

اعتماد الجمهور الليبي على التواصل الاجتماعي

كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا

أ.الصالحة محمد مسعود الدماري

قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة سيها

الملخص :

تهدف الدراسة الي معرفة مدى اعتماد الجمهور الليبي على شبكات التواصل الاجتماعي، كأحد أشكال الخدمات الإعلامية ، التي يعتمد عليها كمصدر للمعلومات وللتعرف على أهم ،إضافة إلى التعرف على مدى تحقيق الآثار المعرفية والوجدانية فترة انتشار جائحة كورونا والسلوكيات الناتجة عن هذا الاعتماد، خاصة المرتبطة بسرعة متابعة الجمهور للمعلومات التي تنشر في وسائل التواصل الاجتماعي عن فايروس كورونا. وكيف تعامل معها الجمهور الليبي ومعرفة التفاصيل وتصنف الدراسة علي انها دراسة وصفية واستخدمت منهج المسح، وطبقت الدراسة على النحو التالي:

عينة قوامها 160 فردا وبنيت الدراسة علي ادبيات نظرية الاعتماد علي وسائل الاعلام ومن اهم النتائج التي توصلت اليها:

1- أظهرت نتائج الدراسة إن اغلب جمهور عينة الدراسة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي ويفضلون الفيس بوك كشبكة وبنسبة 81.3% ويستخدمون الانترنت بوقت غير محدد ، وهذا يوضح استخدام الانترنت وتوفره في كل وقت ليكون مصدر للمعلومة .

2- أظهرت نتائج الدراسة إن دوافع استخدام العينة المبحوثة للإنترنت هي الاطلاع على كل ما هو جديد وسهولة الحصول على المعلومة وأغلبهم يفضلون الهاتف كتقنية لأخذ المعلومة من وسائل التواصل الاجتماعي .

3- أظهرت نتائج الدراسة إن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في ترسيخ المعلومات حول فايروس كورونا وبنسبة كبيرة و أثر الصورة والفيديو في ترسيخ المعلومات .

4- أظهرت نتائج الدراسة إن متابعة أخبار والمعلومات عن فايروس كورونا من خلال شبكات التواصل مكنت العينة المبحوثة من حماية انفسهم وعائلتهم وأيضا تكوين قاعدة بيانات حول فايروس كورونا

كلمات مفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي - الاعتماد- الجمهور الليبي - فايروس كورونا - معلومات

Abstract

The research study is to examine how Libyan public depends on social media as one of the forms of media services for information about Corona pandemic (COVID-19), in addition is identifying that influence of the cognitive and emotional (Psychological) in the period of pandemic. The study therefore investigate the roles which social media participate of spread the news on the pandemic between Libyan people and how the public transaction with details. A descriptive and survey method was used, The study was applied as follows:-

The study was depend on the theory of literature based on social media methodology. A survey of 160 individuals was carried out ,according to the data was collected by the questionnaire the results from the total sample suggested this:-

- 1- The study showed that 81.3% of Libyan people are used the internet and social media for unlimited time, in addition the majority are preferred Facebook . it is clear that Internet access available at all times to be a source of information..
- 2- The results appear that reasons motives researched sample for using internet access is searching information on the Internet is easy to access by everyone at any time , and most of them prefer using smart Mobil phone for access to social media and read information..
- 3- the study showed that social media contribute to give information about the Corona virus, and clarify the information by use of images and videos
- 4- The results showed that people who following up the news and information online social media venues and other Internet resources about the virus are enabled to protect themselves and their family, also create database about Corona virus.

Keywords: Social Media - Libyan Public – dependence- Corona virus(COVID-19) - Information

المقدمة

هناك واقعاً إعلامياً جديداً فرض نفسه على الساحة في أواخر القرن الماضي وهو "ظهور الشبكة العنكبوتية العالمية التي أتاحت ظهور نوع جديد من الإعلام نتيجة للإفرازات والتطورات التي شهدتها هذه التقنية من خلال تقديم الأخبار الفورية والآنية والمضامين الإعلامية"⁽¹⁾، واستطاعت شبكة المعلومات الدولية "الانترنت" أن تحدث ثورة في عالم وسائل الاتصال، وأيضاً في عالم الإعلام لتصبح العبارة المشهورة "العالم قرية كونية صغيرة" حقيقة ماثلة أمامنا جميعاً بفضل الانترنت هذه الوسيلة الواسعة الانتشار والمؤثرة التي تتسم بالعديد من المزايا كالسرعة، وانخفاض التكاليف والتفاعل المباشر ووفرة المعلومات، وكذلك تنوع الخدمات، وخاصة إذا ما ربطنا هذه المزايا بالأخبار التي أصبحت في الوقت الحالي تساهم مساهمةً كبيرةً في إحداث الكثير من التغيرات في البلدان العربية. "بدأت ثورة الانترنت التي هي ثورة العصر و تمثل قفزة اتصالية جعلت العالم غرفة واحدة لتتخطى تنبؤات ماكلوهان في أن يصبح العالم قرية واحدة "إنَّ العالم أصبح قرية صغيرة مفهومها فهما آخر لهذه القرية، وكذلك العالم الآن و بفضل الانترنت لم يعد قرية صغيرة فحسب، ولكنه أصبح قرية متناهية الصغر وبدأت ملامح أخرى لم تكن في حسابان ماكلوهان صاحب هذه المقولة. "⁽²⁾ ثورة المعلومات و والتكنولوجية الرقمية التي يشهدها العالم اليوم امتد مداها الى وسائل الاعلام والاتصال مما جعل من العالم شاشة صغيرة وجعلت الفرد في تواصل مستمر مع المضامين الاعلامية على مدى 24 ساعة في اليوم برغم الحواجز والحدود بأشكالها المتنوعة فكان الاعلام الجديد هو الولادة الاكثر اهمية لهذه الثورة العلمية التكنولوجية، والذي اصبح محل جدل ونقاش الكثير من الخبراء والمختصين في مجال الاعلام والاتصال حول اهمية الاعلام الجديد والدور الايجابي الذي من الممكن و المتوقع ان يمارسه في المجتمعات الحديثة وخاصة مجتمعات العالم الثالث.

بما إننا نعيش في مجتمع يتغير باستمرار، وأحياناً يكون من الصعب تحديد أي التغيرات هي الأكثر الأهمية . والواقع إن دخول وسائل الإعلام المتنوعة إلى منزل الانسان العادي، كل هذا يمثل تغييراً تكنولوجياً أهم بكثير لعامة الناس، من أكثر الانجازات العلمية في حياتهم بهذا الشكل المباشر. فواقع ثورة الاتصال و خاصة شبكة الانترنت وما ينتج عنها من شبكات اجتماعية متعددة، مثل شبكات التواصل الاجتماعي المتنوعة والعديد من الحملات وتضمّنت تلك الحملات مضامين مختلفة

تهدف إلى توعية وتنقيف رواد الصفحات بكل ما يحتاجون إليه من معلومات طبية وتوعوية بشأن التعامل مع الفيروس و الأوبئة والأمراض ، وتوضح كل التدابير الوقائية البسيطة التي يمكن أن تساعد في منع انتشار الفيروس.

وعلى الرغم من أن ليبيا تعد من اواخر الدول التي ظهر فيها الفيروس ولم ينتشر بشكل هائل كما هو الحال في بقية دول العالم الا ان ذلك لم يقلل من اهمية وجدوى المادة التوعوية التي تنشر عبر الفيسبوك وايضا اقبال الجمهور الليبي على صفحات ومحتويات الفيسبوك المتعلقة بالتوعية الطبية لمواجهة فيروس كورونا والاعتماد الكبير على منصات الفيسبوك لأخذ المعلومات عن هذا الوباء العالمي و التحقق من مدى اعتماد الجمهور الليبي على الفيسبوك لاستقاء معلوماته الوقائية ومدى مساهمة الفيسبوك في نشر وتعميق التوعية والتنقيف بمخاطر هذا الفيروس الخطير وما يتصل بذلك من معطيات ونتائج هو محور ما يدور حوله هذا البحث سعيا للوصول الى تحقيق هدف من اهداف البحث العلمي بالوصول الى نتائج قابلة للتطبيق تحقق تعزيز التوعية الصحية المطلوبة .

مشكلة البحث :-

لقد أصبحت الشبكات الاجتماعية وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي حيث تتيح الربط بين الزملاء والأصدقاء وليس هذا فقط ،بل تساعد في التعرف والتواصل بين الأشخاص والمجتمعات المختلفين ، ومن هذا المنطلق سعت الشبكات الاجتماعية لتوفير قدر مناسب من

الدوافع التي تدعم التواصل والاعتماد الكبير على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات. يمكن القول ان التوعية والتنقيف الصحي أمر صعب يتعدى كونه نشر المعلومات الصحية من خلال المنشورات ووسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي حيث يمكن ان تهدف التوعية الصحية إلى تغيير سلوكيات الأفراد الصحية والتأثير بها، إذ إنه ليس من الضروري أن يؤدي نشر المعلومات ومن خلال ما تقدم يمكننا بلورة مشكلة البحث في الإجابة على مجموعة من التساؤلات العلمية التي يمكن طرحها في إطار التساؤل البحثي التالي:

ما مدى اعتماد الجمهور الليبي على التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا ؟

أهمية البحث:

تتبلور أهمية الدراسة في الآتي :

- 1:- تخدم الدراسة تصور لصناع القرار عن شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الدور الذي تلعبه في الاعتماد على المعلومات .
- 2:- يمكن ان يعطي البحث مؤشرات واضحة عن المعلومات التي يمكن أن يعتمد عليها واعتمادها كمصدر .

