

دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام دراسة على عينة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي

أ.الصالحة محمد مسعود الدماري

قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة سبها

als.aldeemaree@sebhou.edu.ly

ملخص

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينيات من القرن الماضي نقلة نوعية وتورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث انتشرت شبكة الإنترنت في كافة أرجاء المعمورة وتمكنت بفضل تقنياتها المتعددة من ربط أطراف هذا العالم ، حتى بات غرفة صغيرة وليس قرية كونية فقط، كما مهدت هذه الشبكة،متسارعة النمو الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة والمحتوى المتنوع المتاح فيها، حتى أصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، ثم ظهرت المواقع الإلكترونية والمدونات الشخصية وشبكات التواصل، التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث، وولقت نوعاً من التواصل بين أصحابها ومستخدميها من جهة، وبين المستخدمين أنفسهم من جهة أخرى.

وقد شكل ظهور شبكات التواصل الاجتماعي مثل: (الفييس بوك، تويتر، ماي سبيس، لايف بوون، هاي فايف، أوركت، تاجد، ليكند إن، وغيرها)، التي أتاحت البعض منها مثل: (الفييس بوك) تبادل مقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين؛ ثورة حقيقية في مجال الإعلام والنشر وتبادل المعلومات. ونحن نتحدث اليوم عن حقبة من الزمن وهي حقبة المواقع الإلكترونية للتواصل الاجتماعي، التي عملت على نقل أهمية الإنسان داخل المجتمع إلى العالم الخارجي ومنحته الحرية في التعبير دون قيود أو خوف، لا سيما بعد أن كان الوضع في السابق محصوراً في إطار الجماعات والكتل السياسية القادرة على التحرك والتنظيم، أما الآن فقد أصبح الفرد هو من يقود الثورات، وهذا ما أثبتته الثورات العربية أخيراً، حيث نقلت الشبكات الإلكترونية إحساس (المواطن ورأيه في

أي قضية يريد طرحها (هذا الانتشار وذلك الاستخدام المتعاطم لهذه الشبكات والاعتماد عليها جعلها مصدرا قويا للمعلومات، من هنا يمكن أن ننطلق بورقتنا هذه التي تمثل محاولة لقراءة شكل وطرق التأثير والتأثير ما بين وسائل الإعلام و الرأي العام)الجمهور، (وهذا المحاولة تأتي في زمن "القرية الصغيرة" التي بانّت تتحقق في عصر الفضاء المفتوح وشبكة الإنترنت اللاتي كسرن كل الحدود والمعايير في مفهوم التأثير والأثر الذي قد يحدث نتيجة للرسالة التي تبثها وسائل الإعلام. وبشكل أكثر دقة، تحاول هذه الورقة تسليط الضوء على تأثير الإعلام المجتمعي في تشكيل الرأي العام، وترتيب الأولويات لدى الجمهور فيما يخص القضايا الرئيسية التي يعيشونها. أول بأول فلا يمكن تجاهل التأثير القوي لوسائل الإعلام الاجتماعية على الشعوب، ودفعها للتحرك والمشاركة في الحياة العامة، من خلال فتحها المجال لتبادل ومشاركة المعلومات بين الجميع، بخلاف وسائل الإعلام التقليدية التي تصب المعلومات باتجاه واحد لتتشكل ثنائية المنتج أو لمتلقي السلبي.

فوسائل الإعلام الاجتماعية، على غرار موقعي التواصل الاجتماعي "تويتر" وتحديدًا "فيس بوك" الذي يقارب عدد مستخدميه النصف مليار، تجاوزت حقيقة الدور الإخباري لوسائل الإعلام، وحققت الأهم بخلق التواصل والتفاعل بين الناس للمشاركة بأنفسهم وبمختلف مستوياتهم الثقافية في صنع الخبر ونشره بأقصى سرعة ومن هنا سندرس كيف أثرت وسائل التواصل الاجتماعي في تكوين رأي عام وعلى هذا وانطلاقاً من الدور الفاعل والمؤثر لهذه الشبكات تأتي هذه الدراسة التي تنتمي إلى البحوث الوصفية لتدرس واقع شبكات التواصل الاجتماعي، وتناولها للأحداث والظواهر والمواقف والآراء، وتحليلها وتفسيرها لمعرفة تأثيرها في تشكيل الرأي العام المجتمع الليبي .

مشكلة الدراسة:

من كل ما سبق يمكننا بلورة مشكلة الدراسة في الإجابة عن مجموعة من التساؤلات والافتراضات العلمية التي يمكن طرحها في إطار التساؤل البحثي التالي: ما طبيعة الدور الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى المجتمع الليبي؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الآتي:

- 1:- أنها تعنى بدراسة دور شبكات التواصل الاجتماع تشكيل الرأي العام لدى المستخدمين .
- 2:- تأتي أهمية الدراسة من خلال محاولاتها الوصول إلى تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي في الرأي العام، والكشف عن مواطن القوة والضعف التي تعكسها هذه الشبكات حتى يمكن تلافي تأثيراتها السلبية.
- 3:- قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على حشد الشباب نحو فكرة أو موضوع أو قضية أو حدث معين، من خلال الصفحات التي تنشأ لهذا السبب، ويُنشر فيها العديد من الحقائق والآراء والمعلومات، ويشترك فيها المستخدمون ويتفاعلون معها مما يزيد مدركاتهم ووعيهم وإبداء آرائهم بكل حرية.
- 4:- تكمن أهمية الدراسة في كونها من الدراسات التي تناولت دور شبكات التواصل في تعبئة الرأي العام لدى الشباب، إضافة إلى أهمية هذه الشبكات في تشكيل الرأي العام وتكوينه، إذ تعد إحدى مستجدات تكنولوجيا الرأي العام في الحصول على المعلومات الإلكترونية المفيدة، التي تخدم القضايا الاجتماعية والسياسية بما تتضمنه من مواد نصية ورسوم وصور ثابتة ومتحركة وغير ذلك.

