستبيانات-الإلكترونية/ 12/05/2020، ساعة 17:55.

المحور الأول: يضم 12 سؤالاً مكوناً من أسئلة مختلفة النوع بين مفتوحة ومغلقة والهدف منها معرفة دوافع القيام بعملية التواصل عبر موقع "الفييس بوك" لدى المبحوثين.

المحور الثاني: يضم 08 أسئلة متنوعة بين أسئلة مغلقة ومفتوحة والهدف منها معرفة المحتوى الاتصالي أثناء التواصل عبر موقع الفييس بوك لدى المبحوثين.

المحور الثالث: ويضم أيضاً 13 سؤالاً مغلقاً ومفتوحاً والهدف منه جمع معلومات ومعرفة مدى تحقيق رغبات و إشباعات المبحوثين الناتجة عن التواصل مع الأشخاص في موقع الفييس بوك.

3-3- عينة الدراسة وكيفية اختيارها:

من المعلوم انه لا تخضع عملية استخدام العينة إلى مزاج الباحث بل إلى أصول علمية تساعد في تحديد أسلوب العينة ، الذي سيكون أكثر ملائمة للظاهرة محل الدراسة، " وتعرف العينة بأنها منهج يستند إلى الطريقة الإحصائية للحكم على عدد محدد من الظواهر باعتبارها عينة ممثلة لمجتمع البحث...¹ ". ويمكن تعريف العينة بشكل مبسط أكثر، بأنها مجموعة من الأفراد مختارة من مجتمع البحث على أسس علمية واضحة، وتأخذ أشكالاً مختلفة بناءً 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 منه².

ونظراً لضخامة مجتمع البحث "مجتمع طلبة جامعة خميس مليانة" فقد تطلبت الدراسة استخدام أسلوب المعاينة، وقبل تحديد نوع العينة التي نعتمدها في الدراسة فيجب معرفة إذا كان هناك التجانس في المجتمع الأصلي للدراسة الذي يساعد على تحديد نوع وحجم العينة التي يريد الباحث دراستها، وبما أن مجتمع الأصلي في دراستنا هو طلبة جامعة خميس مليانة، أي انه في حالة تجانس من حيث بعض المتغيرات كالسن والمستوى الدراسي المتقارب و الغاية التي جاء من اجلها، والمعروفة لدى الباحث وفي هذا النوع نجد أسلوب المعاينة الاحتمالية التي تتضمن عدة أنواع من العينات.

ونظراً لصعوبة القيام بمسح شامل لمجتمع البحث "كل طلبة جامعة خميس مليانة" 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

¹- عامر مصباح ، منهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام ، دار المطبوعات الجامعية، بن عكنون – الجزائر، 2008، ص211.

²- محمد محمود ربيع، مناهج البحث في العلوم السياسية، مكتبة الفلاح، الكويت، 1987، ص63-64.

على كل مجتمع البحث، و في دراستنا اعتمدنا على المعاينة الغير احتمالية وهي المعاينة التي يتم اختيارها بشكل غير عشوائي...¹، وعلى هذا الأساس قد اخترنا العينة الغرضية أو المقصودة ذلك بناء على معرفتنا بمجتمع البحث، وطبيعة الدراسة، ويقصد بها التعمد والقصد في انتقاء عينة معينة للدراسة، ويعرف أيضا إنها العينة التي يقرر الباحث مقدا مفرداتها، والمعيار الذي اعتمدنا عليه في دراستنا في اختيار نوع العينة هو متغير وحيد الذي يتمثل في نوع التخصص هو طلبة قسم الإعلام والاتصال بكل المستويات الذين بإرادتهم قرروا الإجابة على أسئلة الاستمارة.

3-4- 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 إحصائيا و تحليلها وتفسيرها.

وقد تم استخدام مجموعة من الأدوات وهي:

- البرنامج الإحصائي SPSS.
- الجداول الإحصائية.

3-5- 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 خميس مليانة .

ب- **المجال الزمني:** تتعلق بالحيز الزمني الذي سوف تتم فيه الدراسة، التي بدأت من شهر أكتوبر لسنة

2019 إلى غاية افريل من سنة 2020، بحيث انقسمت هذه الفترة إلى 3 مراحل وهي :

- المرحلة الاستطلاعية أثناء بناء فكرة الموضوع و الإشكالية.

- مرحلة توزيع الاستمارة.

- مرحلة جمع وتحليل البيانات والمعلومات.

¹ - عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية و الالكترونية، مرجع سابق، ص189.

3-6- المقاربة النظرية المستخدمة:

نظرية الاستخدامات والاشباعات 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 نسبيًا صفة العمق والشمول لدراستنا، وذلك من خلال الاستفادة من التراكم المعرفي ومن ثم توجيه مسارنا في العمل التطبيقي من خلال تحديد التساؤلات تحديداً واضحاً، ونظراً إلى أن موضوعنا حول الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعية لطلبة جامعة خميس مليانة فإننا رأينا أنه من الأنسب أن نستند على نظرية الاستخدامات والاشباعات أملاً في الوصول إلى نتائج أكثر دقة ووضوحاً، 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 الاشباعات التي يحققها موقع الفيس بوك ومدى الاستفادة منه في التحصيل الدراسي وقد طبق نموذج الاستخدامات والاشباعات في هذه الدراسة للتعرف على الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك نموذجاً" بالنسبة لطلبة جامعة الجليلي بونعامية، وذلك لتفسير الحاجات والدوافع وراء استخدامه، والاشباعات 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.

الفصل الرابع

تحليل وتفسير جداول

البيانات

تمهيد:

يعتبر الجانب الميداني من أهم جوانب البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية الذي يستهدف جمع كافة البيانات الأولية من مجتمع البحث، والتي تساهم هي الأخرى في تحقيق أهداف الدراسة. يتناول هذا الجزء من دراستنا، تحليل بيانات الدراسة الميدانية استنادا للمعطيات المتحصل عليها من استمارات الاستبيان التي تم توزيعها على المبحوثين، وللتحقق من الصحة أو الخطأ ما افترضناه في هذه الدراسة كان لابد من الوصول إلى مرحلة عرض النتائج الكمية عن طريق الجداول بحيث يمكن قراءتها وتفسير نتائجها، ولهذا الغرض يأتي هذا الفصل بهدف تحليل جداول البيانات العامة للمبحوثين ثم يليها تحليل جداول البيانات الخاصة بالفرضية الأولى والثانية والثالثة، ثم عرض نتائج كل فرضية، وأخيرا استخلاص النتائج العامة التي توصلنا إليها.

4-1- تحليل وتفسير جداول البيانات العامة الخاصة للمبحوثين:**الجدول رقم (01): توزيع عينة البحث حسب الجنس**

النسبة	التكرار	الجنس
43%	43	ذكر
57%	57	أنثى
100%	100	المجموع

يوضح الجدول رقم (01) توزيع المبحوثين عينة الدراسة ضمن العينة المختارة والذي بلغ إجمالي عددها (100) طالبا وطالبة توزعوا حسب الجنس إلى (57) مبحثا من الإناث بلغت نسبتهن (57%) مقابل (43) من الذكور بلغت نسبتهم (43%) من إجمالي العينة. ولعل ذلك راجع إلى إقبال الإناث بكثرة على الشبكات الاجتماعية وذلك للترفيه ومعرفة أمور الطبخ والمواضات والبحث العلمي وغير ذلك، بينما تمضية الوقت من قبل الذكور من خلال الشبكات الاجتماعية في ملاء وقت الفراغ ومعرفة آخر الأخبار الرياضية وغيرها...

4-2- تحليل وتفسير جداول البيانات الخاصة بالفرضية الأولى:**الجدول رقم (02): يبين نوع مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة لدى المبحوثين**

النسبة	التكرار	نوع المواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة
63%	63	الفيس بوك
5%	5	تويتر
8%	8	البريد الإلكتروني
24%	24	الإنستغرام
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (02) والذي يمثل نوع مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة لدى المبحوثين أن الفيس بوك قد جاء في المرتبة الأولى بنسبة (63%)، ثم في المرتبة الثانية الانستغرام بنسبة (24%)، وكذلك جاء البريد الإلكتروني في المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (8%)، يليه في المرتبة الأخيرة التويتر بنسبة (5%).

كما تسنى لنا من خلال البيانات الإحصائية للجدول أن أغلبية إجابات المبحوثين اتفقوا على اختيار الفيس بوك باعتباره فضاء يلبي احتياجاتهم و رغباتهم لتقديمه عدة مزايا و خدمات جعلته القبله الأولى لهم، كما أن استخدامه بصفة دائمة جعلهم غير قادرين على التخلي عليه وذلك بسبب التعود عليه فهو واسع الانتشار ومتنوع الخدمات والمميزات، وهذا لا ينفي أهمية المواقع الأخرى بأخذها نصيبا من الأهمية كونها تزود المستخدم بفيديوهات حصرية ومقاطع من الفيديوهات وغيرها...

الجدول رقم(03): يبين عدد السنوات استخدام المبحوثين لموقع الفيس بوك

عدد السنوات استخدام المبحوثين لموقع الفيس بوك	التكرار	النسبة
أقل من سنة	3	3%
من سنة إلى سنتين	10	10%
من 3 إلى 4 سنوات	21	21%
5سنوات فما فوق	66	66%
المجموع	100	100%

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه يتضح لنا أن معظم المبحوثين يستخدمون الفيس بوك أكثر من 5 سنوات حيث قدرت النسبة بـ (66%)، تليها نسبة (21%) يستخدمون الفيس بوك من 3 إلى 4 سنوات، في حين يستخدمه مبحوثين آخرين منذ سنة إلى سنتين بنسبة (10%)، أما الذين يستخدمونه منذ أقل من سنة فنسبتهم تقدر بـ (3%).

ومن خلال هذا يمكن القول أن معظم المبحوثين بدؤوا التعامل مع الفيس بوك منذ 5 سنوات وهذا يمكن إرجاعه إلى الانتشار الواسع للموقع في الآونة الأخيرة في جميع أنحاء العالم وفي جميع المجالات، ولتقديمه عدة مزايا وخدمات متنوعة، وباعتباره الأكثر استخداما و تأثيرا على مستوى واسع النطاق و لأهميته كموقع تواصل مهم لدى الطلبة الجامعيين، والتسهيل عليهم في عملية التفاعل مع الآخرين بشكل كبير.

الجدول رقم(04): يبين حجم استخدام المبحوثين للفيس بوك في اليوم حسب الجنس

المجموع		الجنس				حجم استخدام المبحوثين للفيس بوك في اليوم
		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%3	3	%2	2	%1	1	نادرا
%65	65	%42	42	%23	23	قليلا
%32	32	%13	13	%19	19	كثيرا
%100	100	%57	57	%43	43	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (04) الذي يمثل حجم استخدام المبحوثين للفيس بوك في اليوم حسب الجنس أن غالبية العينة يستخدمون الفيس بوك قليلا بنسبة (65%)، وبنسبة (32%) كثيرا، و (3%) نادرا.