3:- تكمن أهمية البحث في انه يتناول مدى استفادة الجمهور الليبي وسائل التواصل الاجتماعي واعتمادها كمصدر للمعلومات .

4:- إضافة للمكتبة العلمية واعتبارها كدراسة توضح مدى الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي.
أهداف الدراسة :-

ويمكن صياغة أهداف الدراسة في الآتي:

- 1:- معرفة مدى قوة اعتماد الجمهور الليبي على شبكات التواصل كمصدر للأخبار والمعلومات أثناء جائحة كورونا
- 2:- معرفة أسباب الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الإخبار والمعلومات ومقاطع الفيديو والصور .
- 3:- التعرف على أهم المصادر الاتصالية التي يتواصل معها الجمهور الليبي للحصول على الأخبار والمعلومات.

4:- معرفة تأثير التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي في الوظيفة الاعلامية ، من وسائل أخرى وخاصة التقليدية.

تساؤلات البحث:

يحاول هذا البحث ان يجيب على التساؤلات التالية :

- 1:- ما هي دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ؟

- 2:- ما الفائدة التي تعود على الجمهور من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ؟
- 3:- ما حجم الوقت التي يقضيه الجمهور في تصفح وسائل التواصل الاجتماعي ؟
- 4:- ما الوسيلة التي يفضل الجمهور استخدامها في تصفح الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي ؟
- 5:- ما مقدار مساهمة الفي سبوك في ترسيخ السلوكيات الصحية والوقاية من كورونا والاعتماد على وسائل الاعلام لمصدر المعلومات؟
- 6:- ماهي مقدار مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي بالتعريف بأخبار كورونا ؟

نوع ومنهج الدراسة

المنهج هو "عبارة عن جملة الخطوات المنظمة التي على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة. و يعرفه محمد طلعت بأنه وسيلة يمكن عن طريقها الوصول إلى الحقيقة⁽³⁾ ويرتبط اختيار المنهج المتبع في الدراسة بناء على الإشكالية التي تم تحديدها، وبما أننا في دراستنا هذه نسعى إلى جمع معلومات حول امكانية معرفة الاعتماد على وسائل التواصل كمصدر للمعلومات وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، ومنهجها المنهج المسحي. فإن هذه الدراسة تندرج ضمن البحوث الوصفية التي تهتم "بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الأحداث والوقائع ومحاولة تحليل و تفسير الأسباب الظاهرية لتلك الأحداث، بقصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة، تسهم في حل المشكلات أو إزالة المعوقات أو الغموض الذي يكتنف بعض الظواهر، من أجل تطوير الواقع واستحداث أفكار ومعلومات ونماذج سلوك جديدة⁽⁴⁾" واعتماد منهج المسح الوصفي في الدراسة يعود بالدرجة الأولى إلى اعتباره أحد الأشكال الخاصة بجمع الخاصة بجمع المعلومات عن الافراد وسلوكياتهم وادراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم كما يعتبر الشكل الرئيسي لجمع المعلومات

مجتمع وعينة الدراسة

حددت الباحثة مجتمع الدراسة في عينة عشوائية من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي واستقاء المعلومات وتمثلت العينة بتوزيع استمارات الكترونية على المستخدمين عن طريق استبيان الكتروني تم توزيعه على شبكات التواصل الاجتماعي .

حدود البحث

أ- الحدود الموضوعية : دراسة اعتماد الجمهور على وسائل التواصل كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا .

ب- الحدود المكانية: تم تطبيق الاستبانة لتعرف مدى اعتماد الجمهور الليبي على وسائل التواصل كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا .

ج- الحدود الزمانية: تم تطبيق الاستبانة في الفترة من 2020/10/15 الى غاية 2020/11/10

مصطلحات الدراسة

1. الجمهور مجموعة من الناس تتلقى عملاً ما موجهاً إليها. وغالباً ما يكون هذا العمل رياضياً أو فنياً أو خطابياً أو كتابياً. ... والواحد من الجمهور هو المتلقي أو المتفرج. ولا يُقبل منه التدخل في العمل أو تعطيله ولا يُسمح له بذلك إلا نادراً.⁽⁵⁾

2. الخبر " هو كل ما يحدث من أمور على وجه الحياة اليومية وكل ما توصي به الأحداث وكل ما يترتب على مثل تلك الأحداث" ⁽⁶⁾.

3. المواقع :. " تختلف المواقع باختلاف محتوياتها وأهدافها فهي تحتوي على عدة أمور مما يجعلها مفيدة لمستخدمي الشبكة مثل الحصول منها على نصوص أو رسوم أصوات أو صور متحركة و عناصر أخرى متعددة الوسائط والواقع إنّ كل صفحة هي منشور تفاعلي متعدد الوسائط يمكن أن يحتوي على الفيديو والموسيقى وتتصل الصفحات بعضها البعض باستعمال نص تفاعلي ".⁽⁷⁾

نظريات الدراسة.

"إنّ النظرية هي التي تحدد للباحث ما يقوم به أو ما يفعله من إجراءات أو خطوات"⁽⁸⁾، وعليه فإن هذه الدراسة تعتمد على نظريتي الاستخدام، والإشباع، والاعتماد على وسائل الإعلام.

نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

يعتبر الاعتماد على وسائل الإعلام ضرورة أساسية في المجتمعات الحديثة، حيث يستطيع الفرد إدراك هذا الاعتماد بالتدرج منذ الحاجة إلى معرفة أفضل المشتريات في الأسواق وانتقالاً إلى احتياجات أكثر شمولاً وأكثر تعقيداً كالرغبة في الحصول على معلومات عن العالم الخارجي لكي يتفاعل معه، ونظراً لاختلاف الأفراد في أهدافهم ومصالحهم فإنهم أيضاً يختلفوا في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام ، وبالتالي يشكلون نظاماً خاصة لوسائل الأعلام ترتبط بالأهداف والحاجات الفردية لكل منهم وطبيعة الاعتماد ودرجته على كل وسيلة من الوسائل في علاقتها بهذه الأهداف، ويترتب على اشتراك الأفراد في بعض الأهداف ودرجة الاعتماد على الوسائل التي تحقق هذه الأهداف ظهور نظم مشتركة لوسائل الإعلام بين الفئات أو الجماعات، وعلى سبيل المثال يجتمع الأفراد الذين يهتمون بالشئون المحلية بدرجة كبيرة في فئة لها نظامها الإعلامي الخاص عندما ترى أن هذا الاهتمام يتحقق من خلال قراءة الصحف المحلية ، وغيرهم في فئات تبحث عن التسلية والاسترخاء من خلال برامج معينة في التلفزيون ... وهكذا يوحي هذا التقسيم فئات بوجود نظم متفاوتة لوسائل الإعلام بالنسبة للأفراد تحددها طبيعة الأهداف، ودرجة الاهتمام بها وطبيعة الاعتماد على وسائل معينة ودرجته في تحقيق هذه الأهداف.

فكرة نظرية الاعتماد:

مع تعقد الحياة في المجتمعات الحديثة، والنقد المستمر في تكنولوجيا وسائل الإعلام ، تتزايد أهمية وسائل الإعلام في نقل المعلومات، ففي المجتمع الأمريكي على سبيل المثال، فإن وسائل الإعلام تقوم بمجموعة متنوعة من الوظائف منها تقديم معلومات عن الحكومة، والخدمة في حالة الطوارئ، كما تعتبر المصدر الأساسي لإدراك المواطن العادي للأحداث القومية والعالمية ، كما توفر أيضاً كماً هائلاً من البرامج الترفيهية لمساعدة الجمهور على الاسترخاء والهروب من مشاكل الحياة اليومية. ومن أجل الحصول على المعلومات تتفاعل وسائل الإعلام مع النظم الأخرى كالنظام الاقتصادي، السياسي، والديني حيث تنشأ علاقة متبادلة بين وسائل الإعلام وهذه الأنظمة، ومن هنا وضع " ديفلير و ركتيش" نموذج لتوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى، وهو ما عرف بنظرية الاعتماد.

ويمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على النحو التالي " أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير. بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع، ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:-

1. الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، الفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها. 2. التوجيه: ويشتمل على توجيه العمل مثل: أن تقرر ماذا تشتري؟ وكيف ترتدي ثيابك؟ وكيف تحتفظ برشافتك؟ وتوجيه تفاعلي مثل: الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة. 3. التسلية: وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل: الراحة والاسترخاء والاستثارة والتسلية الاجتماعية مثل: الذهاب إلى السينما أو الاستماع إلى الموسيقى مع الأصدقاء، أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة⁽⁹⁾. ومع ذلك، فإنه ينبغي ألا نبالغ في أهمية وسائل الإعلام الجماهيري، فهي تجعل بالفعل تحقيق الفهم والتوجيه وأهداف التسلية أكثر سهولة، ولكنها ليست الوسيلة الوحيدة لبلوغ هذه الأهداف، فالأفراد يتصلون في نهاية الأمر بشبكات داخلية من الأصدقاء والأسرة، وكذلك بنظم تربوية ودينية وسياسية وغيرها، تساعد الناس أيضاً على بلوغ أهدافهم، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لا تشارك فكرة المجتمع الجماهيري في أن وسائل الإعلام قوية لأن الأفراد منعزلون بدون روابط جماعية، والأصح أنها تتصور أن قوة وسائل الإعلام تكمن في السيطرة على مصادر معلومات معينة تلزم الأفراد لبلوغ أهدافهم الشخصية، وذلك علاوة على أنه كلما زاد المجتمع تعقيداً، زاد اتساع مجال الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات ووسائل الإعلام. فالفرد في حاجة إلى فهم وإدراك الذات بما يساعده في الكشف عن قدراته ودعمها وتفسير معتقداته وسلوكه وإدراكه لجوانب الشخصية بشكل عام، وكذلك الحاجة إلى فهم العالم الاجتماعي المحيط بالفرد، والمعاني التي تقوم بتشكيلها وسائل الإعلام عن هذا العالم واستخدام هذه المعاني في إدراك الحقائق وتشكيل التوقعات.

نظرية الاستخدامات والإشباع:

يمكن توظيف نظرية الاستخدامات والإشباع لخدمة أهداف الدراسة، وذلك بالنظر إلى الإشباع الذي تحققه شبكة "الإنترنت" لمستخدميها الباحثين عن كل ما يتعلق بالأخبار. مفهوم النظرية "يعني باختصار تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية، كما تهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة"⁽¹⁰⁾. وتفترض هذه النظرية إن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية، لإشباع رغبات كامنة لديه، وإن دور وسائل الإعلام هو تلبية الحاجات فقط، وتركز على مفهوم الجمهور النشط، الذي يبحث عن المضمون الذي يريد، فهو يعرف ما يريد قبل التوجه إليه، وتتنظر هذه النظرية إلى العلاقة بين وسائل الإعلام، والجمهور بشكل كبير، فوسائل الإعلام ليست هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها، بل أن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته، يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل التي تعرضها وسائل الإعلام، لذلك ترى هذه النظرية إن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه، وقد تكون للحصول على المعلومات أو الترفيه أو التفاعل الاجتماعي"⁽¹¹⁾. ووضعت خمسة فروض وهي:

"إن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الإعلام؛ لتحقيق أهداف مقصودة تلبى توقعاتهم "أي أن الجمهور مشارك في عملية الاتصال". يعبر استخدام وسائل الإعلام عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويحكم ذلك الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي ونوع الحاجات . التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته. يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد احتياجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع حاجاتهم."⁽¹²⁾ يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال . وتواصلت الجهود البحثية في هذا الميدان الجديد حتى وصلت إلى حالة من النضج، تبلورت من خلالها عناصر هذه النظرية الجديدة، وأهدافها، وفروضها، وليصبح لها فيما بعد تأثيراً كبيراً في أولويات بحوث الإعلام في العالم لسنوات عدة، "ويرى كاتز وزملاؤه: أن المواقف الاجتماعية التي يجد الأفراد أنفسهم فيها هي التي تعمل على إقامة العلاقة بين وسائل الإعلام، وإشباع الحاجات، والمواقف الاجتماعية، يمكن أن تسبب في التوتر والصراع الذي يشكل ضغطاً

على الفرد يجعله يتجه إلى استخدام وسائل الإعلام، وفي إطار آخر، اهتم "روزنجرين Rozengren ببناء نموذج الاستخدامات، والإشباع، حدد فيه أهمية الحاجات التي تقع في أعلى هرم " ماسلو" Maslow فشل الحاجة إلى الصحة، والحب، والقبول، وتحقيق الذات في ارتباطها أكثر بنموذج الاستخدامات والإشباع وتختلف الحاجات باختلاف الأفراد والجماعات.

وبالتالي فإننا نتوقع اختلافاً في نماذج السلوك، واختيار المحتوى، ويترتب على ذلك إشباع أو عدم إشباع نتيجة عملية الاختيار، وتتولد توقعات إضافية في شكل عملية مستمرة⁽¹³⁾

نشأة وتطور الإنترنت

نشأت الإنترنت في ظل التحولات الاستراتيجية التي أخذتها القيادة العسكرية الأمريكية إبان الحرب الباردة بين المعسكرين الشرقي والغربي عندما "قامت الحكومة الأمريكية بإنشاء شبكة من الحواسيب مكنت وزارة الدفاع الأمريكية من الربط بين 4 معامل أبحاث حتى يستطيع العلماء تبادل المعلومات والنتائج، وقامت بتخطيط مشروع شبكة اتصال بين الحواسيب، يمكنها من الصمود أمام هجمة سوفيتية محتملة، بحيث إذا تعطل جزء من الشبكة نجحت البيانات في تجنب الجزء المعطل وتصل إلى هدفها⁽¹⁴⁾ وقد شهد العالم ثورة كبيرة في مجال الاتصال وهذا تأثيره واضح في كثير من الجوانب البشرية لتبرز لنا حقيقة الإنسان ككائن اجتماعي اتصالي حيث يجري عملياته الاتصالية للمشاركة في نشر المعلومات والاقتراب منذ بداية حياته، "وبهذا أصبح الإنسان يعيش ثورة جديدة بعد الثورات الزراعية والصناعية والتكنولوجية الالكترونية وصولاً إلى ثورة معلوماتية"⁽¹⁵⁾ ومن هنا أفرزت هذه الثورة وسيلة اتصالية جديدة ألا وهي الإنترنت التي "أصبحت في القرن الحادي والعشرين تنافس وسائل الإعلام التقليدية في نشر المعلومات والتنقيف والتسلية، كما إن بإمكاناتها المتقدمة في الاتصالات وتعدد وسائطها استطاعت أن تجمع إمكانيات التلفزيون والراديو والهاتف في وسيط واحد، ذلك إن ظهور وسيلة إعلامية اتصالية جديدة دفع بقية الوسائل إلى تطوير قدراتها وأساليب عملها لتبقى في الميدان الإعلامي بكفاءة عالية"⁽¹⁶⁾. وتعتبر الإنترنت من أحدث التقنيات الاتصالية التي عرفها العالم لان هذه الوسيلة استطاعت أن تقلب المفاهيم المكانية والزمنية للإنتاج والتطبيق الإعلامي والاتصالي، وقد ظهرت شبكة الإنترنت بشكل جماهيري في العقد الأخير من القرن العشرين، ونظراً لحدائتها وارتباطها بشكل وثيق بالتقنيات المستحدثة والمتلاحقة فقد اختلف الباحثون حول

مفهومها الحقيقي، وقد اقتضت أغلب التعريفات والمفاهيم التي أوردها الباحثون لشبكة الإنترنت على الوصف دون أن يتعدى ذلك إلى أخلاقيات وضوابط الممارسة أو حتى طبيعة مستخدمي الشبكة، إضافة إلى كون العديد من الذين حاولوا وضع التعريفات للإنترنت تناولوا الشبكة حسب طبيعة استخدامهم لها أو حسب المجال الذي تتم الدراسة فيه. وبناء على ذلك يمكن القول أن تعريف الإنترنت يرتبط بالمستخدمين لها، والمجالات التي تستخدم فيها. وبعد ظهور وانطلاق ثورة الاتصالات الرقمية متمثلة في الإنترنت اتضحت العديد من المفاهيم منها: "إن الإنترنت هي مجموعة مواد ومعدات معلوماتية، متصلة ببعضها البعض، وهناك الشبكات المحلية ومدى هذه الشبكات محدود بعدد من الكيلو مترات، بينما يمتد في الشبكات الواسعة إلى مئات لا بل إلى آلاف الكيلو مترات، والإنترنت هي شبكة واسعة تغطي عالم بأسره"⁽¹⁷⁾. وتعد شبكة الإنترنت نظاماً لتبادل الاتصالات والمعلومات اعتماداً على الحاسوب حيث يحتوي نظام الشبكة العالمية على الملايين من الصفحات المترابطة عالمياً والتي يمكن من خلالها الحصول على كل ما تريد"⁽¹⁸⁾. ولكن يبدو إن تعريف الإنترنت ليس من الأمر السهل على الإطلاق، حيث إنها تختلف عن أي تقنيات أخرى، فقد عرفت "بأنها مجموعة من الشبكات المحلية والعامّة تديرها شركة خاصة معظمها يؤمن المكالمات الهاتفية البعيدة وإن التسمية العلمية للإنترنت مكونة من مقطعين (inter) وتعني الدخول والثاني (net) وتعني الشبكة ليكون المعنى بشكل مبسط الدخول إلى الشبكة"⁽¹⁹⁾ ويمكن اعتبار الإنترنت الوسيلة الاتصالية التي ساعدت الناس في التقدم والحصول على كل ما يريدون، بتخطي الإنترنت كونها وسيلة اتصالية محدودة الجمهور إلى شبكة اتصالية معلوماتية تتدمج ضمنها وتعمل بموازاتها جميع الوسائل الأخرى. وهذا ما أكده علي العائدي حين قال "يعد الحديث عن الإنترنت حديثاً عن العولمة والقرية الكونية والتقنية بحدائتها والنظريات الجديدة وما تصوغه من أنظمة رقمية وبرامج المعلوماتية، والإضافات الجديدة للاختراعات العصرية، وعن عصر السرعة وثورة الاندماج بين وسائل الاتصال، كما هو معروف فإن المجتمعات البشرية نمت وتطورت مع وسائل الاتصال القديمة والحديثة"⁽²⁰⁾. ومن الملاحظ من خلال استعراض التعريفات والمفاهيم التي يقدمها هؤلاء المهتمون بدراسة الإنترنت أن هناك اتفاقاً بينهم على طبيعة هذه الشبكة المعلوماتية ومفهومها فهي برأيهم وسيلة اتصال حديثة تتألف من مجموعة من الخدمات للمشاركين فيها وتسمح لهم بالتنقل بطريقة حرة بين المواقع المسموح بها، ويتم نقل الملفات سواء كانت على شكل بيانات أم معلومات أم أخبار أم صوت أم تسجيل فيديو أم برامج إذاعية أو تلفزيونية بين حاسوب وآخر، فهي "تلك الشبكة الالكترونية المكونة من