أهداف الدراسة:

تكمن أهداف الدراسة في الآتي:

- 1:- معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام .
- 2:- تعرّف القضايا التي يتداولها المستخدمون في شبكات التواصل الاجتماعي.
- 3:- تعرّف أسباب ارتياد المستخدمين شبكات التواصل الاجتماعي.
- 4:- تعرّف مدى الاستفادة التي يحققها المستخدمون من مواقع التواصل الاجتماعي.
- 5:- توضيح سلبيات وإيجابيات شبكات التواصل، وتأثيرها في الرأي العام لدى طلبة الجامعات الليبية.
- 6:- الكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاه العام لدى طلبة الجامعات .

تساؤلات الدراسة :-

- 1- ما أهم أسباب استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما أهم الموضوعات التي يحرص المبحوثون على متابعتها في شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 3- ما أكثر القضايا أهمية بالنسبة للمبحوثين في المتابعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 4- ما موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام؟
- 5- سليات شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين؟

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 " ⁽¹⁾ ويرتبط اختيار المنهج المتبع في الدراسة بناء على الإشكالية التي تم تحديدها، وبما أننا في دراستنا هذه نسعى إلى جمع معلومات حول امكانية تشكيل الراي من خلال متابعة وسائل التواصل الاجتماعي تنتمي 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 و الوقائع 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"⁽²⁾ واعتماد منهج المسح الوصفي في الدراسة يعود بالدرجة الأولى إلى اعتباره أحد الأشكال الخاصة بجمع الخاصة بجمع المعلومات عن الافراد وسلوكياتهم وادراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم

1- السيد أحمد مصطفى عمر. (2002) البحث العلمي، إجراءاته ومناهجه، القاهرة: مكتبة الفلاح، ص 166

2 - مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر. (2007) مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام و العلوم السياسية، الإسكندرية: دار الوفاء،ص95

كما يعتبر الشكل الرئيسي لجمع المعلومات

مجتمع وعينة الدراسة:

حددت الباحثة مجتمع الدراسة في طلبة الجامعات الليبية حيث تعد الجامعة أهم مؤسسة تعليمية معنية بتأهيل الشباب علمياً وثقافياً وسياسياً، ويمثل طلاب الجامعة أهم شرائح لمجتمع تفاعلا مع تقنيات الاتصال من جانب، بالإضافة إلى قدرة الشباب على استيعاب تكنولوجيا وسائل الإعلام الجديدة والتعامل معها من جانب آخر، فعن عينة الدراسة فقد أخذت بطريقة عشوائية من طلاب وطالبات الجامعات الليبية ، وقد تمثلت عينة الدراسة في (100) مفردة من طلبة الجامعات الليبية على اختلاف كلياتها (العملية والنظرية،) كليات العلوم الاجتماعية، وكليات العلوم الطبية، وكليات العلوم التطبيقية عن طريق استبيان الكتروني تم توزيعه على شبكات التواصل الاجتماعي التي يرتادها طلاب تلك الجامعات .

حدود البحث:

أ- الحدود الموضوعية: دراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى مستخدمي الانترنت .

ب- الحدود المكانية: تم تطبيق الاستبانة لتعرف دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلاب الجامعات الليبية (إناث وذكور).

ج- الحدود الزمانية: تم تطبيق الاستبانة في الفترة من 2019/7/15 الى غاية 2019/8/15

نظريات الدراسة.

"إنّ النظرية هي التي تحدد للباحث ما يقوم به أو ما يفعله من إجراءات أو خطوات"⁽³⁾، وعليه فإن هذه الدراسة تعتمد على نظريتي الاستخدام، والإشباع، والاعتماد على وسائل الإعلام.

نظرية الاستخدامات والإشباع:.

3-عابدين الدبير الشريف . نظريات الإعلام مفهوماً ودورها واستخدامها وتوظيفها في البحث العلمي الإعلامي ،مجلة البحوث الإعلامية العدد 43 ، مركز البحوث والمعلومات والنوثيق الثقافي والإعلامي ، طرابلس ، ليبيا، السنة 2008.

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".⁽⁴⁾

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".⁽⁵⁾

ووضعت خمسة فروض وهي:

"إن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الإعلام؛ لتحقيق أهداف مقصودة تلبي 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

4. محمد منير حجاب . نظريات الاتصال . ط1- القاهرة - دار الفجر للنشر والتوزيع . 2010 - ص " 297 " .

5. محمد عبد الرحمن الحضيف . كيف تؤثر وسائل الإعلام (دراسة في النظريات و الأساليب) ط 2 ، الرياض مكتبة العبيكات ، ، 1998 ، ص " 26 "

دائماً تحديد احتياجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع حاجاتهم.⁽⁶⁾

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".⁽⁷⁾

ومن هنا فإن منظور الاستخدامات والإشباع يحقق ثلاثة أهداف رئيسية:

"السعي إلى اكتشاف كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار، ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته .

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

6. محمود حسن إسماعيل . الطفل و الكمبيوتر . ط1 . القاهرة - دار العالمية للنشر و التوزيع . 2003 . ص 55 ."

7. محمود حسن إسماعيل . المرجع السابق . ص 56 ."

التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام؛ بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري"⁽⁸⁾

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"⁽⁹⁾

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"⁽¹⁰⁾

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 والتسليمة، كما إن بإمكاناتها المتقدمة في الاتصالات وتعدد وسائلها 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"⁽¹¹⁾

8. حسن عماد مكاوي، بيلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط5، القاهرة، دار المصرية اللبنانية، 2003، ص241 .