وهذا ما يفسر قلة استخدام المبحوثين للفيس بوك في اليوم لعدم توفرهم للوقت، وعدم ارتباطهم به نظرا لانشغالهم اليومي بمواقيت الدراسة وعدم توفر الانترنت بالهواتف في الجامعة. أما حسب متغير الجنس فنلاحظ أن نسبة الإناث التي تستخدم موقع الفيس بوك قليلا هي (42%) تقابلها نسبة (23%) عند الذكور، ويستخدمه الذكور كثيرا بنسبة (19%)، وعند الإناث (13%)، بينما نسبة الذكور التي تستخدم الفيس بوك نادرا هي (01%)، ونسبة (02%) عند الإناث. ومنه نستنتج أن استخدام المبحوثين للفيس بوك في اليوم لكلا الجنسين قليلا لانشغالهم الدراسي، وعدم توفر الوقت الكافي لاستخدامه.

الجدول رقم(05): يبين سبب اختيار المبحوثين للأشخاص للتواصل معهم عبر الفيس بوك

النسبة	التكرار	سبب اختيار المبحوثين للأشخاص للتواصل معهم عبر الفيس بوك
37%	37	القراءة
22%	22	زملاء الدراسة
21%	21	الاهتمام المشترك
20%	20	المستوى العلمي والثقافي
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (05) الذي يبين سبب اختيار المبحوثين للأشخاص للتواصل معهم عبر الفيس بوك، نجد أن أعلى نسبة كانت للقراءة قدرت بـ (37%)، تليها زملاء الدراسة بـ (22%)، ويليهما أيضا الاهتمام المشترك بنسبة (21%)، ثم المستوى العلمي و الثقافي بنسبة (20%) بالترتيب. ومن خلال هذا يمكن تفسير ذلك إلى أن لكل مبحث خصوصيته في اختيار الأشخاص المرغوبين في التواصل معهم، فهناك من يتفاعل مع الأقران كما لاحظناها جاءت بأعلى نسبة قدرت بـ (37%) ويكون ذلك من خلال نشر الصور الشخصية بين أفراد العائلة وتبادل المعلومات والأخبار فيما بينهم، لأن أكثرية المبحوثين يحبون أن تكون صفحاتهم شخصية للأقرباء فقط ولا يطلع عليها إلا من يسمحون له بذلك.

الجدول رقم(06): يبين مدى أهمية الفيس بوك لدى المبحوثين

النسبة	التكرار	أهمية الفيس بوك لدى المبحوثين
13%	13	غير مهم
65%	65	مهم
22%	22	مهم جدا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) مدى أهمية الفيس بوك لدى المبحوثين، حيث نجد أكبر نسبة قدرت بـ (65%) يعتبرونه مهم، في حين (22%) من المبحوثين من يعتبرونه مهما جدا بالنسبة لهم، وفي الأخير نجد أن نسبة (13%) من الطلبة قالوا أنه غير مهم لهم.

فمن خلال النتائج يتضح أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يعتبرون الفيس بوك مهم لهم وقد يكون هذا راجع إلى سهولة استخدامه وامتيازه بالبساطة و التقنية العالية والجودة في تلبية كل ما يحتاجه الطلبة وإشباع رغباتهم.

الجدول رقم(07): يبين رأي المبحوثين حول سهولة التفاعل للفيس بوك مقارنة بالمواقع التواصلية الأخرى.

سهولة التفاعل للفيس بوك مقارنة بالمواقع التواصلية الأخرى	التكرار	النسبة
نعم	93	93%
لا	7	7%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (07) رأي المبحوثين حول سهولة التفاعل للفيس بوك مقارنة بالمواقع التواصلية الأخرى، حيث يتضح لنا أن (93%) من أفراد العينة يرون أن موقع الفيس بوك سهل عليهم التفاعل مع الآخرين مقارنة بالمواقع التواصلية الأخرى، في حين (07%) من قالوا عكس ذلك ولا يرونه موقعا سهلا عليهم التفاعل مع الآخرين بالمقارنة مع المواقع التواصلية الأخرى.

من خلال هذه النتائج نستنتج أن أغلب الطلبة يرون أن موقع الفيس بزك سهل عليهم التفاعل مع الآخرين مقارنة بالمواقع التواصلية الأخرى وقدرت نسبتهم بـ(93%)، وهذا راجع للمزايا التي يمتلكها هذا الموقع عن باقي المواقع الأخرى ومنها: حذف المشاركات و الرسائل القديمة المحرجة دفعة واحدة، التواصل والحصول على معلومات حيث يوفر الفيس بوك وسيلة اتصال فعالة عن باقي الوسائل بين مستخدميهم وطريقا رائعا لتبادل المعلومات بمختلف أنواعها وذلك من خلال استخدامهم للرسائل أو المشاركات أو حتى التعليقات الموجودة على موقع الفيس بوك، كذلك الأعمال والمال فهو يتيح فرصة كبيرة لعمل دعاية لأولئك الأشخاص الذين يرغبون في القيام بمشاريع وأنشطة تجارية صغيرة لكنهم غير قادرين على دفع تكاليف الإعلانات والدعاية لهذه المشاريع.

الجدول رقم(08): يبين علاقة استخدام المبحوثين للفييس بوك بالتعرف على أشخاص جدد.

النسبة	التكرار	علاقة استخدام المبحوثين للفييس بوك بالتعرف على أشخاص جدد
23%	23	نعم
77%	77	لا
100%	100	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه رقم (8) يتضح لنا أن (77%) لا يستخدمون موقع الفييس بوك من اجل التعرف على أشخاص جدد، في حين (23%) صرحوا أن الدافع الذي جعلهم يستخدمون موقع الفييس بوك هو التعرف على أشخاص جدد وتكوين علاقات جديدة.

ويمكن تفسير هذه النتائج أن أغلب أفراد العينة لا يرون أن موقع الفييس بوك موقعا للتسلية وتكوين علاقات جديدة فقط، بل يرونه موقعا علميا باعتبار أفراد العينة ينتمون إلى الطبقة المتعلمة يجب أن يكونوا ملمين بمجالات مختلفة ومنوعين للحصيلة المعرفية لديهم، ولا يستخدمون هذا الموقع بهدف التسلية أو بناء علاقات جديدة بل يستخدمونه لأغراض علمية تفيدهم في تحصيلهم العلمي والدراسي.

الجدول رقم(09): يبين عدد الأشخاص الذين يتواصل معهم المبحوثين باستمرار عبر الفييس بوك

النسبة	التكرار	الأشخاص الذين يتواصل معهم المبحوثين باستمرار عبر الفييس بوك
48%	48	اشخاص 1-5
19%	19	10-6 أشخاص
10%	10	15-11 شخص
6%	6	20-16 شخص
11%	11	25-21 شخص
6%	6	أكثر
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (09) الذي يبين عدد الأشخاص الذين يتواصلون معهم المبحوثين باستمرار عبر الفييس بوك أن أغلبية المبحوثين يمتلكون من 01 إلى 05 أشخاص عبر موقع الفييس بوك وهو ما تعبر عليه نسبة (48%)، في حين عبر ما نسبته (19%) أن لديهم من حوالي 06 إلى 10

صديق، بينما يوضح الجدول أعلاه أن (11%) تمثل نسبة من لديهم من 21 إلى 25 صديق، ونسبة (10%) من يمتلكون 11 إلى 15 صديق، وفي خامس مرتبة بنسبة قدرت بـ(6%) يتراوح عدد أصدقائهم الذين يتواصلون معهم من 16 إلى 20 شخص، في حين هناك من يمتلكون أكثر من 25 شخص وقدرت نسبتهم بـ(6%) أيضا.

ويمكن إرجاع هذه النسب إلى رغبة المبحوثين في التعرف على الأصدقاء والتفاعل معهم من مختلف الجنسيات لتبادل المعلومات والمعارف، فأغلبية المبحوثين يتراوح عدد الأشخاص الذين يتواصلون معهم من 01 إلى 05 أشخاص هذا راجع إلى رغبة البعض في الهروب من الواقع الاجتماعي ومحاولة إيجاد أشخاص بمستوى تطلعاتهم ورغباتهم، ناهيك عن حوادث الخيانة والنميمة التي تلم بعلاقات الصداقة الواقعية بما يدفع العديدين بتكثيفها على مستوى الفيس بوك والتخلي عن أصدقاء الواقع.

الجدول رقم(10): يبين دوافع المبحوثين في التواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك

النسبة	التكرار	دوافع المبحوثين في التواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك
24%	24	تعزيز الروابط الاجتماعية
14%	14	من أجل قضاء وقت الفراغ
7%	7	التعرف وتكوين علاقات مع الآخرين
12%	12	التسلية والتخلص من الملل
5%	5	الهروب من الواقع
27%	27	التزود بمعلومات وأفكار جديدة
11%	11	أخرى
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم(10) الذي يبين دوافع المبحوثين في التواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك، أن أغلبية المبحوثين يعود الدافع الأول لاستخدامهم الفيس بوك للتواصل مع الأشخاص هو التزود بمعلومات وأفكار جديدة بنسبة (27%)، والدافع الثاني هو من أجل تعزيز الروابط الاجتماعية بنسبة (24%)، والدافع الثالث هو من أجل قضاء وقت الفراغ جاء بنسبة (14%)، والدافع الرابع هو التسلية والتخلص من الملل بنسبة (12%)، في حين (11%) من لديهم دوافع غير تلك، وهناك من يرى أن التعرف وتكوين علاقات مع الآخرين هو الذي دفعهم للتواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك وقدرت

نسبتهم بـ(7%)، في حين يرى البعض أن الهروب من الواقع هو الذي جعلهم يتواصلون مع الأشخاص عبر الفيس بوك أيضا وقدرت نسبتهم بـ(5%).

ويمكن تفسير هذه النتائج أن أغلبية المبحوثين يرون أن الدافع الأول الذي جعلهم يتواصلون مع الأشخاص عبر الفيس بوك هو التزود بمعلومات وأفكار جديدة وقدرت نسبتهم بـ(27%)، أي أنهم يحصلون في موقع الفيس بوك على معلومات غير موجودة في وسائل الإعلام الأخرى مما يجذب المبحوثين لاستخدامه وقد ساعدت الحرية التي يكلفها الموقع والخصوصية المتوافرة فيه إلى كسب عدد كبير من المستخدمين الذين يحاولون نشر ما يملكون من محتوى لا يمكن نشره في وسائل الإعلام الأخرى، وهذه المعلومات لعدم توافر بعضها أو سبب الضوابط التي تحول دون نشرها تجعل من الموقع نافذة للمستخدم يطل عن طريقها للعالم وهو بذلك مفضل لاحتوائه على أخبار ومعلومات جديدة.