مجموعة من الشبكات التي تربط الناس والمعلومات من خلال أجهزة الكمبيوتر والأجهزة الرقمية بحيث تسمح لهم باسترجاع هذه المعلومات⁽²¹⁾. ويمكن القول بأن الإنترنت تقف على قمة الهرم بالنسبة لوسائل الاتصال الأخرى إذ أن البعد الاتصالي للإنترنت يتوفر على خصائص متقدمة واستثنائية في اختلافها وتميزها عن بقية وسائل الاتصال لعل أبرزها: تخطي الحواجز الزمنية والمكانية، وفتح باب المعلومات والاتصال أمام الجميع، وهذه الخصائص ساهمت في ترسيخ مقولة "إن العالم تحول الى قرية الكترونية صغيرة يستطيع قاطنها أن يقوم باي عمل من الأعمال في أي مكان من العالم وهو مستقر في مكانه عبر استخدام الإنترنت". ومن هنا يتضح ان الإنترنت مقارنة بأي وسيلة اتصالية أخرى حطمت في زمن وظرف قياسي جميع الحواجز التي عطلت وصول الرسائل الاتصالية الأخرى إلى أكبر عدد من المشتركين .

نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

مرت شبكات التواصل الاجتماعي في نشأتها وتطورها بمرحلتين: المرحلة الأولى هي مرحلة الجيل الأول من الويب (1.0web)، والمرحلة الثانية هي مرحلة الجيل الثاني من الويب (2.0web) ولكن ازدادت شبكات التواصل الاجتماعي عددا وشيرة في المرحلة الثانية مرحلة الويب 2 المرحلة الأولى:

وهي مرحلة الجيل الأول من الويب (1.0web) وكانت الشبكات التي ظهرت في هذا الجيل ذات صفحات ثابتة ونتج مجال صغير وضيق لمتفاعل بين الافراد، وتعتبر هذه المرحلة بأنها البداية لشبكات التواصل الاجتماعي، ومن أبرز الشبكات التي تكونت ونشأت في هذه المرحلة هي موقع كلاس ميتس classmates و ظير عام 1995 م، وموقع سكس وجرس sixde grees.com وظهرت عام 1997 م وسمح للمشاركين فيه بعمل قوائم أصدقاء ولم تكن مرئية للآخرين، وجذب الملايين من المستخدمين لكن أغلقت الخدمة بهذه الشبكة عام 2000 م، ومن عام 1997 م حتى عام 2001 م، ظهرت شبكات أخرى مثل: موقع لايف جونا ل live journal ، وموقع بلاك بلانت black planet وموقع asian avenue، وفي عام 2003 م ابتكر موقع فيس ماتش، وعلى الرغم من أهمية هذه الشبكات في وقت إنشائها لكنها لم تدر أرباحا على مؤسسيها، وبالتالي أغلق أغلبها.

المرحلة الثانية:

وهي المرحلة التي ظهرت بها الويب 2 (2.0web) وهي تحتوي على مجموعة من التطبيقات التي أثرت بدرجة كبيرة وبشكل واضح وملحوظ بشبكات التواصل الاجتماعي (sns)، وأضاف الويب 2 شعبية كبيرة لها على الانترنت وذلك بسبب التطبيقات المعاصرة ليا مثل : المدونات ومشاركة الفيديو والصور والملفات والمعلومات وحولت هذه التطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي من الجمود إلى الحياة والتفاعلية.⁽²²⁾

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي : هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح لمستخدميها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات، والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية. و تصنف هذه المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني للويب (2.0web) وسميت اجتماعية وبهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف على « بناء مجتمعات » لأنها أنت من مفهوم أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في شبكة الانترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه ، ومشاركة صورته ومذكراته وملفاته مع العائلة والاصدقاء و زملاء العمل⁽²³⁾ ونتيح هذه المواقع لأعضائها تقديم أنفسهم والتعبير عن آرائهم وأفكارهم وكذلك المشترك الاهتمام لجماعات تتفق فيها بينهم في الميول والآراء والاتجاهات".⁽²⁴⁾

مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بعدة مميزات منها :

- 1:- "العالمية : حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية، فيستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب في بساطة وسهولة .
- 2:- التفاعلية : فالفرد فيها مستقبل وقارئ، ومرسل وكاتب و مشارك، لذا فهي تلغي السلبية، وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهدين القراء
- 3:- التنوع وتعدد الاستعمالات : فيستخدمها الطالب لتعلم والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب لتواصل مع القراء وهكذا.
- 4:- سهولة الاستخدام : فشبكات الاجتماعية تستخدم الحروف، والرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.

5:- التوفير والاقتصادية : في الجهد، والوقت، والمال في ظل المجانية الاشتراكية والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على شبكة التواصل الاجتماعي، فهي ليست حكرا على أصحاب الأموال أو حكرا على جماعة دون أخرى " (25)

إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

لمواقع التواصل من الناحية الاجتماعية فوائد كثيرة جداً، تمكن في استمرار التواصل بين مستخدمي هذه المواقع مع بعضهم البعض، وذلك من شأنه أن يزيد من الترابط ومن قوة العلاقات بين المجتمع، فلتلك المواقع إيجابيات عديدة: منها تبادل الآراء بين المستخدمين بعضهم البعض، والتعرف على ثقافات الشعوب الأخرى فضلا عن أنها وسيلة عابرة للحدود التواصل بين الأشخاص، ففتيح للفرد تكوين صداقات من دول أخرى كما أنها وسيلة لممارسة الأنشطة الثقافية، والاجتماعية التي تهدف إلى التقارب بين الافراد ،وتسهل عملية التواصل مع الآخرين، وقد تم استخدامها مؤخرا في التجهيز للثورات الشعبية التي تهدف إلى إسقاط أنظمة الطاغية والمستبدة وتحظى برفض شعبي يجعل الشباب يفكرون في الإطاحة بها عن طريق الحشد من خلال إرسال دعوات للنزول إلى الميادين العامة والتظاهر بها ولكن لها سلبيات كثيرة أيضا ،ويمكن أن تطغى سلبياتها على إيجابياتها من الناحية التربوية والمسؤولية الاجتماعية ،فمن ضمن هذه السلبيات "كثرة تداول الإشاعات والأخبار المغلوطة ، نظرا لعدم اشتراك التأكد من المعلومة قبل نشرها ،أو نشر مصدر الخبر على تلك المواقع ،إضافة إلى غياب الرقابة على ما يكتب وما ينشر في تلك المواقع ،فهناك كثير من الشباب يقومون بنشر مواد ليست لها أي أهمية ،بل إنها ضارة ،وهناك ضرر كبير جدا لهذه المواقع ،وهو ظهور بعض الألفاظ واللغات الغريبة التي هي مزيج بين العربية والإنجليزية ويطلق عليها "الفرانكو" ومثل هذه اللغات من شأنها أن تضعف مستوى اللغة العربية لدى الأجيال القادمة وتؤدي إلى اندثار لغتنا الأصلية"

تعريف الفيس بوك ونشأته:

مصطلح الفيس بوك كما هو معروف في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي يحمل صورا ومعلومات لأفراد جامعة معينة أو مجموعة ومن جاءت تسمية المواقع وتعتبر هذه الطريقة شائعة للأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية بعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلب الموجودين في نفس الكمية. الفيس بوك بالإنجليزية موقع ويب التواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة (الفيس بوك) محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها.

نشأة الفيس بوك :

انطلق موقع فيسبوك كنتاج غير متوقع من موقع "فيس ماتش" (بالإنجليزية: Facemach) التابع لجامعة هارفارد، وهو موقع من نوع Hot or Not يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية. وقد قام مارك زوكربيرغ بابتكار الفيس ماتش في 28 أكتوبر من عام 2003، عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية. ففي هذه الأثناء، مارك زوكربيرغ وفقاً لما نشرته جريدة هارفارد كريمسون، فإن موقع "فيس ماتش" استخدم صوراً مجمعة من دليل الصور المتاح على الإنترنت والخاص بتسعة من طلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص "الأكثر جاذبية". وكما يمكن زوكربيرغ من تأسيس الموقع، فإنه لجأ إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي. "إن مبادرة جامعة هارفارد باتخاذ إجراء مضاد لذلك الفعل ربما يرجع لأسباب قانونية دون إدراك القيمة الحقيقية لذلك الانتهاك الذي ربما يحدث للعديد من الكليات الأخرى"، ورد ذلك على لسان زوكربيرغ في مدونته الشخصية. يستطرد زوكربيرغ قائلاً: "ولكن هناك أمر واحد مؤكد، وهو أنني ارتكبت حماقةً عندما أقدمت على إنشاء ذلك الموقع. على كل حال إن أي شخص آخر كان سيقوم بذلك في نهاية الأمر...". وسرعان ما تم توجيه الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي، ولكن تم إغلاقه بعد بضعة أيام من قبل إدارة جامعة هارفارد. وقد قامت إدارة الجامعة باتهام زوكربيرغ بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد، مما يعرضه للطرد من الجامعة؛ ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر. [14] وفي النصف الثاني من العام الدراسي نفسه، قام زوكربيرغ بتأسيس موقع "الفيسبوك" على النطاق thefacebook.com وتحديداً في 4 يناير من عام 2004.