9- عبد الملك ردمان الدناني . الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الفجر الجديد للنشر والتوزيع . 2003 ص 42

10. فيصل أبو عيشة . الإعلام الالكتروني، الطبعة الأولى، عمان الأردن . دار أسامة للنشر و التوزيع . 2010 . ص " 81 "

11. عبد الحميد طاهر الزوي . الهوانيات الفضائية و أثرها في تشكيل اتجاهات الشباب في المجتمع الليبي . بنغازي . ا مجلس الثقافة العام . 2008 . ص " 57 "

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 اقتصر 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"⁽¹²⁾ و"تعد 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"⁽¹³⁾.

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)

12. أرنوددوفور . amoddwfour. زمني علما . انترنت - ط2 . ترجمة منى ملحيس - مركز التعريب والترجمة . القاهرة ، الدار العربية للعلوم . 1998 . ص"11"

13. علباء عبد الفتاح رمضان . استخدام أعضاء هيئة التدريس لتكنولوجيا الإعلام 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"

وتعني الشبكة ليكون المعنى بشكل مبسط الدخول إلى الشبكة⁽¹⁴⁾.

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 تندمج ضمنها وتعمل بموازاتها جميع الوسائل الأخرى. وهذا ما أكده علي العائدي حين قال "يعد الحديث عن الإنترنت حديثاً عن العولمة والقرية الكونية والتقنية بحداثتها 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⁽¹⁵⁾.

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"⁽¹⁶⁾.

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:

14. عبد الرزاق الدليمي . الإعلام الجديد و الصحافة الالكترونية ، عمان . دار وائل للنشر و التوزيع ، 2011 . ص 50 "

15. علي محمود العائدي . الإعلام العربي أمام التحديات المعاصرة . دراسات إستراتيجية ، الطبعة الأولى ، أبو ظبي مركز الإمارات للدراسات و البحوث الاستراتيجية ، 1999 . ص "

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 إن 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 وظهر 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 جونال 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 يحتوي 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. (17)

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 تهمة ، ومشاركة صورته ومذكراته وملفاته مع العائلة والاصدقاء و زملاء العمل. (18)

"وتتيح هذه المواقع لأعضائها تقديم أنفسهم والتعبير عن آرائهم وأفكارهم وكذلك المشترك الاهتمام لجماعات تتفق فيها بينهم في الميول والآراء والاتجاهات". (19)

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 .

17- خديجة عبد العزيز علي ابراهيم ،واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية، دراسة ميدانية - جامعة صعيد مصر ،نوفمبر 2014 م، ص 428،429.

18- وائل مبارك خضر فضل الله ،أثر الفيس بوك على المجتمع ،ط1،السودان :نوفمبر 2011-ص7.

19- منال محمد عباس، القيم الاجتماعية في عالم نتغير، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ص8 .

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 حكراً على أصحاب الأموال أو حكراً

على جماعة دون أخرى " (20)

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 فضلاً 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 مؤخراً 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

20- رشا أديب محمد عوض ،آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة - طولكرم من جهة النظر ربات البيوت ،مشروع تخرج استكمالاً

لمحصل على درجة البكالوريوس بجامعة القدس المفتوحة.

ولكن لها سلبيات كثيرة أيضا، ويمكن أن تغطي 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 الغربية 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" (21)

تعريف الفيس بوك ونشأته:

مصطلح الفيس بوك كما هو معروف في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً 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 الطلاب 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

21- المرجع السابق.

الإترنت والخاص بتسعة من طلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص "الأكثر جاذبية". وكي يتمكن 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. 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 كوليدج 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 هيوز إلى زوكربيرغ لمساعدته في تطوير الموقع. وفي شهر مارس من عام 2004، فتح فيسبوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكولومبيا وبييل. 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 آلتو 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 عامًا فأكثر والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح. وفي أكتوبر من عام 2008، أعلن القائمون على إدارة فيسبوك عن اتخاذ مدينة دبلين عاصمة أيرلندا مقرًا دوليًا له. في ديسمبر 2013، أضاف فيسبوك أيقونة تعبر عن عدم الإعجاب مستمدة من الأيقونة الشهيرة "أعجبنى"، أيقونة عدم الإعجاب جاءت ضمن مجموعة جديدة من الأيقونات أصدرتها فيسبوك للاستخدام عبر تطبيق المحادثة الفورية المتوفر 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 والجمهور 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 وصادقات 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.²²⁾⁾
- بالإضافة إلى ذلك لا تحتاج أن تدفع المال للدخول إلى عالم الفيسبوك فالتسجيل مجاني ولا يتطلب منك إلا إمتلاك بريد إلكتروني

الجانب الميداني للدراسة:

اختيار العينة:

نظراً لأن مجتمع الدراسة كبير، فإن الباحثة قامت بتحديد عينة الدراسة بطريقة عشوائية بسيطة، قامت الباحثة بتوزيع الاستمارات الالكترونية كرابط على صفحتي الخاصة وارسالها لكل من لديه فيس بوك ، وكل مفردة أبدت استعدادها للتعاون مع الباحثة، وتم توزيع 35 استمارة استبيان،

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

22- <https://weziwezi.com>: تاريخ الزيارة 2019/2/14 الساعة التاسعة ونصف ليلاً.

عينة عشوائية قوامها 5 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 :

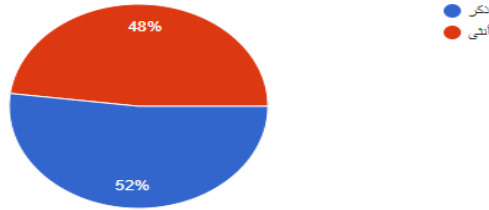
- عدد أسئلة الاستبيان = 18 سؤال
- عدد المبحوثين الذي أجري عليهم الاختبار = 5 مبحوثين
- مجموع الفقرات التي اجاب عنها المبحوثين $18 \times 15 = 270$ فقرة
- عدد الاجابات التي اتفق عليها المبحوثين في المرة الاولى والثانية هي 250 سؤال .
- بلغ عدد الاجابات التي اختلف عليها المبحوثين في المرتين الاولى والثانية = 20 إجابة ، وبتطبيق المعادلة كانت النتيجة كالاتي :

$$\text{وبتطبيق المعادلة كانت النتيجة كالتالي : } 0.92 = \frac{250}{250+20}$$

وبالتالي فإن قيمة معامل ثبات الاستمارة (0.94) وهي نتيجة تدل على ثبات الاستمارة .