الجدول رقم(11): يبين مدى شعور المبحوثين بالانتماء للأشخاص المتواصل معهم عبر الفيس بوك

النسبة	التكرار	مدى شعور المبحوثين بالانتماء للأشخاص المتواصل معهم عبر الفيس بوك
13%	13	لا تشعر
68%	68	تشعر قليلا
19%	19	تشعر أكثر
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم(11) الذي يبين مدى شعور المبحوثين بالانتماء للأشخاص المتواصل معهم عبر الفيس بوك، نلاحظ أن أعلى نسبة من المبحوثين يشعرون قليلا بالانتماء وقدرت نسبتهم بـ(68%)، تليها (19%) من يشعرون بالانتماء أكثر، وأخيرا (13%) من صرحوا بعكس ذلك أي لا يشعرون بالانتماء للأشخاص المتواصل معهم عبر الفيس بوك.

ويرجع ذلك إلى أن المبحوثين يفضلون موقع الفيس بوك لامتيازته بخاصية إضافة الأصدقاء و بها يستطيع المستخدم إضافة صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك وتوسيع علاقاته مع الآخرين، وبالرغم من توفر الفيس بوك على هذه الخاصية إلا أن أغلبية المبحوثين لا يشعرون بالانتماء للأشخاص الذين يتواصلون معهم عبر الفيس بوك، وهذا راجع إلى أن أغلب المبحوثين لا يستخدمون هذا الموقع بصفة دائمة وغير مدمنين عليه لأن أغلب الطلبة لا يعتبرون موقع الفيس بوك

موقعا لتكوين العلاقات وتطويرها والتعرف على أشخاص جدد، فهناك من يعتبره موقعا علميا يساعده في الاطلاع كل ما هو جديد.

الجدول رقم(12): يبين مدى قبول المبحوثين لطلبات الصداقة لأشخاص لا يعرفونهم

النسبة	التكرار	مدى قبول المبحوثين لطلبات الصداقة لأشخاص لا يعرفونهم
49%	49	نادرا
42%	42	أحيانا
9%	9	غالبا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم(12) الذي يبين لنا مدى قبول المبحوثين لطلبات الصداقة لأشخاص لا يعرفونهم، تبين لنا أن (49%) من الطلبة أجابوا بأنهم "نادرا" ما يندفعون لقبول طلبات الصداقة لأشخاص لا يعرفونهم أي ما يعادل 49 طالب، تليها نسبة (42%) من الطلبة الذين أجابوا بـ"أحيانا" ما يندفعون لقبول طلبات الصداقة أي ما يمثل 42 طالبا، وسجلنا لدى فئة المبحوثين الذين غالبا ما يندفعون لقبول طلبات الصداقة لأشخاص لا يعرفونهم نسبة مئوية قدرت بـ(9%).

من خلال هذه النتائج نستنتج أن أغلبية الطلبة نادرا ما يندفعون لقبول طلبات الصداقة لأشخاص لا يعرفونهم وقد يرجع ذلك على أن الصديق على أرض الواقع يكون معروف الهوية و آراءه موثوقة، كما أن معظم الأفراد يدخلون إلى الموقع بأسماء مستعارة (بهوية مجهولة) هذا ما يؤدي إلى عدم الموثوقية في الأصدقاء عبر الفيس بوك، لأنهم قد ينتحلوا عدة هويات وحتى المعلومات التي يدلون بها قد تكون مشكوك فيها، فالصداقة على أرض الواقع أفضل.

الجدول رقم(13): يبين علاقة بناء المبحوثين لعلاقات شخصية عبر الفيس بوك لهم أهمية بالنسبة إليهم.

النسبة	التكرار	علاقة بناء المبحوثين لعلاقات شخصية عبر الفيس بوك لهم أهمية بالنسبة إليهم
52%	52	نعم
3%	3	لا
45%	45	أحيانا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم(13) الذي يبين لنا علاقة بناء المبحوثين لعلاقات شخصية عبر الفيس بوك لهم أهمية بالنسبة إليهم، تبين لنا أن (52%) من الطلبة أجابوا بـ "نعم" قد ساعدهم التواصل عبر الفيس بوك على بناء علاقات مع أشخاص لهم أهمية بالنسبة لهم أي ما يعادل 52 طالب، تليها نسبة (45%) من الطلبة الذين أجابوا بـ"أحيانا" بأن التواصل عبر الفيس بوك قد ساعدهم على بناء علاقات مع أشخاص لهم أهمية بالنسبة لهم أي ما يمثل 45 طالبا، وسجلنا لدى فئة المبحوثين الذين لا يساعدهم التواصل عبر الفيس بوك على بناء علاقات مع الأشخاص بنسبة مئوية قدرت بـ(3%).

من خلال ملاحظتنا للجدول رقم(13) والذي يبين لنا علاقة بناء المبحوثين لعلاقات شخصية عبر الفيس بوك لهم أهمية بالنسبة إليهم، تبين لنا أن (52%) من الطلبة كانت إجابتهم بـ"نعم" أي قد ساعدهم هذا الموقع على بناء علاقات مع أشخاص لهم أهمية بالنسبة لهم أي ما يعادل 52 طالبا، وهذا ما يدل على أن الفيس بوك قد تجاوز أسمىته وفي كونه موقعا للتواصل الاجتماعي إلى موقع لبناء علاقات تجردت من الافتراضية لتصبح واقعية جادة ومهمة في حياة الفرد، و يرجع ذلك كون الفيس بوك موقعا يمنح للأشخاص الفرصة لكشف شخصياتهم والتعبير عن أفكارهم والتعرف على بعضهم عن كثب والتقرب من بعضهم البعض، لأن الإفصاح والإدلاء غالبا ما يكون سهلا من خلف الشاشة على أن يكون وجها لوجه، فهو يسهل عليهم ذلك الالتماس العاطفي ليكونوا أقرب فأهم بالنسبة للشخص.

4-3- تحليل وتفسير جداول البيانات الخاصة بالفرضية الثانية:

الجدول رقم 14: يبين شكل المحتوى الذي يدفع المبحوثين للتواصل أكثر مع الأشخاص عبر الفيس بوك

النسبة	التكرار	شكل المحتوى الذي يدفع المبحوثين للتواصل أكثر مع الأشخاص
13%	13	الإشعارات اليومية للأصدقاء
7%	7	الصور
25%	25	الأخبار
22%	22	رسائل نصية
5%	5	طلبات الصداقة
10%	10	الإعلانات
12%	12	مقاطع الفيديو
6%	6	الألعاب
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (14) والذي يبين شكل المحتوى الذي يدفع المبحوثين للتواصل أكثر مع الأشخاص عبر الفيس بوك أن المحتوى الإخباري قد جاء في المرتبة الأولى بنسبة (25%)، ثم في المرتبة الثانية الرسائل النصية بنسبة (22%)، وكذلك جاءت الإشعارات اليومية للأصدقاء في المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (13%)، يليه في المرتبة الرابعة مقاطع الفيديو بنسبة (12%)، ثم في المرتبة الخامسة الإعلانات بنسبة (10%)، ثم في المرتبة السادسة الصور بنسبة قدرت بـ (7%)، ثم المرتبة السابعة الألعاب بنسبة (6%)، وفي آخر مرتبة طلبات الصداقة بنسبة (5%).

ونلاحظ من هذا الجدول الذي يبين شكل المحتوى الذي يدفع المبحوثين للتواصل أكثر مع الأشخاص عبر الفيس بوك أن من خلال الإشعارات اليومية للأصدقاء، والصور، والأخبار، والرسائل النصية، طلبات الصداقة، الإعلانات، مقاطع الفيديو، والألعاب، كانت أعلى نسبة للأخبار ثم تليها الرسائل النصية ويمكن تفسير هذه النتائج أن أغلبية المبحوثين يسعون للتعرف على الأخبار بدافع المعرفة والحصول والتزود بكل ما هو جديد، كما هو معروف لتبادل المعلومات والاستفادة منها.

الجدول رقم(15): يبين مدى استخدام المبحوثين لمحتوى الأصدقاء كمحتوى في صفحته (الفييس بوك)

النسبة	التكرار	مدى استخدام المبحوثين لمحتوى الأصدقاء كمحتوى في صفحته
35%	35	نادرا
57%	57	أحيانا
8%	8	غالبا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم(15) الذي يبين لنا مدى استخدام المبحوثين لمحتوى الأصدقاء كمحتوى في صفحته (الفييس بوك)، يبين لنا أن (57%) من الطلبة أجابوا بأنهم "أحيانا" ما يستخدمون محتوى الأصدقاء كمحتوى في صفحتهم، تليها نسبة (35%) من الطلبة الذين أجابوا بـ "نادرا"، وسجلنا لدى فئة المبحوثين الذين غالبا ما يستخدمون محتوى الأصدقاء كمحتوى في صفحتهم نسبة مئوية قدرت بـ(8%).

كما لاحظنا من خلال هذا الجدول الذي يبين لنا مدى استخدام المبحوثين لمحتوى الأصدقاء كمحتوى في صفحته (الفييس بوك)، أن أعلى نسبة قدرت بـ (57%) هي أحيانا ما يستخدم المبحوثين لمحتوى الأصدقاء، ويمكن تفسير ذلك على مدى ثقة ما ينشر به الصديق على صفحته ومدى مصداقية تلك الأخبار التي ينشرها، أو نفس الرأي المشترك بينهم وبما في ذلك المساعدة في نشر المعلومة إن كانت مهمة بالنسبة للمستخدم ولأصدقائه أو ترويج لأفكار و مواضيع من أجل الاستغلال الايجابي بالنسبة لهم.

الجدول رقم(16): يبين نشاطات الأصدقاء التي تثير اهتمام المبحوثين عبر الفيس بوك

النسبة	التكرار	نشاطات الأصدقاء التي تثير اهتمام المبحوثين
22%	22	المشاركة بالمحتوى عن طريق التعليق والإعجاب
23%	23	تعقب ما يكتبونه وينشرونه
34%	34	المشاركة بالمعلومات المختلفة معهم
21%	21	دعوة الأصدقاء إلى الانخراط في صفحات لها اهتمامات مشتركة
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (16) والذي يبين نشاطات الأصدقاء التي تثير اهتمام المبحوثين عبر الفيس بوك قد جاءت في المرتبة الأولى المشاركة بالمعلومات المختلفة معهم بنسبة (34%)، ثم في المرتبة الثانية تعقب ما يكتبونه وينشرونه بنسبة (23%)، وكذلك تحتل المشاركة بالمحتوى عن طريق التعليق والإعجاب في المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (22%)، يليها في المرتبة الرابعة دعوة الأصدقاء إلى الانخراط في صفحات لها اهتمامات مشتركة بنسبة (21%).