وقد أدلى زوكربيرغ بتصريح لجريدة هارفارد كريمسون قائلاً، "لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذة في جامعة هارفارد". "أعتقد أنه من السخف أن تستغرق الجامعة عامين للقيام بمثل هذا العمل. يمكنني أن أقوم بالأمر على نحو أفضل منهم بكثير وفي غضون أسبوع واحد فقط". كانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الأمر على طلبة هارفارد كوليديج أقدم كليات جامعة هارفارد، وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام، قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه

الخدمة وبعد فترة وجيزة، انضم كل من إدواردو سافرين (المدير التنفيذي للشركة) وداستين موسكوفيتز (مبرمج) وأندرو ماكولام (رسام جرافيك) وكريس هيويز إلى زوكربيرغ لمساعدته في تطوير الموقع. وفي شهر مارس من عام 2004، فتح فيسبوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكولومبيا وييل. بعد ذلك، اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليغ، وشيئاً فشيئاً أصبح متاحاً للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية.

وفي شهر يونيو من عام 2004، تم نقل مقر فيسبوك إلى مدينة بالو ألتو في ولاية كاليفورنيا. وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم النطاق facebook.com عام 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي. كما قام فيسبوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر من عام 2005، وهو ما أشار إليه زوكربيرغ بالخطوة المنطقية التالية. فخلال هذه الفترة، كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة للانضمام إلى الموقع. بعد ذلك، أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات، ومن بينها شركة أبل المندمجة وشركة مايكروسوفت. وفي 26 سبتمبر من عام 2006، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاماً فأكثر والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح. وفي أكتوبر من عام 2008، أعلن القائمون على إدارة فيسبوك عن اتخاذ مدينة دبلين عاصمة أيرلندا مقراً دولياً له. في ديسمبر 2013، أضاف فيسبوك أيقونة تعبر عن عدم الإعجاب مستمدة من الأيقونة الشهيرة "أعجبني"، أيقونة عدم الإعجاب جاءت ضمن مجموعة جديدة من الأيقونات أصدرتها فيسبوك للاستخدام عبر تطبيق المحادثة الفورية المتوفرة لعدة منصات أو عبر الرسائل الخاصة من الموقع ذاته.

المزايا التي يقدمها الموقع

لم يحظى الفيسبوك بهذه الشعبية حول العالم إلا لميزاته التي جاءت تلبي حاجات الكثيرين خاصة من فئة الشباب ومن هذه الميزات:

- 1:- "أتاح فرصة للبحث عن الأصدقاء في أي مدينة من خلال الاسم أو المكان أو حتى أسم المؤسسة التعليمية التي تشارك فيها الشخص مع زملائه.
- 2:- خاصية إنشاء الصفحات العامة التي كانت بمثابة حلقة وصل بين المشاهير والجماهير التي تريد متابعتهم ومعرفة أخبارهم.
- 3:- شكل بيئة مناسبة لعمل الدعاية والإعلان وبتكلفة قليلة جداً وقد تكون مجانية.

- 4:- جاء الموقع بمثابة وسيط لعمل علاقات مختلفة وصدقات جديدة حول العالم.
- 5:- قام الموقع بإتاحة الفرصة للانفتاح وتبادل الأفكار والآراء مع مختلف الناس من شتى بقاع الأرض.
- 6:- يعطيك الفرصة لتكوين سيرتك بإنشاء صفحة خاصة بك تغذيها بالمعلومات التي تحب وتضيف عليها من الصور والمنشورات ما يحلو لك.
- 7:- يقدم خاصية المحادثة والاتصال الصوتي والمرئي عن طريق تطبيق الماسنجر المرافق له.⁽²⁶⁾
- بالإضافة إلى ذلك لا تحتاج أن تدفع المال للدخول إلى عالم الفيسبوك فالتسجيل مجاني ولا يتطلب منك إلا امتلاك بريد إلكتروني.

الوظيفة الإعلامية للإنترنت

أضحت الإنترنت وسيلة اتصال جديدة أثرت على حياة الناس بالقدر الهائل نفسه الذي كان أثر به التلفزيون على حياة الناس بل انتشر التأثير أكثر وأكثر وارتبطت الخدمات المباشرة للإعلام ارتباطاً وثيقاً بالإنترنت ودورها كوسيلة إعلام متعددة الوظائف مع إضافة جديدة هي إنها الإنترنت أصبحت جهازاً إعلامياً متفاعلاً بمعنى إنه لا يكتفي فيمن يستخدمها بدور المتلقي السلبي للمادة الإعلامية المستوردة بل يمكنه أن يتحاور معها، ويحدد بنفسه ما يريد من معلومات وي طرح وجهة نظره أمام الآخرين . إن جماهيرية انتشار الإنترنت جعلت كثيراً من أصحاب الأعمال خاصة في قطاع الإعلام. الذين ربما تجاهلوا في بدايتها الأولى يعيدون النظر ويضعون الاستراتيجيات التي تكفل الاستفادة في هذه الوسيلة الاتصالية الجديدة ((والإنترنت وسيلة مثلى وممتاحة على مدار 24 ساعة وطوال الأسبوع بدون عطلات وذلك للوصول إلى المعلومات والأخبار وغيرها من الوظائف التي تنسب لأية وسيلة إعلامية))⁽²⁷⁾ و يشكل الانفجار الإعلامي ووسائل الاتصال محورا هاما لتنامي الأدوار المنوطة بها سواء للحفاظ على الاستقرار الاجتماعي أو توظيفه في النسق العام للمجتمع المعاصر فتوثيق مراحل الاتصال أمرا لا بد منه خاصة وأنه يشكل القاعدة المادية لمختلف التطورات التي عايشها الإنسان ((فالعالم يعيش ثورة تكنولوجية عميقة في ميدان إعادة معلومات الاتصال التي أدت إلى إعادة النظر في أنماط التنظيمات الاجتماعية الاقتصادية ومن أبرز مظاهر الثورة المعلوماتية الانتشار المكثف لأدوات الاتصال و تركيز مجهودات البحث العلمي في وسائل نقل و تبادل المعلومات بعد إن لجأت معظم البلدان إلى انشاء مؤسسات ومعاهد متخصصة))⁽²⁸⁾. واستخدام الإنترنت أيا كان السبب الكامن من وراء استخدامه بدأ في الانتشار وبتزايد ملحوظ فالمواقع الالكترونية وكون معظمها

مجاني وخاصة المواقع الاجتماعية زاد من انتشارها بحيث يمكن من خلال ذلك المستخدمين الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدنية أو جهة سياسية معينة وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم فالبعض ونظرا للعدد الهائل للمستخدمين فيها يلجأ إليها لهدف الاعلان والتسويق حيث سرعة انتشار المعلومة، اما الاخرون فالسبب الرئيسي لالتجائهم إليها هو إما تعليمي أو ترفيهي وغيرها ،وايضا غيرهم يلجأ إليها لأهداف سياسية وقد ظهر هذا مؤخرا بوضوح وخاصة بعد الثورات العربية التي حدثت مؤخرا حيث استغلت الاخيرة ما بدأ يظهر على الساحة تحت مسمى الإعلام الجديد .

السمات الإعلامية لشبكة الانترنت

أضحت الانترنت حاجة ضرورية وملحة ضرورية في القرن الواحد والعشرين بحيث صارت تتنافس وسائل الإعلام التقليدية في المعلومات والتثقيف والتسلية، كما إن بإمكاناتها المتقدمة في الاتصالات وتعدد أوساطها استطاعت أن تجمع إمكانيات التلفزيون والراديو والهاتف في وسط واحد ويقول برودي ((بينما يستمر التلفزيون في الوفاء بتوقعاته الماكلوهانية في كونه النافذة إلى العالم فاق الإعلام الرقمي وخاصة تلك الموصولة والمشبوكة عن طريق الانترنت . تعمل في الحقيقة على وصل المستخدم بالعالم))⁽²⁹⁾. أضحت الانترنت وسيلة اتصال جديدة تؤثر على حياة الناس بالقدر الهائل نفسه الذي يؤثر به التلفزيون وإن التأثير بالتأكيد هنا أوسع و أسرع ((ترتبط الخدمات المباشرة للإعلام ارتباطا وثيقا بالإنترنت ودورها كوسيلة إعلام متعددة الوظائف مماثلة للتلفزيون في إضافة جديدة هو إنها أصبحت جهازا إعلاميا متفاعلا لا يكتفي فيمن يستخدمها بدور المتلقي السلبي للمادة الإعلامية المنشورة بل يمكنه أن يتحاور معها ويحدد بنفسه ما يريد من معلومات و يطرح وجهة نظره أمام الآخرين))⁽³⁰⁾.