الشكل رقم (1)

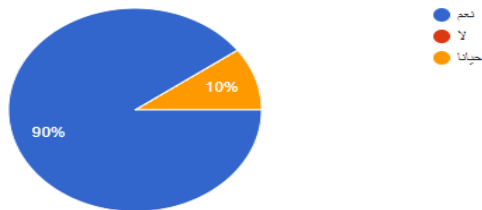
النوع
50 رداً



توضح الشكل الاول عدد افراد العينة المبحوثين والمتمثلة في 50 عينة تم اختيارها عشوائيا بتوزيع الاستمارة عليهم الكترونيا وظهرت النتائج ان 52% كانت من الذكور و48% من الإناث وهذا يوضح ان هناك تقارب في المبحوثين المستخدمين للإنترنت بين الذكور والإناث .

الشكل رقم (2)

هل تشارك في شبكات التواصل الاجتماعي عبر شبكة المعلومات؟
50 رداً



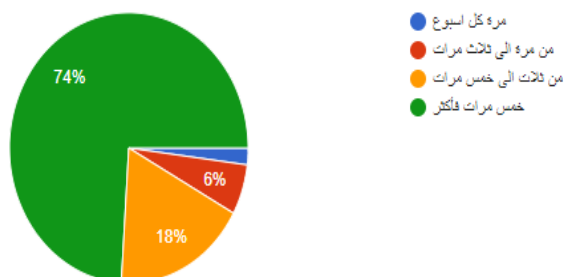
يوضح الشكل رقم 2 ما اذا كان افراد العينة المبحوثين يستخدمون الانترنت ام لا وظهرت النتيجة ان من

اجابوا ((بنعم)) يمثلون ما نسبته 90% من اجابوا ب ((أحيانا)) نسبتهم 10 % في حين ان صفر من اجابوا ((لا)) وهذا يبين انكل العينة المدروسة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي .

الشكل الثالث :-

كم مرة تدخل على شبكات التواصل الاجتماعي في الأسبوع تقريباً؟

50 رداً

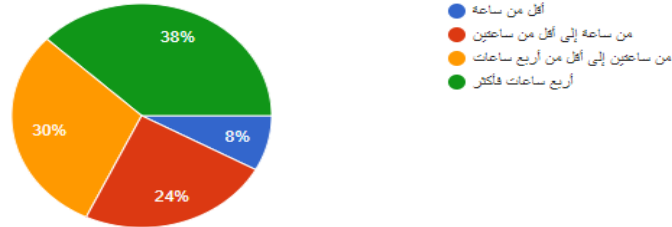


يوضح الشكل الثالث كم مرة تدخل أفراد عينة البحث الى شبكة التواصل الاجتماعي اسبوعياً وجاءت الاجوبة والنسب على النحو التالي من اجابوا بخمس مرات فأكثر تمثل نسبتهم (74%) ومن اجابوا من ثلاث الى خمس مرات نسبتهم 18%، ومن اجابوا من ثلاث مرات نسبتهم 6% في حين شكلت باقي النسبة من يدخلون مرة واحدة في الاسبوع ، ومن هنا يتضح ان اغلب افراد العينة المبحوثين يدخلون ويتصفحون وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من خمس مرات اسبوعياً، وهذا يوضح انه بالإمكان ان تكون وسائل التواصل الاجتماعي ذو قدرة على تشكيل الراي .

الشكل الرابع :-

تقريباً... كم من الوقت تقضيه يومياً في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

50 رداً

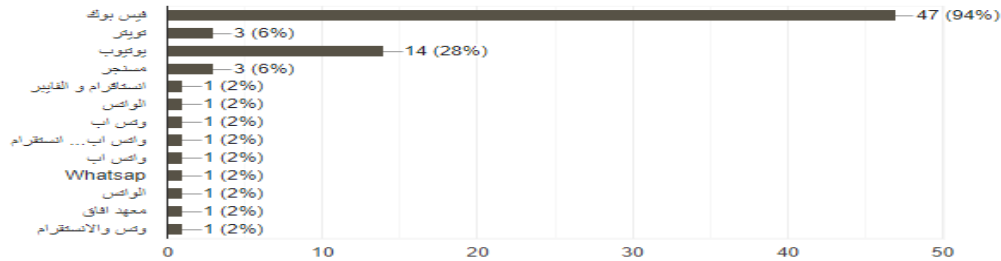


يوضح الشكل الرابع الوقت التي تقضيه فراد العينة المبحوثة يومياً على شبكات التواصل الاجتماعي حيث اظهرت ان ما تشكل نسبته 38% يقضون اكثر من اربع ساعات يومياً على وسائل التواصل الاجتماعي في حين ما نسبته 30% يقضون من ساعتين الى اقل من اربع ساعات ونسبة 24% يقضون من ساعة الى ساعتين و 8% يقضون اقل من ساعة وهذا الشكل والتساؤل يوضح ان هناك تقارب بينه والشكل السابق .