فمن خلال ملاحظتنا يتضح لنا أن أعلى نسبة كانت للمشاركة بالمعلومات مع الأصدقاء بنسبة (34%)، نستنتج أن هذا النشاط يثير اهتمام المبحوثين عبر الفيس بوك وذلك راجع إلى ميلهم إلى كسب المعارف والتعلم والاستفادة من المعلومات المختلفة التي تهتمهم، باعتبار أفراد العينة ينتمون إلى الطبقة المثقفة والمتعلمة يجب أن يكونوا ملمين بمجالات مختلفة ومنوعين للحصيلة المعرفية لديهم.

الجدول رقم(17): يبين نوع المضامين المستخدمة باستمرار أثناء تواصل المبحوثين مع الأشخاص عبر الفيس بوك

النسبة	التكرار	نوع المضامين المستخدمة باستمرار أثناء تواصل المبحوثين مع الأشخاص
30%	30	الحاجة الاجتماعية
23%	23	الحاجة التعليمية
16%	16	الحاجة التثقيفية
17%	17	حاجة التسلية والترفيه
14%	14	حاجة مهنية
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (17) والذي يبين نوع المضامين المستخدمة باستمرار أثناء تواصل المبحوثين مع الأشخاص عبر الفيس بوك أن الحاجة الاجتماعية قد جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (30%)، ثم في المرتبة الثانية الحاجة تعليمية بنسبة (23%)، وكذلك جاءت حاجات التسلية والترفيه في المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (17%)، يليها في المرتبة الرابعة الحاجة التثقيفية بنسبة (16%)، وفي آخر مرتبة الحاجات المهنية بنسبة (14%).

من خلال ملاحظتنا للجدول أعلاه لنوع المضامين المستخدمة باستمرار أثناء تواصل المبحوثين مع الأشخاص عبر الفيس بوك من حاجات اجتماعية، وتعليمية، وتثقيفية...إلخ، ومن النتائج البارزة والغالبة عن الحاجة الاجتماعية، يمكن تفسير هذا بأن الشباب الجزائري يفضلون المواضيع الاجتماعية باعتبارهم فرد من أفراد المجتمع، إذ لا يمكن أن نغفل عن أهمية وتأثير الفيس بوك في عصرنا الحالي في نقل الكثير من القضايا والأمور الاجتماعية التي تنتشر بسرعة هائلة.

الجدول رقم(18): يبين دوافع استخدام المبحوثين للمضامين الاجتماعية والنفسية للتواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك

النسبة	التكرار	دوافع استخدام المبحوثين للمضامين الاجتماعية والنفسية للتواصل مع الأشخاص
12%	12	إشباع الذات
16%	16	بناء علاقات جديدة
9%	9	إفراغ الطاقة
14%	14	الإدلاء بالرأي
30%	30	التزود بالأخبار التي تخص المجتمع
13%	13	الشعور بالانتماء إلى المجتمع
6%	6	أخرى
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (18) والذي يبين دوافع استخدام المبحوثين للمضامين الاجتماعية والنفسية للتواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك قد جاءت في المرتبة الأولى التزود بالأخبار التي تخص المجتمع بنسبة (30%)، ثم في المرتبة الثانية بناء علاقات جديدة بنسبة (16%)، وكذلك الإدلاء بالرأي تحتل المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (14%)، يليها في المرتبة الرابعة الشعور بالانتماء إلى المجتمع بنسبة (13%)، وفي المرتبة الخامسة إشباع الذات بنسبة (12%)، وفي المرتبة السادسة إفراغ الطاقة قدرت نسبتها بـ(9%)، وفي آخر مرتبة هناك من قال غير ذلك بنسبة قدرت بـ(6%).

فمن خلال الجدول رقم(18) والذي بين لنا دوافع استخدام المبحوثين للمضامين الاجتماعية والنفسية للتواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك نجد أن التزود بالأخبار التي تخص المجتمع قد احتلت أعلى نسبة من بين النسب الأخرى بنسبة (30%)، وذلك راجع لحاجة الإنسان إلى معرفة ما يحصل حوله من تطورات في ظل هذه الوضعية الوبائية التي تشهدها البلاد مثلا، بالإضافة إلى حاجته إلى الاطلاع عما يحصل حوله من أحداث والتعرف على نوع التركيبة الاجتماعية التي يعيش فيها، فموقع الفيس بوك يجعل الإنسان يرى العالم حوله وهو يجلس في زاوية منزله وهنا تتحقق خاصية الفيس بوك وميزته التعليمية المعروفة كونه يجعل العالم قرية صغيرة.

الجدول رقم(19): يبين دوافع استخدام المبحوثين للمضامين التعليمية للتواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك

النسبة	التكرار	دوافع استخدام المبحوثين للمضامين التعليمية للتواصل مع الأشخاص
24%	24	المطالعة ومراجعة الدروس
26%	26	الاستفسار عن أفكار ومعلومات تخص الدراسة
30%	30	الاستفسار عن أحوال الدراسة في الجامعة
15%	15	التواصل مع الأستاذ
5%	5	أخرى
100%	100	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (19) الذي يوضح لنا بان معظم المبحوثين كانت دوافع استخدامهم للمضامين التعليمية للتواصل مع الأشخاص في الفيس بوك للاستفسار عن أحوال الدراسة في الجامعة بنسبة (30%)، تليها الاستفسار عن الأفكار و المعلومات تخص الدراسة وذلك بنسبة (26%)، ثم المطالعة و مراجعة الدروس قدرت بنسبة (24%)، تليها بنسبة (15%) من اجل التواصل مع الأستاذ، ثم تأتي الدوافع الأخرى تقدر نسبتهم ب (5%).

من خلال ملاحظتنا للجدول رقم(19) يتبين لنا أن دافع الاستفسار عن أحوال الدراسة الجامعية قد سجل أعلى نسبة قدرت ب(30%) أي ما يعادل 30 طالبا في حين تم تسجيل نسبة(26%) بالنسبة للطلبة الذين كان دافعهم الاستفسار عن أفكار ومعلومات تخص الدراسة، ونسبة(24%) كانت المطالعة ومراجعة الدروس وكانت حصة (15%) للتواصل مع الأساتذة وهذا راجع لخطورة الوضع الوبائي وصعوبة التنقل وغلغ المراكز التعليمية ومنها المكتبات مما جعل موقع الفيس بوك الوسيلة الأنجع والأسهل والسبيل الوحيد لإبقاء الطالب على أهم القرارات التي كانت تتخذ في سبيل إكمال ما تبقى من المشوار الدراسي، بالإضافة على ذلك جرت الحاجة إلى استكمال الطلبة المقبلين على التخرج لمذكراتهم والتواصل مع الأساتذة لأخذ التوجيه خلال بحثهم المقرر عليهم عن طريق التواصل معهم وتبادل الأعمال و أما الفئات الأخرى فقد ساعدها الموقع على استحضار الدروس التي تناولوها سابقا ومحاولة استرجاع المعلومات وإثرائها من خلال المطالعة والمراجعة.

الجدول رقم(20): يبين دوافع استخدام المبحوثين للمضامين التثقيفية للتواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك

النسبة	التكرار	دوافع استخدام المبحوثين للمضامين التثقيفية للتواصل مع الأشخاص
16%	16	دينية
8%	8	سياسية
7%	7	اقتصادية
22%	22	ترفيهية
13%	13	رياضية
28%	28	اجتماعية
6%	6	أخرى
100%	100	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه رقم(20) الذي يبين دوافع استخدام المبحوثين للمضامين التثقيفية للتواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك، يتضح لنا أن دوافع استخدام للمضامين التثقيفية للتواصل مع الأشخاص في الفيس بوك الدافع الاجتماعي بنسبة تقدر بـ(28%)، تليها بنسبة (22%) الدافع الترفيهي، ثم بنسبة(16%) الدافع الديني، وبنسبة تقدر بـ(13%) للدافع الرياضي، ثم تليها سياسي بنسبة تقدر بـ(8%)، ثم اقتصادية بنسبة (7%)، وفي الأخير دوافع أخرى بنسبة تقدر (6%).

ومن خلال هذه النتائج يتضح أن أغلب الطلبة يستخدمون المضامين التثقيفية للتواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك بدوافع اجتماعية، وذلك اعتمادا على حصولها أعلى نسبة قدرت بـ(28%) وقد يعود هذا لإمكانية الفيس بوك من تقليص المسافات بين المستخدمين وتسهيل عملية اكتساب المعلومات واستقبال مختلف الأخبار وبدون بذل أي مجهود يذكر.

الجدول رقم(21): يبين مدى أهمية المعلومات لدى المبحوثين التي تحصل عليها أثناء تواصله مع الأشخاص عبر الفيس بوك

أهمية المعلومات لدى المبحوثين التي تحصل عليها أثناء تواصله مع الأشخاص	التكرار	النسبة
قليلة الأهمية	14	14%
مهمة	66	66%
مهمة جدا	20	20%
المجموع	100	100%

يتبين لنا من خلال قراءتنا للجدول رقم(21) الذي يبين مدى تكون مختلف المعلومات التي تحصل عليها مهمة أثناء تواصلك مع الأصدقاء عبر موقع الفيس بوك بحيث تكون مهمة تقدر بنسبة (66%)، تليها بنسبة (20%) مهمة جدا ، ثم بنسبة تقدر بـ (14%) قليلة الأهمية. اعتمادا على النتائج المستخرجة يظهر لنا أن أكبر نسبة من المبحوثين يجدون أن المعلومات المتحصل عليها من خلال التواصل مع الأصدقاء عبر موقع الفيس بوك مهمة لهم، وقد يرجع هذا لحسن استخدامهم وتعاملهم مع هذا الموقع، وذلك من خلال تبادل الحقائق، الأفكار والآراء وكل ما هو مساعد وله فائدة في حياتهم اليومية.

4-4- تحليل وتفسير جداول البيانات الخاصة بالفرضية الثالثة

الجدول رقم(22): يبين علاقة نشر المبحوثين لخصوصيتهم عبر الفيس بوك حسب الجنس

المجموع	الجنس				نشر المبحوثين لخصوصيتهم عبر الفيس بوك	
	أنثى		ذكر			
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
32%	32	17%	17	15%	15	نادرا
50%	50	28%	28	22%	22	أحيانا
18%	18	12%	12	6%	6	غالبا
100%	100	57%	57	43%	43	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم(22) الذي يبين علاقة نشر المبحوثين لخصوصيتهم عبر الفيس بوك حسب الجنس أن غالبية العينة أحيانا ما يقومون بنشر خصوصياتهم بنسبة قدرت بـ(50%)، وبنسبة (32%) نادرا، و (18%) يقومون بذلك غالبا.

قد يكون هذا راجع لرغبتهم في الاحتفاظ ببعض الخصوصيات لأنفسهم أو في حدود معينة خارج نطاق المواقع الافتراضية، ولكن هذا لا يمنع من مشاركتهم لبعض الجوانب التي يريدون إظهارها.