الإعلام الجديد

ويرى المتحمسون لهذه التقنية كوسيلة إعلامية جديدة إن في الانترنت صورة قصوى لديمقراطية المعلومات تحت شعار المعلومات في كل وقت وكل مكان ولكل الناس حيث يرى البعض ويصر على إنها فوضى للمعلومات وتحيزها وهناك من ينذر بحرب معلومات فادحة وهؤلاء يمكن لنا أن نصنفهم بأصحاب النظرة المتشائمة، وبين ذلك وذاك متفائل ومتشائم يجب إن تقر بأن هناك إعلام جديد ظهر لنا على الشاشة ولقد عرفه عبد المحسن بدوي ((بأنه مجموعة تقنيات الاتصال التي ولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام ولكن هناك صعوبة كبيرة في الاتفاق لتحديد مفهوم واضح المعالم للإعلام الجديد بسبب

حالته الديناميكية فما يكون جديد اليوم يصبح في المستقبل من التاريخ وهناك تطور مذهل كبير في مجال تكنولوجيا الإعلام الجديد و يشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يبيث أو ينشر عبر الوسائل الإعلامية المعروفة ((³¹)

هكذا فقط تعددت مفاهيم الاعلام الجديد الا انها تصب في نفس الاتجاه كما عرفه عبد الرحمن كنهل بانه " هو الراي والمعلومة الخبر . الخبرات . التجارب . الصور ومشاهد الفيديو التي تنشر الكترونيا من قبل أفراد مستقلين غير خاضعين لقيود نظام سياسي أو غيره سوى التزام الفرد الشخصي بما يؤمن به من قيم ومبادئ وفق ما لديه من رقابة وبالتالي فالذي يشكل الاعلام الجديد هو المدونات والمدونات المصغرة والشبكات الاجتماعية مثل الفيس بوك وتويتر ومواقع الصور والفيديو مثل اليوتيوب "³²). وأيضاً عرف موقع ويكيديا الإعلام الجديد "انه مصطلح حديث يصاد مع الإعلام التقليدي كون الإعلام الجديد لم يعد نخبة متحكمة او قادة إعلاميين بل أصبح متاحا لجميع شرائح المجتمع وأفراده والدخول في استخدامه والاستفادة منه طالما تمكنوا و أجادوا أدواته ولا يوجد تعريفا محددتا حتى يحدد مفهوم الإعلام الجديد بدقة إلا أن الإعلام البديل، هو الإعلام الاجتماعي، مواقع الاتصال الاجتماعي، وصحافة المواطن، و الصحافة الالكترونية "³³). و تعيش تكنولوجيا الإعلام الحالية تغيرات هي الرابعة من نوعها في العصر الحديث وذلك عقب اختراع الطباعة والصحف والراديو ثم التلفزيون والتغير الذي نشهده اليوم يعتمد على استخدام الكمبيوتر في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات فهذه الخاصية هي في الحقيقة مشتركة بين الإعلاميين القديم و الجديد و الفرق هو إن الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم ((يتميز الإعلام الجديد بأنه إعلام متعدد الوسائط ويعني إن المعلومات التي يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصوت والصورة والفيديو مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيراً، وهذه المعلومة هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل الكتروني و تتميز تكنولوجيا الإعلام الجديد أيضا بسهولة استخدامها وهي بخصائصها تلك سوف تغير كثيرا في الإعلام، إن الاتجاه الحالي هو أن تتحول جميع الوسائل الإعلام تدريجيا إلى النظام الرقمي ومما يساعد على ذلك هو الانخفاض الكبير في أسعار الحاسبات الرقمية في عالم اليوم الذي أصبح يتبنى مفهوما يقوم على عولمة الاتصالات مما يمكن من إزالة جميع تلك العناصر التي تعمل على تحديد و فصل نظم الفيديو والسمعيات ((³⁴) وفي ظل هذا الفضاء الالكتروني الرحب، أصبح للقائمين بالاتصال بث وإرسال وتلقي واستقبال المعلومات بحرية وبدون قيود أو ضغوط والإسهام والنقاش والحوار

على مساحة أرض دولية وبأشكال جديدة من التعبير لم يعهدها البشر من قبل الان أصبحت تمثل لهم بديلا مغايرا للمعلومات والآراء والأفكار .

الدراسة الميدانية :-

اختيار العينة:

نظراً لأن مجتمع الدراسة كبير، فإن الباحثة قامت بتحديد عينة الدراسة بطريقة عشوائية ، وقامت الباحثة بتوزيع الاستمارات الالكترونية كرابط وتم ارساله إلى عينة من الجمهور الليبي.

اختبار الصدق والثبات:

أولاً: اختبار الصدق: يقصد به التأكد من مدى ملائمة الاستمارة لقياس الأهداف التي وضعت من أجلها، ولكي يتأكد للباحثة ما إذا كانت الاستمارة صالحة وتخدم الغرض، وإمكانية الاعتماد على النتائج وتعميمها، وللتحقق من صدق الاستمارة، قامت الباحثة بإتباع الخطوات التالية: عرض الاستمارة على عدد من المختصين في مجال الإعلام والعلوم الاجتماعية، باعتباره الأقرب للإعلام من حيث مناهج البحث العلمي، حيث طرحت العديد من التساؤلات والتعديلات المقترحة من المحكمين.

ثانياً: اختبار الثبات: لقياس مدى ثبات الاستبيان الخاص بالجمهور، استخدمت الباحثة أسلوب اختبار

وإعادة الاختبار على عينة عشوائية قوامها 10 مفردات، وذلك لقياس مدى ثبات الإجابات، وبعد فترة زمنية قامت الباحثة بتوزيع الاستمارة على المفردات نفسها، وذلك لأجل معرفة مدى الاتساق والترابط بين المرة الأولى والثانية في الإجابات، وبناء على البيانات قامت الباحثة بحساب الثبات وفق معادلة كوبر وكانت كالتالي:

$$\text{معادلة كوبر} = \frac{\text{عدد مرات الاتفاق}}{\text{عدد مرات الاختلاف} + \text{عدد مرات الاتفاق}}$$

حيث إن :

$$\text{عدد أسئلة الاستبيان} = 11 \text{ سؤال}$$

$$\text{عدد المبحوثين الذي اجري عليهم الاختبار} = 10 \text{ مبحوثين}$$

$$\text{مجموع الفقرات التي اجاب عنها المبحوثين} = 11 \times 10 = 110 \text{ فقرة}$$

عدد الاجابات التي اتفق عليها المبحوثين في المرة الاولى والثانية هي 100 سؤال .

بلغ عدد الاجابات التي اختلف عليها المبحوثين في المرتين الاولى والثانية = 10 إجابة ، وبتطبيق

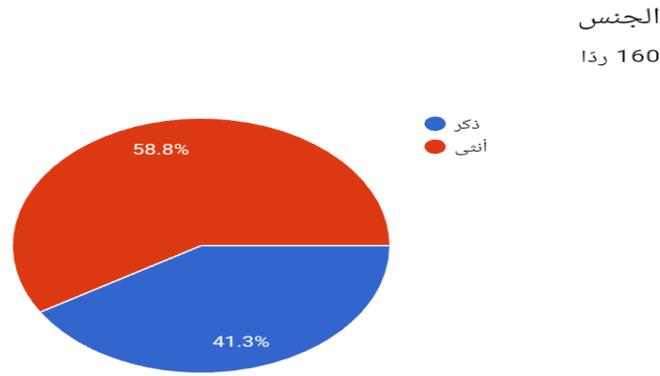
المعادلة كانت النتيجة كالآتي :

$$= \frac{100}{100+10} 0.90$$

وبالتالي فإن قيمة معامل ثبات الاستمارة (0.90) وهي نتيجة تدل على ثبات الاستمارة .

الدراسة الميدانية وتحليلها

الشكل الأول

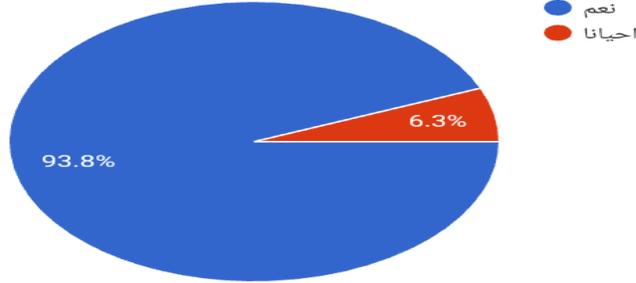


توضح الشكل الاول جنس أفراد العينة المبحوثة والمتمثلة في 160 فرد تم اختيارها بشكل عشوائي بتوزيع الاستمارة على صفحات و أماكن متفرقة من ليبيا إلكترونيا وأظهرت النتائج ان 58% كانت من الاناث و 41.3% كانت ويعزوا ذلك الى الاختيار العشوائي للعينة .