الشكل الخامس :-

أي شبكات التواصل الاجتماعي التالية تستخدم عبر شبكة المعلومات؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

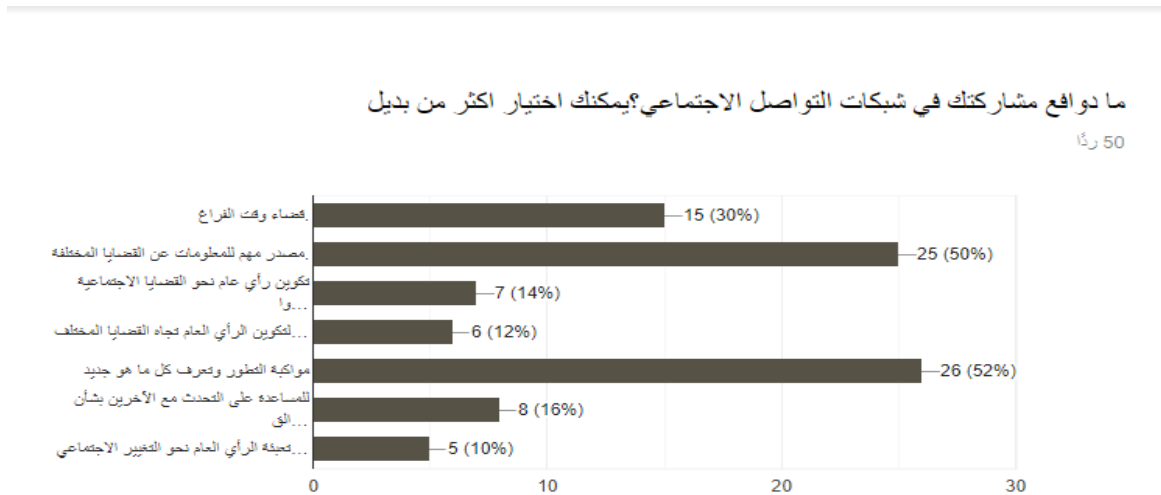
50 رداً



يوضح الشكل رقم خمسة إجابة العينة المبحوثة في أي أكثر وسائل التواصل الاجتماعي ليظهر في المراتب الثلاثة الأولى التي سبوك ، اليوتيوب ، تويتر في حين توزعت الباقي على باقي وسائل التواصل الاجتماعي منها الوتساب والفايبر والانستجرام ، واحتلا الفيسبوك المرتبة الأولى بنصف النسبة للعينة المبحوثة 47% يوضح ان الفيس بوك يحتل المرتبة الأولى في قضايا حرية الرأي والتعبير وتشكيل الرأي .

الاستخدام والاشباع:

الشكل السادس



توضح اجوبة العينة المبحوثة في هذا الشكل دوافع المشاركة في شبكات التواصل الاجتماعي وجاءت الاجوبة الثلاثة الاولى للدوافع التالية:

-مواكبة التطور والتعرف على كل ما هو جديد بنسبة 52%

-مصدر مهم للمعلومات عن القضايا المختلفة بنسبة 50%

- قضاء وقت فراغ بنسبة 30%

مع اخذ في الاعتبار ان هذا السؤال تم الاختيار فيه لأكثر من بديل ، وتوضح الاجوبة السابقة ان وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر جانب مهم لتشكيل وجهات نظر وتكوين اراء عن القضايا السائدة بالمجتمع .

الشكل السابع :-

أسباب تصفحك لشبكات التواصل الاجتماعي؟

50 رداً



يوضح الشكل السابع اسباب تصفح افراد العينة المبحوثة للإنترنت وجاءت الاجوبة مختلفة وبنسب متفاوتة متقاربة وجاءت على النحو التالي :-

24% من أفراد العينة المبحوثة يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي لأجل التعرف على آخر تطورات الاحداث، أي الشأن خبري، و18% يتصفحونها لكي يعبرن عن رأيهم بصراحة وايضا بنفس النسبة يتصفحون لان في داخل وسائل التواصل الاجتماعي يوجد فيها آراء للقضايا والمشاكل التي يتعرضون لها، و14% يتصفحونها لان يوجد فيها معلومات عن كل ما يعرض في الوسائل الاعلامية الاخرى ، في حين 10% للتواصل مع الاخرين ويرجح ان هذه النسبة اغلبهم ممن يستخدمون الوتساب والفايبر ، و8% لإضافة شي ليوميات حياتهم " للكتابة على الحائط الخاص بهم".وباقى النسبة للطلاع عن ما تنشره الوسائل الاخرى.

الشكل الثامن

ما مظاهر رضاك عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟ برجاء اختيار بديل واحد فقط.

50 ردًا

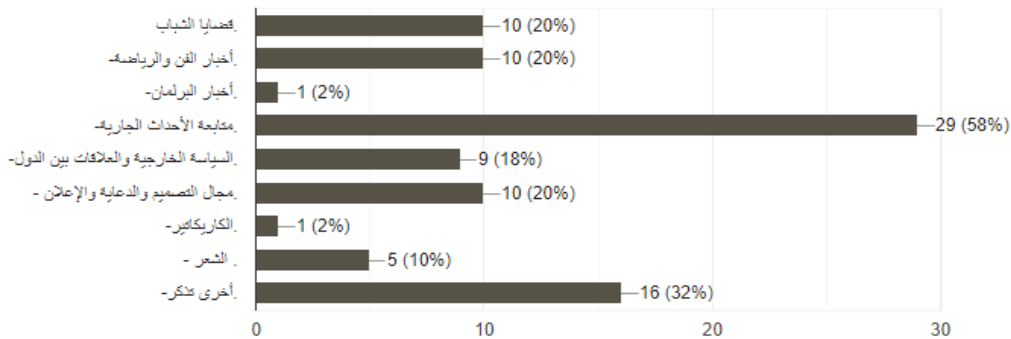


يوضح الشكل الثامن مظاهر رضا الجمهور من العينة المبحوثة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لتظهر ان ما نسبته 66% اجابوا بان الشبكات اصبحت جزء من نشاطهم اليومي، 18% اجابوا بانهم يشعرون بأنهم منفصلون عن العالم عندما لا يستخدمونها، ويبين هذ التجاوب ان وسائل التواصل الاجتماعي تشكل الكثير في حياة مستخدميها ويمكن الاعتماد عليها في تشكيل الراي.

الشكل التاسع:-

ما الموضوعات التي تحرص على متابعتها في شبكات التواصل الاجتماعي؟ يمكن اختيار أكثر من بديل.