أما حسب متغير الجنس فنلاحظ أن نسبة الإناث اللاتي أحيانا تقمن بنشر خصوصياتهن هي (28%) ما يقابلها بنسبة (22%) عند الذكور، كما يفضل الذكور نشر خصوصياتهم نادرا بنسبة (15%)، في حين أن نسبة الإناث تقدر بـ(17%) بينما نسبة الذكور الذين ينشرون خصوصياتهم غالبا تقدر بـ(6%) وبنسبة (12%) عند الإناث.

ومنه نستنتج أن أحيانا ما يقومون الطلبة بنشر خصوصيتهم لرغبتهم بنشر أخبارهم بعض الخصوصيات مع الأصدقاء.

الجدول رقم(23): يبين مدى شعور المبحوثين بالحاجة إلى استخدام الفيس بوك أكثر

النسبة	التكرار	مدى شعور المبحوثين بالحاجة إلى استخدام الفيس بوك أكثر
13%	13	نادرا
54%	54	أحيانا
33%	33	غالبا
100%	100	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه رقم(23) يتضح مدى شعور المبحوثين بالحاجة إلى استخدام الفيس بوك أكثر تقدر بنسبة (54%) أحيانا، ثم تليها غالبا بنسبة تقدر بـ(33%)، لتكون في المرتبة الأخيرة نادرا بنسبة تقدر بـ(13%).

ومن خلال هذه النتائج يتضح أن أغلب الطلبة أحيانا ما يشعرون بالحاجة إلى استخدام الفيس بوك بنسبة (54%) وهذا راجع لكون الأفراد يميلون لاستخدام الفيس بوك لحاجاتهم اليومية الضرورية أي يجعلونه وسيلة مهمة لقضاء حوائجهم اليومية، إلا أن البعض عكس ذلك يستخدمونه للترفيه دون التركيز على جعله ركيزة في يومياتهم أي عدم إعطائه الأهمية البالغة والذي أصبح بدوره اليوم يعتبر المحرك الأساسي في عصر التطور التكنولوجي خاصة لدى الطلبة لمساعدتهم في أعمالهم وبحوثهم.

الجدول رقم(24): يبين مدى منح الفيس بوك هامشا من الحرية للمبحوثين أثناء التواصل مقارنة بالتواصل وجها لوجه

المجموع		الجنس				مدى منح الفيس بوك هامشا من الحرية للمبحوثين أثناء التواصل مقارنة بالتواصل وجها لوجه
		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%27	27	%13	13	%14	14	نادرا
%39	39	%22	22	%17	17	أحيانا
%34	34	%22	22	%12	12	غالبا
%100	100	%57	57	%43	43	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم(24) يتضح لنا مدى منح الفيس بوك هامشا من الحرية للمبحوثين أثناء التواصل مقارنة بالتواصل وجها لوجه فالإناث نسبتها كانت مرتفعة بنسبة تقدر بـ(22%) من أحيانا وغالبا، أما بالنسبة للذكور تقدر بنسبة (17%) أحيانا، ثم تليها بالنسبة للذكور في الخانة نادرا بنسبة (14%)، أما بالنسبة للإناث تقدر بنسبة(13%)، ثم تليها نادرا بالنسبة تقدر بـ(12%).

من خلال هذه النتائج نستنتج أن أغلبية الإناث وبنسبة تقدر بـ(22%) تسعى لاستخدام الفيس بوك لأنه يمنحها هامشا من الحرية لا تجده في التواصل وجها لوجه، والسبب أيضا يعود إلى أن الإناث لاستطعن التعبير عن رأيهم أمام الفرد الآخر بكل حرية، عكس الذكور الذين هم في تواصل دائم بصفة مباشرة ولا يوجد لديهم الخجل من ناحية التعبير عن رأيهم، كما يعود السبب وراء أن الفيس بوك يقدم هامشا من الحرية بأنه لا توجد له رقابة صارمة لذا تجد معظم المستخدمين لمنصة الفيس بوك أكثر تعبيرا عن رأيهم وخاصة الإناث منهم كما تبين لنا في الجدول أعلاه.

الجدول رقم(25): يبين مدى شعور المبحوثين بالراحة والانتماء أثناء تواصلهم مع الآخرين

النسبة	التكرار	مدى شعور المبحوثين بالراحة والانتماء أثناء تواصلهم مع الآخرين
25%	25	نادرا
42%	42	أحيانا
33%	33	غالبا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم(25) الذي يبين لنا مدى شعور المبحوثين بالراحة والانتماء أثناء تواصلهم مع الآخرين وتقدر بنسبتهم بـ(42%) في الخانة التي تمثل أحيانا ، ثم تليها غالبا بنسبة تقدر بـ(33%)، وفي الأخير تليها نادرا بنسبة تقدر بـ(25%).

ومن خلال نتائج الجدول الذي يمثل نسب مدى شعور المبحوثين بالانتماء والراحة أثناء تواصلهم عبر الفيس بوك، نستنتج أن أغلبية المستخدمين أحيانا ما يشعرون بالراحة والانتماء لأن معظم المستخدمين لا يتقنون في الأشخاص المتواصلون معهم أي انعدام الثقة وأيضا عدم وجود شيء ملموس أي كل شيء افتراضي لكون وجود هويات مزيفة ما يجعل هناك تخوف في استعمال الفيس بوك والانتماء إليه والبعض الآخر يشعر بالراحة لوجود أشخاص حقيقيين في حياتهم ويتواصلون معهم عبر الفيس بوك، فيكون هذا الأخير وسيلة تقارب بينهم ولتبادل أطراف الحديث وتقريب المسافات بينهم.

الجدول رقم(26): يبين مدى تحويل المبحوثين العلاقات الافتراضية إلى علاقات حقيقية حسب الجنس

المجموع		الجنس				مدى تحويل المبحوثين العلاقات الافتراضية إلى علاقات حقيقية
		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
27%	27	18%	18	9%	9	نادرا
45%	45	20%	20	25%	25	أحيانا
28%	28	19%	19	9%	9	غالبا
100%	100	57%	57	43%	43	المجموع

من خلال لجدول أعلاه رقم(26) يتضح لنا مدى إمكانية تحويل المبحوثين العلاقات الافتراضية إلى علاقات حقيقة بالنسبة للجنس فمن ناحية الذكور كانت بنسبة تقدر بـ(25%) أحيانا، أما بالنسبة للإناث قدرت النسبة بـ(20%)، ثم تليها عند الإناث بنسبة 19% في الخانة التي تمثل غالبا، ثم تليها نادرا بنسبة تقدر بـ(18%) للإناث، أما الذكور فتقدر النسبة في نادرا وغالبا بـ(9%).

يمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه إلى أن الذكور وبنسبة جيدة تقدر بـ(25%) أنهم أكثر الأفراد الذين يمكنهم تحويل علاقاتهم الافتراضية إلى علاقات حقيقية ويعود السبب بأنهم يستطيعون الالتقاء و السفر بكل حرية من أجل التعرف على صديق معين، عكس البنات الذين كانت نسبهم اقل درجات من الذكور لأنهم لا يستطيعون أن يتقوا في الأشخاص المقابلين دون أن تكون لهم معرفة مسبقة بهم، وأيضا يعود السبب أن معظم الصفحات التي تكون للذكور تحمل معلومات صحيحة ذات اسم الشخص الحقيقي عكس البنات في مجمع الصفحات تكون مزيفة، هذا ما يجعل الذكور أكثر الأشخاص تحويلا لعلاقاتهم الافتراضية إلى علاقات حقيقية.

الجدول رقم(27): يبين مدى مساعدة الفيس بوك المبحوثين في توسيع علاقاتهم الاجتماعية حسب الجنس

المجموع	الجنس				مدى مساعدة الفيس بوك المبحوثين في توسيع علاقاتهم الاجتماعية		
	أنثى		ذكر				
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
	27%	27	14%	14	13%	13	نادرا
	39%	39	23%	23	16%	16	أحيانا
	34%	34	20%	20	14%	14	غالبا
المجموع	100%	100	57%	57	43%	43	

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول رقم(27) الذي يبين مدى مساعدة الفيس بوك للمبحوثين في توسيع علاقاتهم الاجتماعية تقدر نسبة الإناث في الخانة التي تمثل أحيانا بنسبة (23%)، أما بالنسبة للذكور فتقدر بنسبة (16%)، ثم تليها غالبا بالنسبة للإناث بـ(20%)، أما الذكور بنسبة تقدر بـ(14%)، بعدها تأتي نادرا بالنسبة للإناث بنسبة تقدر بـ(14%)، أما الذكور فالنسبة تقدر بـ(13%).

من خلال نتائج الجدول يتبين لنا أن الاتصال عبر الفيس بوك ساعد في توسيع العلاقات الاجتماعية خاصة لدى الإناث الذين قدرت نسبهم بـ(23%) عكس الذكور لان التواصل الموجود في الفيس بوك لا يكون محددًا بالمكان أو الزمان، بل مفتوحًا يمكن الجميع من التواصل عبر كافة ربوع الوطن و العالم، وذلك ما ساهم في توسيع العلاقات و الروابط الاجتماعية، خاصة لدى الإناث لأنها دائماً ما تسعى إلى التعرف على ثقافات ومختلف الحاجات لدى الأفراد.

الجدول رقم(28): يبين مدى تلبية الفيس بوك الحاجات التثقيفية للمبحوثين أثناء تواصلهم مع

الآخرين

النسبة	التكرار	مدى تلبية الفيس بوك الحاجات التثقيفية للمبحوثين أثناء تواصلهم مع الآخرين
7%	7	نادرا
58%	58	أحيانا
35%	35	غالبا
100%	100	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول رقم(28) الذي يبين لنا مدى تلبية الفيس بوك الحاجات التثقيفية للمبحوثين أثناء تواصلهم مع الآخرين، نلاحظ أن أعلى نسبة كانت لأحيانا وتقدر بـ (58%)، بينما تقدر غالبا بنسبة (35%)، لتليها بعدها نادرا في آخر مرتبة بنسبة تقدر بـ(7%).

من خلال نتائج الجدول يستنتج لنا أن موقع الفيس بوك يلبي الحاجات الثقافية أثناء التواصل مع الآخرين بحيث قدم لنا الجدول نسب جد مرتفعة قدرت بـ(58%) يؤكدون على هذا، لأن الميزة الموجودة في الفيس بوك التي تسمح لكافة الأفراد بنشر مختلف المواضيع يساعد الأشخاص التعرف على الحاجات الثقافية التي تمثل مجتمع ما، وهذا ما يجعل المتصفح يكتسب ثقافة مختلفة وكل ما يحتاجه.