الشكل الثاني

هل تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي

160 ردًا



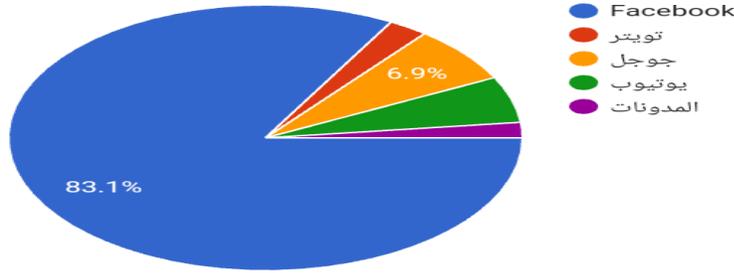
يوضح الشكل الثاني استخدام العينة المبحوثة لوسائل التواصل الاجتماعي وأظهرت النتائج إن 93.8% أجابوا بنعم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي ، في حين من أجابوا بأحيانًا 6.3% وهذا مؤشر يدل على أن أغلب العينة المبحوثة تستخدم الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي.

الشكل الثالث

أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي

تستخدمها

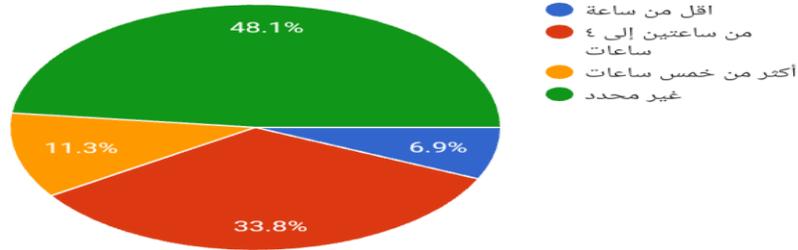
160 ردًا



يوضح الشكل الثالث إجابة المتغير الثالث للعينة المبحوثة عن أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها العينة المبحوثة وأظهرت النتائج إن 83.1% أهم شبكة لهم هي facebook في حين من يستخدمون تويتر 6.9% في حين تقسمت باقي النسبة بين google , تويتر ويوتيوب والمدونات .

الشكل الرابع

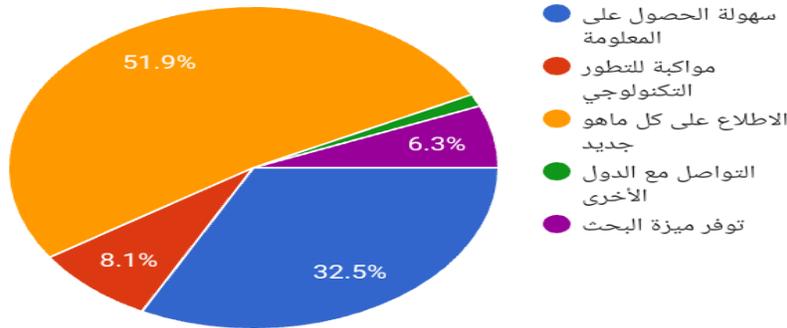
متوسط استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي
160 رداً



يوضح الشكل الرابع الوقت التي تقضيها العينة في تصفح الانترنت وتحديد وسائل التواصل الاجتماعي كانت إجابة العينة إن التي تجلس لوقت غير محدد بنسبة 48.1% ومثلت أعلى نسبة وهذا يوضح ان ما يقارب منتصف العينة يجلسون في أوقات غير محددة يقبلون شبكات التواصل الاجتماعي .

الشكل الخامس

دوافع استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي
160 رداً

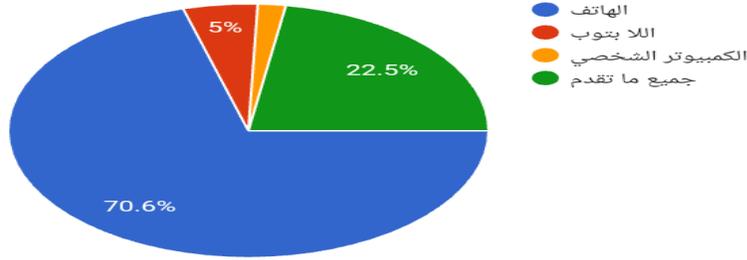


الشكل الخامس يوضح إجابة العينة المبحوثة دوافع استخدام العينة المبحوثة لشبكات التواصل الاجتماعي للاطلاع على كل ما هو جديد وبنسبة 51.9% ، ولسهولة الحصول على المعلومة 32.5% ، في حين جاءت في المرتبة الثالثة لمواكبة التطور التكنولوجي وبنسبة 8.1%، وبالاخير لتوفر ميوذزة البحث وبنسبة

6.3% ، وهذا المؤشر لهذا السؤال يدل على ان الاطلاع على كل ماهو جديد والحصول على المعلومة هي الدافع الرئيسي والدافع الكبير لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

الشكل السادس

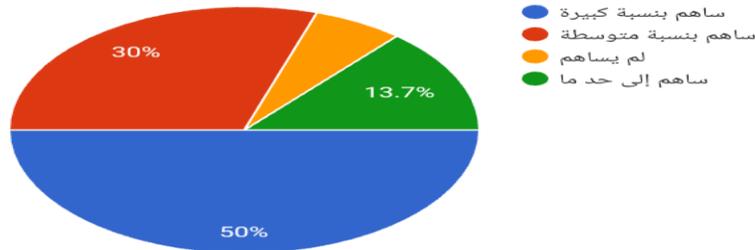
التقنية والوسيلة التي تفضلها لأحد المعلومة من وسائل التواصل الاجتماعي
160 ردًا



الشكل السادس يوضح إجابة العينة المبحوثة عن المتغير السابع عن ما هي التقنية التي يفضلها لأخذ المعلومة من وسائل التواصل الاجتماعي حيث أجاب افراد العينة ان 70% يستخدمون الهاتف ، في حين إن 22.5% يفضلون استخدام الهاتف والاب توب والكمبيوتر وبشكل كلي ،إجابة هذا المتغير توضح لنا ان الطريقة التي يتحصل عليها الافراد على المعلومة وهي الهاتف وكثيرا ما تكون متوفرة وبين أيدي العينة .

الشكل السابع

ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في ترسيخ المعلومات حول فايروس وجائزة كورونا
160 ردًا

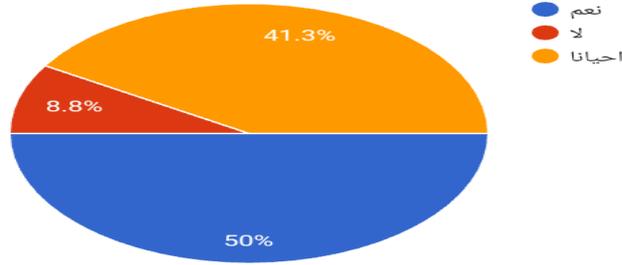


يوضح الشكل السابع هل ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في ترسيخ المعلومات حول فايروس كورونا وجاءت الاجوبة إن 50% أجابوا بأنها ساهمت بنسبة كبيرة ، في حين من ساهم بنسبة متوسطة بنسبة 30%

، ومن ساهم الى حد ما نسبة 13.7% . بينت نتائج الدراسة لهذا المتغير ان وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت بنسبة كبيرة في ترسيخ المعلومات .

الشكل الثامن

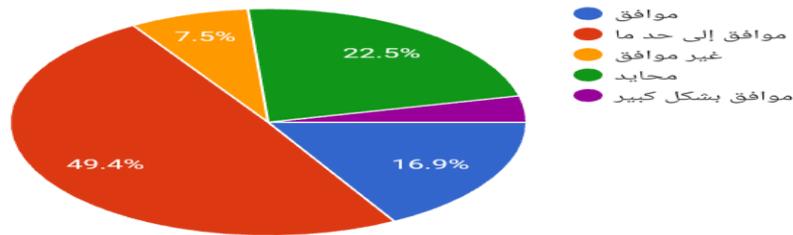
هل تعتقد أن وجود صور ومقاطع فيديو يزيد من مصداقية الأخبار جاذبيتها وتأكيد المعلومات
160 ردًا



توضح نتائج الشكل الثامن هل وجود الصور يزيد من مصداقية الاخبار وجاذبيتها وتأكيد المعلومات فمن اجابوا بنعم 50% ، ومن اجابوا بأحيانا بنسبة 41.3% ومن اجابوا ب لا نسبة 8.8% وهذا يؤكد ان المعلومات تعززها وسائل التواصل الاجتماعي بالصورة

الشكل التاسع

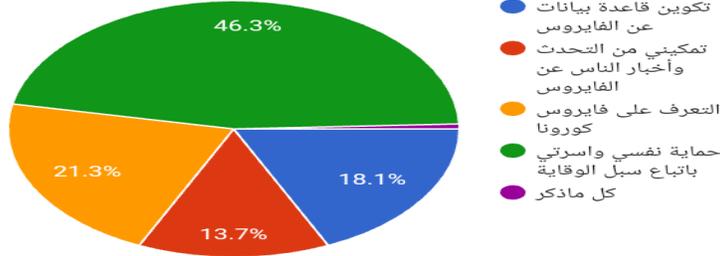
المعلومات التي تحصلت عليها من وسائل التواصل الاجتماعي حول فايروس كورونا صحيحة
160 ردًا



يوضح الشكل العاشر حول المعلومات التي يتحصل عليها من وسائل التواصل الاجتماعي هل هي صحيحة ام لا فجاءت اجوبة العينة المبحوثة . 49.4% انهم موافقين الى حد ما ، 22.5% اجابو بانهم محايدين ، 16.9% انهم موافقين ان المعلومات صحيحة ، 7.5% غير موافقين.