50 ردًا

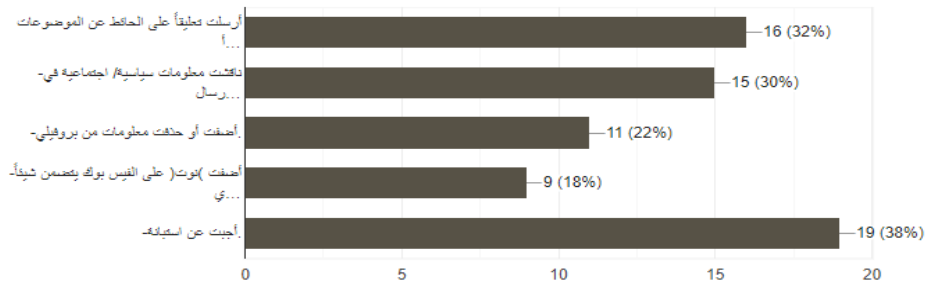


يوضح الشكل التاسع اهم الموضوعات التي تحرص العينة المبحوثة على متابعتها وبإمكان العينة اختيار اكثر من بديل ليكل البديل متابعة الاحداث الجارية الترتيب الاول بنسبة 58% واخرى تذكر 32% ، و10% اخبار الفن والرياضة والرسم والكاركاتير ، وبهذه النسبة يتضح ان اغلب افراد العينة المبحوثة يتابعون اخبار الاحداث الجارية على وسائل التواصل الاجتماعي ومن هنا يمكن تشكل رأي .

الشكل العاشر :-

ما أشكال المشاركة في شبكات التواصل الاجتماعي؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل).

50 رداً

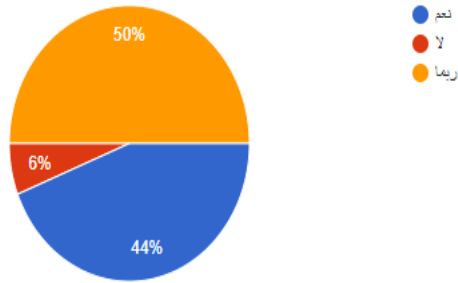


يوضح الشكل العاشر أشكال المشاركة في وسائل التواصل الاجتماعي تأتي من شاركوا في الإجابة على استبانة بنسبة 38%، وما نسبته 32% أرسلوا تعليق عن بعض الموضوعات، و30% ناقشوا معلومات سياسية واجتماعية في رسائل، 22% يضيفوا وحققوا معلومات من بروفايلهم .

الشكل الحادي عشر :-

هل تعتقد أن المناقشات على شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة في تشكيل رأي عام لديك؟

50 رأياً

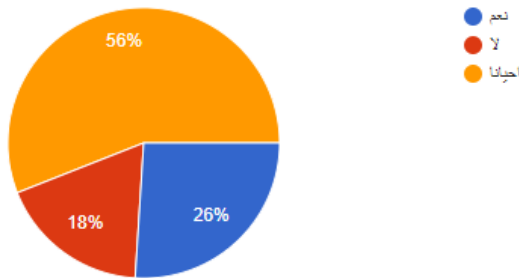


الشكل الحادي عشر يوضح رأي العينة المبحوثة في ما اذا كانت المناقشات على وسائل التواصل الاجتماعي الى تشكيل رأي عام لديهم وكانت نسبة من اجابوا ب"ربما" تمثل نسبة 50%، ومن اجابوا ب "نعم" نسبتهم 44% ومن اجابوا "لا" نسبتهم 6% ، وهذا الشكل يوضح ان لشبكات التواصل الاجتماعي الاثر الكبير في تشكيل الرأي ، وهذا ما يدور حوله موضوع الدراسة .

الشكل الثاني عشر :-

هل أدت مناقشتك على شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير موقفك حول بعض القضايا؟

50 رأياً

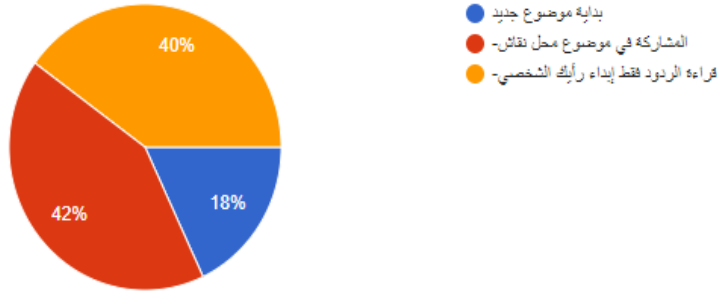


يوضح الشكل الثاني عشر ما اذا ادت شبكات التواصل الى تغيير افراد العينة المبحوثة الى تغير آرائهم حول قضية ما حيث اجابوا 56% أحياناً، و26% أجاوبوا بنعم ومن قالوا بأنه لا نسبتهم 18% ، وهذه الاجوبة توضح ان لشبكات التواصل الاجتماعي الاثر في تشكيل الراي في القضايا المختلفة .

الشكل الثالث عشر :-

ما الأنشطة التي تقوم بها على شبكات التواصل الاجتماعي؟ (اختر ما يناسبك أو أضف ما تراه مناسباً)

50 رداً

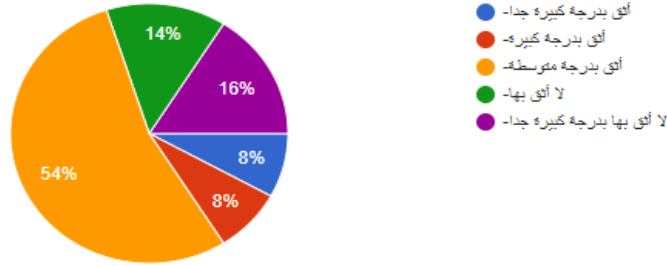


يوضح الشكل الثالث عشر الأنشطة التي تقوم بها العينة المبحوثة على شبكات التواصل الاجتماعي 42% المشاركة في مواضيع محل نقاش، 40% اجابوا بانهم يقومون بقراءة الردود وابدائهم للآراء الشخصية، 18% بداية مواضيع جديدة .