الجدول رقم(29): يبين مدى تلبية موقع الفيس بوك الحاجات التعليمية للمبحوثين أثناء تواصلك مع الآخرين

إلى أي مدى يلبي موقع الفيس بوك حاجاتك التعليمية أثناء تواصلك مع الآخرين	التكرار	النسبة
نادرا	21	21%
أحيانا	56	56%
غالبا	23	23%
المجموع	100	100%

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه رقم(29) يتبين لنا مدى تلبية موقع الفيس بوك الحاجات التعليمية للمبحوثين أثناء تواصلهم مع الآخرين، تقدر نسبة أحيانا بـ(56%)، لتليها بعدها غالبا بنسبة (23%)، ثم وبنسبة تقدر بـ(21%) في نادرا.

يمكن تفسير النتائج المقدم لنا من خلال الجدول إلى أن الفيس بوك يلبي الحاجات التعليمية للمبحوثين لان الطالب باعتباره هو الشخص المبحوث يسعى دائما إلى الوصول إلى المعلومة فكانت النسبة في الجدول تقدر بـ(56%) لان موقع الفيس بوك من أكثر المواقع التي تنتشر فيه المعلومات وتتداول بين مختلف الأشخاص لذلك يعد الفيس بوك من أكثر المواقع الذي يسمع بولوج المعلومة بشكل أسرع وسهل.

الجدول رقم(30): يبين مدى تلبية موقع الفيس بوك الحاجات الترفيهية للمبحوثين أثناء تواصلهم مع الآخرين

مدى تلبية موقع الفيس بوك الحاجات الترفيهية للمبحوثين أثناء تواصلهم مع الآخرين	التكرار	النسبة
نادرا	14	14%
أحيانا	53	53%
غالبا	33	33%
المجموع	100	100%

من خلال قراءتنا للجدول رقم(30) يتضح لنا مدى تلبية موقع الفيس بوك للحاجات الترفيهية للمبحوثين أثناء تواصلهم مع الآخرين، تقدر نسبة أحيانا ب(53%)، لتليها بعدها غالبا بنسبة (33%)، ثم وينسبة تقدر ب(14%) في نادرا.

من خلال الجدول أعلاه يمكننا القول أن موقع الفيس بوك من بين أكثر المواقع التي تلي للمبحوثين الحاجات الترفيهية وذلك بنسبة تقدر ب(53%)، معظم الأشخاص الذين يستخدمون موقع الفيس بوك يكون لديهم هدف وهو البحث عن الراحة وقضاء عن تعب والإرهاق لذا يتجهون إلى الفيس بوك الذي يلبي لهم الحاجات الترفيهية من نكات وفيديوهات وغيرها من الحاجات الترفيهية لذلك يمكننا استنتاج أن الفيس بوك من أكثر المواقع التي تلي الحاجات الترفيهية للمبحوثين أثناء تواصلهم.

الجدول رقم(31): يبين مدى تلبية موقع الفيس بوك الحاجات الاجتماعية للمبحوثين أثناء تواصلهم مع الآخرين

إلى أي مدى يلبي موقع الفيس بوك حاجاتك الاجتماعية أثناء تواصلك مع الآخرين	التكرار	النسبة
نادرا	16	16%
أحيانا	53	53%
غالبا	31	31%
المجموع	100	100%

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه رقم(31) الذي يبين مدى تلبية موقع الفيس بوك الحاجات الاجتماعية للمبحوثين أثناء تواصلهم مع الآخرين، يتضح لنا مدى تلبية موقع الفيس بوك للحاجات الاجتماعية للمبحوثين أثناء تواصلهم مع الآخرين، تقدر نسبة أحيانا ب(53%)، لتليها بعدها غالبا بنسبة (31%)، وفي آخر مرتبة جاءت نادرا بنسبة تقدر ب(16%).

يمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه إلى أن موقع الفيس بوك قد لبي الحاجات الاجتماعية المختلفة لدى المبحوثين أثناء تواصلهم مع الآخرين بنسبة تقدر ب(53%) لأن لكل فرد متطلبات وحاجات يرغب بتحقيقها في حياتهم اليومية ومن بين الحاجات التي يسعى الفرد الوصول إليها هي الحاجات الاجتماعية، وباعتبار أن معظم الوقت للمبحوثين يمر في موقع الفيس بوك يدل على وصول الفرد أو المبحوث إلى غايته وخاصة الاجتماعية لذلك يعد الفيس بوك من أكثر المواقع التي تلي الحاجات الاجتماعية للمبحوث.

نتائج الدراسة

نتائج الدراسة:

أ- النتائج الجزئية للدراسة:

1_ نتائج تحليل وتفسير الفرضية الأولى: "خاصية الحوار والردشة والتفاعلية التي يختص بها موقع

الفيس بوك يزيد من سبب الاشتراك في المواقع ويدعم الوظيفة الاتصالية له بين الطلبة و الآخرين"

بعد تفرغنا وتحليلنا للبيانات وتفسيرها توصلنا إلى النتائج التالية:

- أغلبية المبحوثين اتفقوا على اختيار الفيس بوك كأكثر موقع مفضل لتواصلهم مع الأشخاص.
 - قليلا ما يستخدم الطلبة الجامعيون الفيس بوك في اليوم لتواصلهم مع الآخرين.
 - يختار المبحوثين الأشخاص الذين يتواصلون معهم على أساس القرابة.
 - يعتبر الفيس بوك الموقع الأكثر أهمية لدى المبحوثين.
 - يرى أغلبية المبحوثين أن موقع الفيس بوك يسهل عليهم التفاعل مع الآخرين مقارنة بالمواقع التواصلية الأخرى.
 - أغلب المبحوثين يجدون أن التعرف على أشخاص جدد ليس دافعا لاستخدامهم لموقع الفيس بوك.
 - عدد الأشخاص الذين يتواصل معهم المبحوثين باستمرار عبر موقع الفيس بوك هو من 1 إلى 5 أشخاص.
 - الدافع الذي جعل المبحوثين يتواصلون مع الأشخاص عبر الفيس بوك هو رغبتهم في التزود بمعلومات وأفكار جديدة.
 - يشعر المبحوثين بانتماء قليل للأشخاص الذين يتواصلون معهم.
 - أغلب المبحوثين نادرا ما يندفعون لقبول طلبات الصداقة لأشخاص لا يعرفونهم.
 - ساعد التواصل عبر الفيس بوك أغلب المبحوثين على بناء علاقات مع أشخاص لهم أهمية بالنسبة لهم.
 - المحتوى الذي يدفع أغلبية المبحوثين للتواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك هو الأخبار.
- #### 2- نتائج تحليل وتفسير الفرضية الثانية: "يغلب على المحتوى الاتصالي أثناء استخدام الطلبة لمنصات
- الفيس بوك الحاجات الاجتماعية والأكاديمية التعليمية والمعرفية"، تمثلت في:
- أحيانا ما يستخدم الطلبة محتوى الأصدقاء كمحتوى في صفحاتهم.
 - نشاطات الأصدقاء التي تثير اهتمام أغلب الطلبة هي المشاركة بالمعلومات المختلفة معهم.

- أغلب المبحوثين يستخدمون المضامين الاجتماعية باستمرار أثناء تواصلهم مع الأشخاص في الفيس بوك.
- أغلب الطلبة يستخدمون المضامين الاجتماعية والنفسية للتواصل مع الأشخاص في الفيس بوك بدافع التزود بالأخبار التي تخص المجتمع.
- دوافع استخدام المبحوثين للمضامين التعليمية للتواصل مع الأشخاص عبر الفيس بوك هي الاستفسار عن أحوال الدراسة في الجامعة.
- أغلب المبحوثين يستخدمون المضامين التثقيفية للتواصل مع الأشخاص في الفيس بوك بدوافع اجتماعية.
- تعتبر مختلف المعلومات التي يحصل عليها الطلبة أثناء تواصلهم مع الأصدقاء عبر موقع الفيس بوك مهمة لدى أغلبهم.
- غالبية المبحوثين أحيانا ما يقومون بنشر خصوصياتهم.
- 3- نتائج تحليل وتفسير الفرضية الثالثة:** "الاستخدام لموقع الفيس بوك بشكل يومي وبرغبة التواصل يدل على تحقق مختلف الاشباعات لدى الطلبة"، وتمثلت في:
 - أغلب المبحوثين أحيانا ما يشعرون بالحاجة إلى استخدام الفيس بوك أكثر.
 - أغلب الطلبة يجدون أن أحيانا ما يمنحهم الفيس بوك هامشا من الحرية والذي لا يجدونه في التواصل وجها لوجه.
 - غالبية المبحوثين أحيانا ما يشعرون بالراحة والانتماء أثناء تواصلهم مع الآخرين.
 - أغلب الطلبة أحيانا ما يقومون بتحويل العلاقات الافتراضية إلى علاقات حقيقية.
 - الاتصال عبر الفيس بوك أحيانا ما يساعد أغلب الطلبة على توسيع علاقاتهم الاجتماعية.
 - أحيانا ما يلبي موقع الفيس بوك الحاجات التثقيفية للمبحوثين أثناء تواصلهم مع الآخرين لدى الأغلبية.
 - أغلب المبحوثين أحيانا ما يلبي لهم موقع الفيس بوك حاجاتهم التعليمية أثناء تواصلهم مع الآخرين.
 - أحيانا ما يلبي موقع الفيس بوك الحاجات الترفيهية للمبحوثين أثناء تواصلهم مع الآخرين لدى الأغلبية.
 - أغلب المبحوثين أحيانا ما يلبي لهم موقع الفيس بوك حاجاتهم الاجتماعية أثناء تواصلهم مع الآخرين.

ب - النتائج العامة للدراسة:

بعدما قمنا بمختلف الخطوات المنهجية والإحصائية لتحليل إجابات المبحوثين حول المعطيات العامة للدراسة التي تدور حول الوظيفة التواصلية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين، توصلنا إلى نتائج مفادها كالتالي:

- دلت نتائج الدراسة أن موقع الفيس بوك يعد من المواقع الالكترونية المهمة لدى شريحة طلبة جامعة خميس مليانة، وهذا يعكس زيادة في وعي الطلبة للتكنولوجيا الحديثة و وسائل الاتصال والسعي المتواصل لمواكبة التطور وإيجاد بدائل جديدة للروابط التواصلية.

- وتشير الدراسة إلى أن هناك تقارب في المدة التي بدأ المبحوثين بها الاشتراك في الموقع وذلك لمدة 05 سنوات فما فوق، وأظهرت النتائج أن أغلبية العينة الدراسية لا يشكل موقع الفيس بوك جزءا من نشاطهم اليومي وذلك لعدم توفرهم للوقت.

- دلت النتائج للدراسة أن المبحوثين يرغبون بالتواصل مع الأقارب عبر موقع الفيس بوك وهذا يشير إلى أنه يملك مجالاً اتصالياً واسع النطاق يوفر خدمة التواصل وربط الأفراد في منظومة التواصل الشبكي الالكتروني ويسهل التفاعل مع الآخرين.