الشكل الحادي عشر

من خلال متابعتي للمعلومات وأخبار فايروس كورونا تمكنت من
160 ردًا



الشكل الحادي عشر يوضح اذا كانت اخبار فايروس كورونا قد مكنت افراد العينة من عدة امور وكانت نسبة 46.3% مكنتهم من حماية انفسهم واسرتهم ، 21.3% التعرف على فايروس كورونا، 18.1% ساهمت المعلومات في تكوين قاعدة بيانات لديهم عن الفايروس، وبينت اجابة هذا المتغير ان العينة تعتمد على وسائل التواصل كمصدر لتكوين واستقاء المعلومات

نتائج الدراسة :-

1:- أظهرت نتائج الدراسة إن اغلب جمهور عينة الدراسة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي ويفضلون الفيس بوك كشبكة وينسبة 81.3% ويستخدمون الانترنت بوقت غير محدد ، وهذا يوضح استخدام الانترنت وتوفره في كل وقت وبهذا يكون مصدر للمعلومة .

2:- أظهرت نتائج الدراسة إن دوافع استخدام العينة المبحوثة للإنترنت هي الاطلاع على كل ما هو جديد وايضا سهولة الحصول على المعلومة وأغلبهم يفضلون الهاتف كتقنية ووسيلة لأخذ المعلومة من وسائل التواصل الاجتماعي .

3:- أظهرت نتائج الدراسة إن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في ترسيخ المعلومات حول فايروس كورونا ونسبة كبيرة وهذا بالاضافة إلى أثر الصورة والفيديو في ترسيخ المعلومات والخبر .

4:- أظهرت نتائج الدراسة إن متابعة أخبار والمعلومات عن فايروس كورونا من خلال شبكات التواصل مكنت العينة المبحوثة من حماية انفسهم وعائلتهم وأيضا تكوين قاعدة بيانات حول فايروس كورونا .

المقترحات والتوصيات :-

- 1- ضرورة الاهتمام بشبكات التواصل الاجتماعي لما لذا من اهمية في وسائل الاتصال والتواصل مع الجمهور ، حيث اوضحت من اهم الوسائل الفعالة والتي يعزي لدورها في عمليات التغيير.
- 2- توصي الدراسة بضرورة الاهتمام بشبكات التواصل الاجتماعي ، والعمل علي انشاء صفحات رسمية ، يتم اعتمادها كمصدر رسمي .
- 3- توصي الدراسة الاهتمام بأدوات الاعلام الجديد بشكل عام ، من قبل المؤسسات الاعلامية ومن الاعلاميين بشكل خاص.
- 4- توصي الدراسة المؤسسات الاعلامية ومواكبة التطور التكنولوجي بحيث تساهل في نشر المعلومة والوعي الثقافي للمعلومات .

الهوامش:

- 1- رضا عبد الواحد أمين ، الصحافة الالكترونية ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2007 ، ص 15
- 2- المرجع نفسه- ص 15
- 3 - : السيد أحمد مصطفى عمر. (2002) البحث العلمي، إجراءاته ومناهجه ، القاهرة: مكتبة الفلاح، ص 166
- 4 : مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر. (2007) :مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام و العلوم السياسية، الإسكندرية: دار الوفاء، ص 95
- 5 - موسوعة ويكيبيديا – تاريخ الزيارة 31-10-2020 ساعة الزيارة 8:45 مساء
- 6- كرم شلبي، الخبر الإذاعي فنونه وخصائصه في الراديو والتلفزيون، دار مكتبة هلال بيروت دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008، ص 17
- 7- عابدين دردير الشريف، نظريات الإعلام مفهومها ودورها واستخدامها وتوظيفها في البحث العلمي الإعلامي، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 43، السنة 2008، مركز البحوث والمعلومات والتوثيق الثقافي والإعلامي، طرابلس، ليبيا، مجلة البحوث العلمية، ص 180
- 8- عابدين دردير الشريف - نظريات الإعلام مفهومها ودورها واستخدامها وتوظيفها في البحث العلمي الإعلامي ، مجلة البحوث الإعلامية العدد 43 ، مركز البحوث والمعلومات والتوثيق الثقافي والإعلامي ، طرابلس ، ليبيا، السنة 2008
- 9- / وجدي حلمي عيد عبد الظاهر جامعة ام القرى: <https://uqu.edu.sa/page/ar/181765> 2013
- 10- محمد منير حجاب - نظريات الاتصال - ط1- القاهرة - دار الفجر للنشر والتوزيع - 2010 - ص " 297 "
- 11- محمد عبد الرحمن الحضيف - كيف تؤثر وسائل الإعلام (دراسة في النظريات والأساليب) ط 2 ، الرياض مكتبة العبيكات ، 1998 ، ص " 26 "
- 12- محمود حسن إسماعيل - الطفل و الكمبيوتر - ط1 - القاهرة - الدار العالمية للنشر و التوزيع - 2003 - ص " 55 "
- 13- محمود حسن إسماعيل - المرجع السابق - ص " 56 "
- 14- عبد الملك ردمان الدناني - الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، دار الفجر الجديد للنشر والتوزيع - 2003 ص 42
- 15- فيصل أبو عيشة - الإعلام الالكتروني الطبعة الأولى، عمان الأردن - دار أسامة للنشر و التوزيع - 2010 - ص " 81 "
- 16- عبد الحميد طاهر الزوي - الهوانيات الفضائية و أثرها في تشكيل اتجاهات الشباب في المجتمع الليبي - بنغازي - ا مجلس الثقافة العام - 2008 - ص " 57 "
- 17- أرنوددو فور - arnoddwfour- زدني علما - انترنت - ط2 - ترجمة منى ملحيس - مركز التعريب والترجمة - القاهرة ، الدار العربية للعلوم - 1998 - ص " 11 "
- 18- علياء عبد الفتاح رمضان - استخدام أعضاء هيئة التدريس لتكنولوجيا الاعلام و دورها في تحقيق جودة التعليم - مجلة البحوث الإعلامية مجلة فصلية متخصصة محكمة - العدد 47 - تصدر عن مركز البحوث والتوثيق الإعلامي طرابلس 2010 - ص " 134 "
- 19- عبد الرزاق الدليمي - الإعلام الجديد و الصحافة الالكترونية ، عمان - دار وائل للنشر و التوزيع ، 2011 - ص " 50 "

- 20- علي محمود العائدي - الإعلام العربي أمام التحديات المعاصرة - دراسات إستراتيجية ، الطبعة الأولى ، أبو ظبي مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية ، 1999 - ص " 57
- 21- فيصل ابو عيشة مرجع سابق ص 49
- 22 :- خديجة عبد العزيز علي ابراهيم ، واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية ، دراسة ميدانية - جامعة صعيد مصر ، يوليو 2014 م، ص 428، 429
- 23 وائل مبارك خضر فضل الله ، أثر الفيس بوك على المجتمع ، ط 1، السودان ، نوفمبر 2011 - ص 7.
- 24 :- منال محمد عباس، القيم الاجتماعية في عالم تتغير ، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ص 8
- 25 :- رشا أديب محمد عوض ، آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عمى التحصيل الدراسي للأطفال في محافظة - طولكرم من جهة النظر ربّات البيوت ، مشروع تخرج استكمالاً لمحصل عمى درجة البكالوريوس ، جامعة القدس المفتوحة
- 26 - تاريخ الزيارة 2019/2/14 الساعة التاسعة ونصف ليلاً <https://weziwezi.com>
- " 110 " - صفية خليفة بن مسعود - مرجع سبق ذكره - ص 27
- 28- فاطمة الزواوي - ذكاء الإعلام في عصر المعلوماتية - مجلة البحوث الإعلامية مجلة فصلية تعنى بأبحاث ودراسات وسائل الاتصال الجماهيري - تصدر عن مركز البحوث والتوثيق الإعلامي - طرابلس - العدد 29 - 30 - لسنة 2004 - ص " 184 "
- 29- فيصل أبو عيشة - مرجع سبق ذكره - ص " 204 "
- 30- عبد الملك ردمان الدناني - الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت - دار الفجر للنشر والتوزيع - الطبعة الأولى - 2003 - ص " 111 "
- 31- عبد المحسن بدوي محمد أحمد - الإعلام العربي والمستجدات الحديثة - مجلة الأمن والحياة إعلامية أمنية ثقافية - تصدر شهريا جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية - العدد 338 - 2010 - ص " 68 "
- 32- عبد الرحمن كنهل - ماهو الموسوعة ويكيبيديا - الاعلام الجديد - تاريخ الزيارة 2013\4\24 الساعة 3:10 ظهرا يوم الاربعاء اعلام الجديد - تاريخ الزيارة 2020\10\4 - الساعة 2:48 ظهرا يوم الاربعاء - www.aalkanhal.com
- 33- موسوعة ويكيبيديا - الاعلام الجديد - تاريخ الزيارة 2020\10\4 - الساعة 3:10 ظهرا يوم الاحد ar.wikipedia.org
- 34- محمد جمال الفار - المعجم الإعلامي - عمان - دار أسامة للنشر والتوزيع - الطبعة الأولى - 2006 - ص " 105 "