الشكل الرابع عشر :-

ما درجة ثقتك بالمعلومات التي تحصل عليها من شبكات التواصل الاجتماعي

50 ردًا

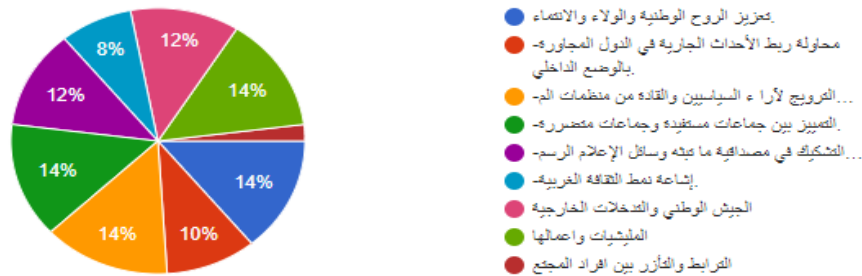


يوضح الشكل الرابع عشر درجة ثقة العينة المبحوثة في ما تحصل عليه من شبكات التواصل الاجتماعي جاءت ما نسبته 54% يثقون بدرجة متوسطة ، 16% لا يثقون فيها بدرجة كبيرة جدًا، 14% لا يثقون بها ، 8% يثقون بدرجة كبيرة ، ونفسها بالتساوي يثقون بدرجة كبيرة ، وهذه النسب توضح ان اغلب العينة المبحوثة يثقون في شبكات التواصل الاجتماعي بدرجات متفاوتة.

الشكل الخامس عشر

ما أهم الموضوعات التي أثارها شبكات التواصل الاجتماعي في الشأن الليبي

50 ردًا

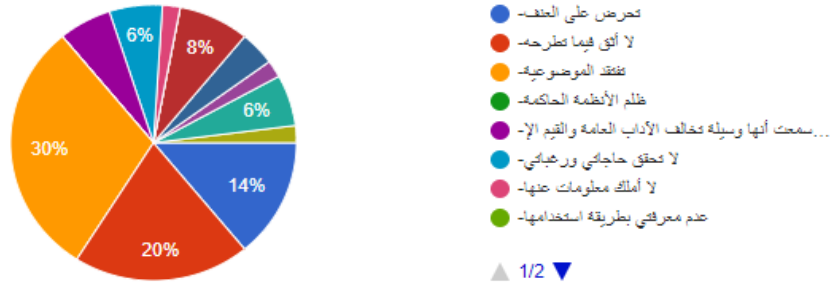


يوضح الشكل الخامس عشر أهم الموضوعات التي أثارت الشأن الليبي حسب رأي العينة المبحوثة وجاءت النتائج متقاربة وعلى الشكل التالي وبالتساوي شكلت الخيارات التالية نسبة متعادلة 14% تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، التمييز بين جماعات مستفيدة وجماعات متضررة، الترويج لمنظمات سياسية وما نسبته 12% الجيش الوطني والتدخلات الاجنبية ، التشيك في مصداقية ما تبثه وسائل الاعلام الرسمية، ونسبة 10% محاولة ربط الاحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي.

الشكل السادس عشر

من وجهة نظرك ما سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي؟

50 ردًا



يوضح هذا الشكل وجهة نظر العينة المبحوثة في ماهي السلبيات التي يعاني منها مستخدم الانترنت وشكلت نسبة 30%تفتقد الموضوعية، 20%لا يملكون معلومات عنها، 14% لا يتقنون فيما تطرحه، 6%تعرض العنف ولا تحقق حاجاتي وريعاتي .

ملخص الدراسة :-

تطرقنا في هذه الدراسة وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام، فشبكات التواصل الاجتماعي لها اثر كبير في تشكيل الراي حول العديد من القضايا، مما يتيح للمستخدم فتح مجالات لتواصل و التفاعل دون تنقل، كما تعطيهم حرية في تكوين الراي حول العديد من القضايا .

أضحى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هي الاولى في تكوين آراء ووجهات نظر، هذا ما جعلني نقوم بدراسة هذه الظاهرة ألا وهي دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الراي هذا ما اظهرته هذه الدراسة .
نتائج الدراسة .:

1:- أظهرت نتائج الدراسة إن عدد أفراد العينة المبحوثة 52% منهم ذكور وان اغلب أفراد العينة المبحوثة يستخدمون الإنترنت واغلبهم يدخلون اكثر من خمس مرات أسبوعيا ، ويقضون أكثر من خمس ساعات يوميا على الشبكة .

2:- أظهرت نتائج الدراسة إن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما هي الفيس بوك واغلبهم يعتبرون ان شبكات التواصل مصدر مهم للمعلومات .

3:- أظهرت الدراسة إن شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر عنصر بديل أنسب لمعرفة ومتابعة الاحداث الجارية واغلبهم يناقشون كل ما يتابعونه في شبكات التواصل الاجتماعي .

4:- أظهرت نتائج الدراسة أن يمكن أن تغيروا نظرتهم وآرائهم من خلال مناقشتهم للقضايا على شبكات التواصل الاجتماعي .

5:- أظهرت نتائج الدراسة إن أغلب أفراد العينة المبحوثة يتفقون في كل ما يعرض في شبكات التواصل وبشكل جيد .

فمن خلال نتائج الدراسة الميدانية و عرض نتائجها و تحليلها و الذي حاولنا من خلالها معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الراي . وجدنا أنها مجال لا حدود له يتيح لمستخدميه بتكوين آراء ووجهات نظر ويعتبر دوره كبير في تشكيل الراي العام في العديد من القضايا المختلفة التي يتعرض لها الفرد.