- كشفت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين يعود الدافع الأول لاستخدامهم الفيس بوك للتواصل مع الأشخاص هو التزود بمعلومات وأفكار جديدة أي أنهم يحصلون في موقع الفيس بوك على معلومات غير موجودة في وسائل الاتصال الأخرى مما يجذب المبحوثين لاستخدامه.

- أظهرت نتائج الدراسة أن عينة المبحوثين يجذبهم المحتوى الإخباري للتواصل أكثر مع الأشخاص عبر الفيس بوك، وأحياناً ما يستخدمون محتوى صفحاتهم كمحتوى في صفحته وذلك يبذل على مدى ثقة ما ينشر به الصديق على صفحته، وكذلك أن أغلبية المبحوثين يسعون للتعرف على الأخبار بدافع المعرفة.

- كشفت النتائج عن أن عينة الدراسة يشاركون المعلومات المختلفة مع أصدقائهم وذلك من نشاطات الأصدقاء التي تثير اهتمامهم وغالبية المضامين المستخدمة عن الحاجة الاجتماعية وهذا يفسر بأن الشباب الجزائري يفضلون المواضيع الاجتماعية باعتبارهم فرد من أفراد المجتمع.

- بينت نتائج الدراسة أن استخدام المبحوثين للمضامين الاجتماعية والنفسية للتواصل مع الأشخاص في الفيس بوك جاء بدافع التزود بالأخبار التي تخص المجتمع وذلك راجع لحاجة الإنسان إلى معرفة ما يحصل حوله من تطورات في ظل هذه الوضعية الوبائية التي تشهدها البلاد، وكذلك كان للمضامين

التعليمية دور في استخدام المبحوثين لها في التواصل بدافع الاستفسار عن أحوال الدراسة بسبب خطورة الوضع الوبائي وصعوبة التنقل وغلق المراكز التعليمية.

- تبين من الدراسة أن المعلومات التي تحصل عليها المبحوثين خلال تواصلهم مع الأصدقاء والأشخاص عبر الفيس بوك مهمة لهم وهذا لحسن استخدامهم وتعاملهم مع هذا الموقع وتبادل الأفكار والآراء فيما بينهم.

- أظهرت النتائج أن المستخدمين أحيانا ينشرون خصوصياتهم في موقع الفيس بوك وهذا يشير إلى تردد المبحوثين بنشر خصوصياتهم، والسبب يعود حسب رأي الباحث لاختلاف نوع العلاقات المتكونة في موقع الفيس بوك شكلا ونوعا، فضلا عن قصر عمرها في بعض الأحيان.

- بينت الدراسة أن المبحوثين أحيانا ما يشعرون بالحاجة إلى استخدام الفيس بوك أكثر وأكثر وهذا راجع لحاجتهم اليومية الضرورية، أي يجعلونه وسيلة مهمة لقضاء حوائجهم اليومية وكذلك أحيانا ما يمنحهم هامشا من الحرية أثناء التواصل مقارنة بالتواصل وجها لوجه والسبب يعود أنهم لا يستطيعون التعبير عن رأيهم أمام الفرد الآخر بكل حرية.

- أظهرت النتائج أن عينة الدراسة أحيانا ما يحقق لهم موقع الفيس بوك الشعور بالراحة والانتماء أثناء تواصلهم مع الآخرين وهذا يدل على اطمئنان المستخدمين لطريقة الاتصال لأنها توفر مجالا من الخصوصية المناسبة للمستخدمين، وأحيانا ما تتحول علاقتهم الافتراضية على علاقات حقيقية وهذا يشير إلى أن بعد المسافة وصعوبة الوصول واللغة وغيرها تعيق عملية تحول الروابط الاجتماعية إلى واقع محسوس.

- كشفت الدراسة أن عينة الدراسة أحيانا يكونون علاقات اجتماعية أثناء استخدامهم موقع الفيس بوك، لأن هذا الأخير عن طريق عملية التفاعل بين المحتوى الاتصالي و المستخدمين يبني علاقات اجتماعية وهو بذلك يحقق الوظيفة الاجتماعية للاتصال التي تعتمد بشكل أساسي على التواصل المستمر بين الأفراد.

- دلت نتائج الدراسة أن الفيس بوك أحيانا يلبي الحاجات الثقافية للمبحوثين أثناء تواصلهم، لأن الميزة الموجودة في الفيس بوك التي تسمح لكافة الأفراد بنشر مختلف المواضيع التي تساعد الأفراد التعرف على الحاجات الثقافية التي تمثل مجتمع ما وهذا ما يكسبه ثقافات مختلفة، وأحيانا يلبي الموقع الحاجات التعليمية أثناء تواصلهم مع الآخرين لأن موقع الفيس بوك من أكثر المواقع التي تنتشر فيه المعلومات.

نتائج الدراسة

- كشفت نتائج الدراسة أن العينة يحصلون أحيانا على الترفيه أثناء تصفحهم للفييس بوك، وهذا يوضح مدى تلبية موقع الفييس بوك للحاجات الترفيهية ويدل على أن الموقع يقوم بوظيفة الترفيه للمستخدمين، وكذلك يلبي أحيانا الحاجات الاجتماعية للمبحوثين.

خاتمة

خاتمة:

من خلال هذه الدراسة حاولنا التعرف على الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين "الفييس بوك نموذجا"، وذلك لأهمية الشبكات الاجتماعية في المجتمعات بصفة عامة وبالنسبة للطلبة الجامعيين بصفة خاصة، حيث تعتبر مواقع 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 للمبحوث كل متطلبات الممارسة الاتصالية داخل المجتمع وخارجه.

كما أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تمثل الحيز المكاني للتعرف وإنشاء الصداقات والتعلم والتنقيف والتسلية وكذلك حرية التعبير والإبداء الفكري، كما يمكن اعتبارها مختبر لعمليات التعرف 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

المراجع باللغة العربية:

(أ) الكتب

- 1- احمد محمد صالح، الانترنت والمعلومات بين الأغنياء والفقراء، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
- 2- احمد محمد صالح، اثنوغرافيا الانترنت وتداعياتها الاجتماعية والثقافية والسياسية، دار الهلال، القاهرة، 2002.
- 3- احمد محمد موسى، المدخل إلى الاتصال الجماهيري، القاهرة، المكتبة العصرية، 2009، ص88.
- 4- أحمد مدثر، شرح كيفية التسجيل في موقع فيس بوك، كلية دراسات الحاسب الآلي، جامعة جوبا، السودان، 2004.
- 5- أماني عمر الحسيني، الدراما التلفزيونية وأثرها على حياة أطفالنا، عالم الكتاب، مصر، ط1، 2005.
- 6- انتصار إبراهيم عبد الرزاق - د. صدف حسام الساموك، الإعلام الجديد، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد، سلسلة مكتبة الإعلام و المجتمع، 2011.
- 7- بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، دراسة في ترتيب الأولويات، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1996.
- 8- حسنين شفيق، علم نفس الإعلام الجديد، دار الفكر والفن للطباعة والنشر، ط1، سنة 2013.
- 9- حسن عماد مكاوي- ليلي حسين سيد،الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار مصرية اللبنانية، القاهرة، ط8، 2009.
- 10- حسين محمد بصر، الانترنت في الإعلام - الصحافة الالكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة، ط20-1، 2012.
- 11- حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1991.
- 12- خالد غسان، يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس، عمان-الأردن، 2013.
- 13- ربحي مصطفى عليان، طرق جمع البيانات والمعلومات لأغراض البحث العلمي، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان، ط1، 2009.
- 14- رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2007.

- 15- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب، علم الكتاب، القاهرة، ط2، 1995.
- 16- سمير نعيم احمد، المنهج العلمي في البحوث الاجتماعية، مكتبة سعيد رأفت، القاهرة ط4، 1987.
- 17- شوقي العلوي، رهانات الانترنت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، لبنان، 2006.
- 18- طارق الخيفي، سياسات الإعلام المجتمع، دار النهضة العربية، بيروت، 2010.
- 19- عامر قنديلجين، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية و الالكترونية، دار اليازوري العلمية لنشر و التوزيع ، عمان-الأردن، 2007.
- 20- عامر مصباح ، منهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام ، دار المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، 2008.
- 21- عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012.
- 22- عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، دار المطبوعات الجامعية، بن عكنون-الجزائر، ط4، 2007.
- 23- علاء هادي، نافذة على الإعلام العربي والدولي، دار الساقي، بيروت، 2011.
- 24- علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، عالم المعرفة(347)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2008.
- 25- علي محمد رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت، ط1، مركز الدراسات الوحدة العربية، لبنان، 2005.
- 26- علي عواد، الإعلام والرأي، دار بيسان، بيروت، 2008.
- 27- فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، دار العربي، القاهرة، ط1، 2011.
- 28- فواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، دار أسامة، عمان، 2011.
- 29- كاظم المقدادي، الإعلام الدولي الجديد وتصعد السلطة الرابعة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، ط1، 2013.
- 30- ماجد محمد الخياط، أساليب البحث العلمي، دار راية للنشر، عمان، الأردن، ط1، 2001.
- 31- محمد محمود ربيع، مناهج البحث في العلوم السياسية، مكتبة الفلاح، الكويت، 1987.
- 32- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر-القاهرة، 2004.
- 33- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط2، 2000.
- 34- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط2، 2004.

35- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، دار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، ط2، 2003.

36- محمود علم الدين، مقدمة في الصحافة، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009.

37- مرزوق عبد الحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2004.

38- مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار الإيمان للطباعة، القاهرة، مصر، 2006.

39- مصطفى حجازي، علم النفس والعولمة راية المستقبلية في التربية والتنمية، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، ط2، 2007.

40- منال هلال المزاهرة، نظريات الإتصال، دار المسيرة، عمان، ط1، 2012.

41- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة، عمان، ط1، 2012.

42- مي عبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، 2005.

43- ناصر بن عبد الرحمن الهزاني، الفتوى في القنوات الفضائية العربية، دار ابن حزم، بيروت- لبنان، ط1، 2011.

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

ثانياً: الكتب الأجنبية المترجمة

1- ارماند ماتلار ومشيليه ماتيللا، نظرية الاتصال، ترجمة أديب خضور، دمشق، المكتبة الإعلامية، ط2، 2008.

2- جان كلود برتراند، أدبيات الإعلام (ديونتولوجيا الإعلام)، ترجمة، رباب العابد، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2008.

3- غوران هدبرو، الاتصال والتغير الاجتماعي في الدول النامية، نظرة نقدية، ترجمة محمد ناجي الجوهري، دار الشؤون الثقافية، بغداد، 1991.