التوصيات :

من خلال النتائج والتوصيات التي توصلت إليها الدراسة التحليلية والميدانية تقترح الباحثة التالي:

- إجراء دراسة لتحديد اهم القضايا يمكن ان تطرح في وسائل التواصل ومعرفة مدى الاثر على المتابعين بالسلب أو بالإيجاب .
- إجراء دراسة حول انتشار استخدام الإنترنت في ليبيا ودوره في فهم واقع العلاقات الاجتماعية .
- اجراء دراسة حول انتشار استخدام الانترنت في ليبيا وفق نظرية انتشار المبتكرات

The role of Social Media Channels in Shaping the Public Opinion

A study on a sample of Social media users

Prof. Al-Saliha Muhammad Masoud Al-Damari,

A lecturer in the Department of Media, Faculty of Arts, Sebha University

Als.aldeemaree@sebhau.edu.ly

Abstract

Modern technological developments in the mid-nineties of the last century made a qualitative leap and a real change in the world of communications, as the Internet spread throughout the globe and thanks to its various technologies, it was able to connect and reach all the world even the remote places.

The matter that made the world as a small room not only a global village as it was described in the early of this century.

It's worth mentioning that this fast growing network of Internet paved the path for all societies to get close and shrink the gap between each other. It facilitated the exchange of opinions, ideas and desires among people.

Moreover, the browsers of this network benefited from the multimedia via its diverse available content. All these touchable features made the Internet the best way to ease the communications between the individual and groups as well.

Then the appearance of websites, blogs and communicative networks led to change the traditional form and content of Modern media, and created an easy and fast communications channels between the owners of these sites on one hand and the viewers on other hand.

In addition, the emergence of the social networks, such as Face book , Twitter, MySpace, Lifebun, Hi Five, Orkut, Tagid, LinkedIn and others which allowed the exchange of videos, photos, files and making immediate talks and direct interaction

among the audience , and made a true revolution in the field of media, publishing and information exchange.

Today, we witness an era of websites made for the sake of immediate social communication that work on transferring of the significance of man from being important in his society to be so outside his/her society as well. And grant them the freedom of express without any fear or restrictions.

While in the past this freedom and authorities were given exclusively to the political groups and blocs to move, organize and incite the public opinion according to their agendas.

Today, thanks to the social media, the individual has become the pivot in leading the revolutions, the latter phenomenon has been witnessed in the Arab Spring revolutions, as these social media conveyed the citizens' feelings and opinions and helped in shaping the public opinion to fuel the street movements.

Due to the social media proliferation and soaring use of electronic social sites among people everywhere and their total dependence on them to obtain the early news, social media channels have become the first source to obtain information and shape people's opinion.

This paper aims to explore the impact of social media channels in shaping public opinion in the Libyan society in particular. Also, it tries to classify these channels in terms of its priority for viewers in obtaining an early and reliable information.

المراجع :

1. أرنوددوفور . arnoddwfloor زدني علما . انترنت - ط2 . ترجمة منى ملحيس - مركز التعريب والترجمة . القاهرة ، الدار العربية للعلوم . 1998 .
2. حسن عماد مكاوي ،ليلي حسين السيد ،الاتصال ونظرياته المعاصرة ،ط5، القاهرة ،الدار المصرية اللبنانية ،2003 .
3. خديجة عبد العزيز علي ابراهيم ،واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية ،دراسة ميدانية -،جامعة صعيد مصر ،يوليو 2014 م.
4. رشا أديب محمد عوض ،آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عمى التحصيل الد ا رسي للأبناء في محافظة - طولكرم من جهة النظر ريات البيوت ،مشروع تخرج استكمالاً لمحصل عمى درجة البكالوريوس ،جامعة القدس المفتوحة
5. السيد أحمد مصطفى عمر. (2002) البحث العلمي، إجراءاته ومناهجه ، القاهرة: مكتبة الفلاح.
6. عابدين الدردير 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
7. عبد الحميد طاهر الزوي . الهوائيات الفضائية و أثرها في تشكيل اتجاهات الشباب في المجتمع الليبي . بنغازي . مجلس الثقافة العام . 2008 .
8. عبد الرزاق الدليمي . الإعلام الجديد و الصحافة الالكترونية ،عمان . دار وائل للنشر و التوزيع ، 2011 .
9. عبد الملك ردمان الدناني . الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت ،الطبعة الاولى ،القاهرة ،دار الفجر الجديد للنشر والتوزيع 2003.

10. علي محمود العائدي . الإعلام العربي أمام التحديات المعاصرة . دراسات استراتيجية ، الطبعة الأولى ، أبو ظبي مركز الإمارات للدراسات و البحوث الاستراتيجية، 1999 .
11. علياء عبد الفتاح رمضان . استخدام أعضاء هيئة التدريس لتكنولوجيا الإعلام و دورها في تحقيق جودة التعليم . مجلة البحوث الإعلامية مجلة فصلية متخصصة محكمة . العدد 47 . تصدر عن مركز البحوث والتوثيق الإعلامي طرابلس 2010 .
12. فيصل أبو عيشة . الإعلام الإلكتروني الطبعة الأولى، عمان الأردن . دار أسامة للنشر و التوزيع . 2010 .
13. محمد عبد الرحمن الحضيف . كيف تؤثر وسائل الإعلام (دراسة في النظريات والأساليب) ط 2، الرياض مكتبة العبيكات ، 1998 .
14. محمد منير حجاب . نظريات الاتصال . ط1- القاهرة - دار الفجر للنشر والتوزيع . 2010 - " .
15. محمود حسن إسماعيل . الطفل و الكمبيوتر . ط1 . القاهرة - الدار العالمية للنشر و التوزيع . 2003 .
16. مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر . (2007): مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في الإعلام و العلوم السياسية، الإسكندرية : دار الوفاء .
17. منال محمد عباس، القيم الاجتماعية في عالم تتغير، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية .
18. وائل مبارك خضر فضل الله ، أثر الفيس بوك على المجتمع ، ط1، السودان ، نوفمبر 2011 .
- ثانياً: - شبكة المعلومات الدولية " الانترنت " :

- <https://weziwezi.com>