(ب) الرسائل الجامعية:

- 1- إبراهيم بعزیز، منتديات المحادثة والدرشة الالكترونية، دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع وعلوم التسيير، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007-2008.
- 2- أشرف جلال حسن، دوافع استخدام الجمهور المصري للإعلام التلفزيوني وإشباعاته، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1990.
- 3- بورحلة سليمان، أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين و سلوكياتهم "دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والإعلام، جامعة الجزائر بن خدة بن يوسف، الجزائر، 2008.
- 4- ريم إسماعيل عبود، استخدامات طالبات الجامعة في مصر و سوريا لشبكة الانترنت وإشباعات المحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2004.
- 5- طاهر حسين أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية "دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، فلسطين، 2012.
- 6- عبد الرحمن محمد سعد الشامي، استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدواية الدوافع والإشباعات، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والإعلام، 2002.
- 7- عبد الله ممدح، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس و مصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012.
- 8- محمد أمين عبوب، تداول المعلومات الافتراضية على شبكة الانترنت شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً، دراسة استكشافية وصفية تحليلية على عينة من مستخدمي الفيس بوك، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2011.
- 9- مصطفى حمدي أحمد محمد، استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة، دراسة مسحية على عينة من المراهقين في المنيا والقاهرة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة المنيا، 2002.

10- يوسف سليمان سعد، استخدامات الجمهور اليمني لوسائل الإعلام أثناء الحملات الانتخابية والإشباع المحققة منها، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الازهر، كلية اللغة العربية، 2000.

ج)المجلات والدوريات:

1- حسيبة قيدوم، الأبعاد والاجتماعية للعالم الافتراضي، في المجلة العربية للعلوم والمعلومات، العدد7، جوان2006.

2- محمد بن سعود البشر، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، ط83، 2003.

د)المواقع الالكترونية

1- علي محمد رحومة، تنمية المجتمعات الافتراضية عوامل نجاح جديدة لتطوير الشبكي التكنو -

اجتماعي،(معهد النفط الليبي) مركز بحوث النفط

سابقا، <http://newmediausersethnogapgy.weebly.com/uploads/5/4/6/8/5468648/>

PDF، ص3،(2020-01-12).

المراجع باللغة الأجنبية

- 1 -Carly L. Klingensmith, " 500 Friends and Still Friending: The Relationship between Facebook and College, Macalester College, (2005).
- 2 -Deanna Zandt. "Share This! How you will change the world with Social networking" , Berrett-koehlerPublishers,Inc.San Francisco,(2010).
- 3 -Ellison, N.B.,Steinfeld , C., & Lampe , C, The benefits of Facebook « friends : » Social capital and college students' use of online social network sites, Journal of Computer-Mediated Communication, 2017.
- 4 -Mesbah, H. (1991).Uses and Gratification of television Viewing among EgyptionAdults.Unpublished Master Thesis.American University in Cairo.

قائمة الملاحق

جامعة الجليلي بونعامة خميس مليانة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة الاستبيان

الوظيفة الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين مستخدمي موقع فيس بوك
جامعة الجليلي بونعامة - أنموذجا -

نحن طالبتان بقسم علوم الإعلام والاتصال بصدد تحضير مذكرة شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، يهدف بحثنا التعرف على الوظيفة الاتصالية لـ "فيس بوك نمودجا" لدى طلبة جامعة الجليلي بونعامة بخميس مليانة.
الرجاء منكم الإجابة عن هذه الأسئلة بدقة وتركيز مع وضع علامة (X) داخل المربع الذي يتفق مع موقفك ورأيك.
ولأهمية رأيكم في هذه الدراسة، فإننا نأمل بأن تحظى هذه الاستمارة باهتمامكم لاسيما وأن هذه المعلومات و الآراء التي تدلي بها سوف تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

"شاكرتان لكم جهدكم"

تحت إشراف الأستاذ:

- د/ بن دوحه زهير

إعداد الطالبتان:

- رأس الماء ليلي
- رأس الماء شهرزاد

السنة الجامعية: 2019 - 2020

أولاً: البيانات الشخصية

- ضع علامة (X) في المربع المناسب:

1- الجنس: ذكر أنثى

2- السن:

3- المستوى الدراسي:

سنة الثانية ليسانس سنة ثالثة ليسانس ماستر 1 ماستر 2

المحور الأول: دوافع القيام بعملية التواصل عبر موقع "الفيس بوك" لدى المبحوثين

4- ماهي مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضلها أكثر للتواصل مع الأشخاص؟

الفيس بوك التويتز البريد الإلكتروني اليوتيوب الأنستغرام

5- منذ كم سنة وأنت تستخدم الفيس بوك؟

أقل من سنة من سنة إلى سنتين من 3 إلى 4 سنوات 5 سنوات فما فوق

6- في حالة إستخدامك لموقع الفيس بوك ماهو حجم تواصلك مع الآخرين في اليوم؟

كثيراً قليلاً نادراً

7- على أي أساس تختار الأشخاص الذين تتواصل معهم عبر موقع الفيس بوك؟

القراءة زملاء الدراسة الاهتمام المشترك المستوى العلمي والثقافي

8- هل تعتبر موقع "الفيس بوك" من المواقع المهمة التواصلية لديك؟

مهم جداً مهم غير مهم

إذا كانت الإجابة بنعم- لماذا في

رأيك؟

9- هل ترى أن موقع "الفيس بوك" يسهل عليك التفاعل مع الآخرين مقارنة بالمواقع التواصلية

الأخرى؟

نعم لا

10- هل التعرف على أشخاص جدد هو الذي دفعك لاستخدام موقع "الفيس بوك"؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم- لماذا في

رأيك؟

11- كم عدد الأشخاص الذين تتواصل معهم باستمرار (الديمومة) عبر موقع الفيس بوك؟

- (5-1) أشخاص (10-6) أشخاص (15-11) أشخاص
 (20-16) أشخاص (25-21) أشخاص أكثر

12- لماذا ترغب في التواصل مع الأشخاص عبر موقع الفيس بوك؟

- تعزيز الروابط الاجتماعية - من أجل قضاء وقت الفراغ
 التعرف و تكوين علاقات مع الآخرين - التسلية و التخلص من الملل
 الهروب من الواقع - التزود بمعلومات وأفكار جديدة

أخرى اذكرها.....

13- هل تواصلك مع الأشخاص عن طريق موقع الفيس بوك يشعرك بالانتماء لهم؟

- تشعرك أكثر تشعرك قليلا لا تشعرك

14- هل تندفع لقبول طلبات الصداقة لأشخاص لا تعرفهم؟

- غالبا أحيانا نادرا

15- هل ساعدك التواصل عبر موقع الفيس بوك على بناء علاقات مع أشخاص لهم أهمية بالنسبة

إليك؟

- نعم أحيانا لا

المحور الثاني: المحتوى الاتصالي أثناء التواصل عبر موقع الفيس بوك لدى المبحوثين

16- ما هو شكل المحتوى الذي يدفعك أكثر للتواصل مع الأشخاص في موقع الفيس بوك؟

- الإشعارات اليومية للأصدقاء الصور الأخبار رسائل نصية

- طلبات الصداقة الإعلانات مقاطع الفيديو الألعاب

17- مامدى استخدامك لمحتوى الأصدقاء كمحتوى في صفحتك؟

- غالبا أحيانا نادرا

18- ماهي نشاطات الأصدقاء التي تثير اهتمامك؟

- المشاركة بالمحتوى عن طريق التعليق والإعجاب
 تعقب ما يكتبونه وما ينشرون

- المشاركة بالمعلومات المختلفة معهم

- دعوة الأصدقاء إلى الانخراط في صفحات لها اهتمامات مشتركة

19- ما نوع المضامين المستخدمة دوماً وباستمرار أثناء تواصلك مع الأشخاص في موقع الفيس بوك

الحاجة الاجتماعية الحاجة التعليمية الحاجة التثقيفية

حاجة التسلية و الترفيه الحاجة مهنية

20- ما هي دوافع استخدامك للمضامين الاجتماعية والنفسية للتواصل مع الأشخاص في موقع

الفيس بوك ؟

إشباع الذات بناء علاقات جديدة إفراغ الطاقة الإدلاء بالرأي

التزود بالأخبار التي تخص المجتمع الشعور بالانتماء إلى المجتمع

أخرى أذكرها.....

21- ماهي دوافع استخدامك للمضامين التعليمية لتواصلك مع الأشخاص في موقع الفيس بوك ؟

المطالعة ومراجعة الدروس الاستفسار عن أفكار ومعلومات تخص الدراسة

الاستفسار عن أحوال الدراسة في الجامعة التواصل مع الأستاذ

أخرى أذكرها.....

22- ما هي دوافع استخدامك للمضامين التثقيفية لتواصلك مع الأشخاص في موقع الفيس بوك ؟

دينية سياسية اقتصادية

ترفيهية رياضية اجتماعية

أخرى أذكرها.....

23- إلي أي مدى تكون مختلف المعلومات التي تحصل عليها مهمة أثناء تواصلك مع الأصدقاء عبر موقع

الفيس بوك؟

مهمة جدا مهمة قليلة الأهمية

المحور الثالث: مدى تحقيق رغبات و إشباعات المبحوثين الناتجة عن التواصل مع الأشخاص في

موقع الفيس بوك

ضع علامة (X) أمام الخانة المناسبة لك.

نادرا	أحيانا	غالبا	مدى تحقيق رغبات و إشباعات المبحوثين
			24- هل تنشر في موقع الفيس بوك خصوصيتك؟
			25- هل أنت من النوع المتفاعل و النشط في موقع الفيس بوك؟
			26- هل تشعر بالحاجة إلى استخدام الفيس بوك أكثر وأكثر؟
			27- هل يمنحك موقع الفيس بوك هامشا من الحرية لا تجده في التواصل وجها لوجه؟
			28- هل تشعر بالراحة و الانتماء أثناء تواصلك مع الآخرين؟
			29- إلى أي مدى يزودك موقع الفيس بوك بالمعلومات الحديثة؟
			30- هل أنت من الأشخاص الذين يحولون العلاقات الافتراضية إلى علاقات حقيقية؟
			31- هل تدخل في مجموعات مع زملائك على الفيس بوك و تتحدث معهم؟
			32- هل الاتصال عبر الفيس بوك ساعدك في توسيع علاقتك الاجتماعية؟
			33- إلى أي مدى يلبي موقع الفيس بوك حاجاتك التثقيفية أثناء تواصلك مع الآخرين ؟
			34- إلى أي مدى يلبي موقع الفيس بوك حاجاتك التعليمية أثناء تواصلك مع الآخرين ؟
			35- إلى أي مدى يلبي موقع الفيس بوك حاجاتك الترفيهية أثناء تواصلك مع الآخرين ؟
			36- إلى أي مدى يلبي موقع الفيس بوك حاجاتك الاجتماعية أثناء تواصلك مع الآخرين ؟