مجلة المعيار ISSN :1112-4377
مجلد: 25 عدد: 54 السنة: 2021

الاتّصال الرّقمي وفق منظور مقترب الاستخدامات والإشباعات

- دراسة مسحية لعينة من الطلبة الجامعيين المستخدمين للفيسبوك في الجزائر-

Digital communication according to the perspective of the approach uses and gratifications: A survey study of a sample of university students using Facebook in Algeria.

بن عمروش فريدة [1]
جامعة الجزائر3

تاريخ الوصول 2020/04/08 القبول 2020/11/22 النشر على الخط 2021/01/30
Received 08/04/2020 Accepted 22/11/2020.Published online 30/01/2021

ملخّص:

إن الاتصال الرقمي مصدر ثري بالمعلومات ، متاح للمستخدمين على اختلاف خصائصهم السوسيو نفسية ومواقعهم في الحياة اليومية، وهو عملية لا تتم بين أطراف عملية الاتصال فقط و ضمن بيئة و سياق اجتماعي و اتصالي ، بل يضاف عليه أنه عملية تتم بين عناصر النظم الرقمية التي تدل على استمرار الاتصال وتطوره ، و تجدر الإشارة أنه قد أحدث قفزة نوعية في الانتاج الجماهيري للمعلومات وتوزيعها بامتياز، وبفضله تطورت الأساليب الاتصالية التي تدفع المستخدم لمطالعة مضامينها أو حتى المشاركة فيها بإنتاجاته الخاصة، وفي هذا السياق تندرج هذه الورقة البحثية ضمن الأدبيات الهادفة إلى محاولة استقراء جملة من المرجعيات التي حاولت تقصي وتبيان مفهوم الاتصال الرقمي وفق أبعاده المختلفة، معتمدة على مقترب الاستخدامات والإشباعات ،كمقاربة نظرية له، والتركيز على أحد النماذج من خدماته المتعددة و المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديدا (الفيسبوك) ،من خلال دراسة اتجاهات مستخدميه الذين وجدوا فيه بديلا لتحقيق البعض من حاجاتهم واشباع رغباتهم الاتصالية.

الكلمات المفتاحية: الاتصال الرقمي، الاستخدامات، الإشباعات، الأنترنت، الفيسبوك.

Abstract:

The digital communication is a rich source of information available to users with different socio-psychological characteristics and lifestyles, it has made a quantum leap in the mass production and distribution of information, and thanks to it, communication methods that push the user to read its contents or follow it or even participate in its own productions have been developed. This paper is included within the literature aimed at trying to extrapolate a number of references that tried to investigate and explain the concept of digital communication according to its various dimensions, based on the approach of uses and gratifications, as a theoretical approach to it, and focus on one of the models of its continuous services which is social media, specifically Facebook through the study of the trends of users who have found an alternative in which to achieve some of their needs and satisfy their communication desires.

Keywords: **digital communication, uses, gratification, internet ,Facebook.**

[1] المؤلّف المرسل: بن عمروش فريدة البريد الإلكتروني: faridabenamrouche@yahoo.fr

1. مقدمة:

أدّت التغيرات المتسارعة، والتطورات المتلاحقة لتكنولوجيا المعلومات، إلى ظهور العديد من الوسائط الاتصالية الجديدة التي تجسدت وتلخصت في ما يسمى بالنظام الرقمي، الذي تعد شبكة الانترنت عموده الفقري، وإلى الاندماج المعلوماتي والتقني، الذي نتج عنه هو الأخر انفجار المعلومات وتشتتها بشكل لم يسبق له مثيل، بالإضافة إلى ظهور فضاءات اتصالية جديدة متنوعة تمنح فرصا لامتناهية للمستخدمين، وبصفة خاصة للمبدعين والمبتكرين، لكي يعبروا عن مكنوناتهم المخزونة بدون قيود تذكر تقريبا.

ولعل أهم ما يميز هذه التكنولوجيا هو القدرة على ازاحة المسافات المكانية والأبعاد الزمنية وذوبان الحدود الجغرافية ضمن فضاء سبراني تجسده التكنولوجيا بمختلف أشكالها، إذ أصبح التواصل متاحا وآنيا في معظم حالاته ، نتيجة التطورات المتعاقبة التي عززتها شبكة الأنترنت ،والتي تحولت في ظرف قياسي إلى أكبر وسيلة تتيح التواصل الاجتماعي في العالم، وذلك من حيث مؤشرات عدد المستخدمين في جميع الدول، اضافة إلى تميزها بتمكين مستخدميها من تجاوز العلاقات ضمن النسق الواحد ،الذي يشكله المجتمع إلى الانفتاح عن الثقافات والمجتمعات الأخرى ، وتبعا للتطورات المتعاقبة داخل فضاءات التواصل والتفاعل، التي شهدتها مواقع التواصل الاجتماعي، حتى اعتبرت ظاهرة اجتماعية تتطلب دراسة تقوم على توظيف المفاهيم والمقاربات النظرية المتراكمة، وقد أطلق عليه البعض تسمية الويب الاجتماعي، لما له من دور في تكوين العلاقات الإلكترونية ،فقد غيرت هذه المواقع من عادات مستخدميها من الشباب الجامعي باعتبارهم من بين أهم الفئات التي ينتشر بينها استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة .

2. الإجراءات المنهجية للدراسة:

1.2. مشكلة الدراسة:

ساعدت تكنولوجيا المعلومات والاتصال الرقمية، على ربط التواصل بين الشعوب بمختلف توجهاتها الحضارية ، المتجاوزة بذلك الحدود السياسية والجغرافية، إذ يشهد عالمنا المعاصر تحولات كبيرة في تكنولوجيا الاتصال، أثرت في العلاقات السياسية والاقتصادية، وفي أنماط التفكير في المجتمعات المختلفة، وقد قامت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، ولا تزال تؤدي دور فعال في مدْ الإنسان بكثير من المعلومات والمواقف والاتجاهات، إذ أصبح التواصل متاحا وآنيا في معظم حالاته نتيجة التطورات المتعاقبة التي عززتها شبكة الأنترنت، والتي تحولت في ظرف قياسي إلى أكبر وسيلة تتيح التواصل الاجتماعي في العالم، وذلك من حيث مؤشرات المستخدمين في جميع الدول، إضافة لتميزها بتمكين مستخدميها من تجاوز العلاقات ضمن النسق الواحد الذي يشكله المجتمع إلى الانفتاح عن الثقافات والمجتمعات الأخرى.

من هذا المنظور، تحاول هذه الدراسة رصد ملامح هذا الشكل الاتصالي الجديد والمتمثل في الاتصال الرقمي، الذي أعاد رسم معالم مكونات العملية الاتصالية، كما تسلط الضوء على اتجاهات مستخدمي الاتصال الرقمي في الجزائر عموما، وموقع الفيسبوك على الخصوص. وعلى ضوء ذلك، يثار التساؤل التالي، ما هي طبيعة واتجاهات استخدام موقع الفيسبوك كنموذج للاتصال الرقمي، والإشباعات المحققة منه لدى الطلبة الجزائريين؟

2.2. فرضيات الدراسة :

من المصادر الأولية التي يستعين بها الباحث لاشتقاق الفرضية هي الرجوع إلى الوثائق و الكتب و المراجع التي كتبت حول الموضوع المبحوث، للبحث عن المعلومات ذات العلاقة بمتغيراته والعلاقات السائدة بينها، أو الاعتماد على البحث الاستكشافي قصد التجميع الميداني لأكبر قدر ممكن من المعلومات حول الظاهرة المدروسة، و قد اعتمدنا الطريقتين في هذه الدراسة، فضلا عن الاستناد أساسا على

فروض نظرية الاستخدامات و الإشباعات التي تمثل المقاربة النظرية التي قامت عليها هذه الدراسة، و عليه نسعى إلى اختبار صحة الفرضيتين التاليتين:

– إن عادات وأنماط استخدام الفيسبوك لدى الطلبة الجزائريين له دور في تحديد طبيعة اتجاهات مستخدميه.

– يرتبط نوع الإشباع المراد تحقيقه من استخدام الشبكات الاجتماعية، بدوافع تعرض الشباب الجامعي لموقع الفيسبوك كنوع اتصالي فريد من نوعه.

3.2.تساؤلات الدراسة :

لقد لجأنا من أجل البحث في الإشكالية المطروحة إلى وضع التساؤلات التالية:

– ما هي وظائف وخصائص الاتصال الرقمي كنوع اتصالي جديد؟

– ما هي عادات ودوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيسبوك في حياتهم اليومية؟

– ما هي اتجاهات مستخدمي موقع فيسبوك نحوه، كنموذج من نماذج الاتصال الرقمي؟

– ما هي طبيعة الإشباعات التي يحققها الشاب الجامعي الجزائري خلال ولوجه لموقع فيسبوك؟

4.2. أهداف الدراسة:

يمكن أن نجمل الأهداف التي نتوخى تحقيقها من خلال البحث في فكرة رئيسية هي، الكشف عن طبيعة اتجاهات الشباب الجامعي اتجاه مواقع التواصل الاجتماعي ومدى استخدامهم لها لإشباع رغباتهم وحاجاتهم.

وقد يتفرع عن هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف المتمثلة فيما يلي:

– التعرف على خصائص ووظائف الاتصال الرقمي كنوع اتصالي فريد من نوعه، مقارنة بالاتصال التقليدي.

– التعرف على عادات ودوافع استخدام الشباب الجامعي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجا.

– التعرف على اتجاهات مستخدمي موقع الفيسبوك نحوه، كنموذج من نماذج الاتصال الرقمي.

– التعرف على نوع الإشباع المحقق من استخدامات الشباب الجامعي لموقع الفيسبوك.

5.2. أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في النقاط التالية:

– التعرف على المفاهيم المتعلقة بتكنولوجيا الاتصال الرقمي، خصائصه، وظائفه ومكوناته، والفوائد التي يمكن أن تعود على الأفراد من خلال توظيفها التوظيف الأمثل في جميع عمليات الاتصال، وما يمكن أن يحصلوا عليه من قيمة مضافة للكم المعرفي لديهم، نتيجة هذا الاستخدام.

– رصد الاتجاهات الرقمية الحديثة للاتصال الرقمي، في ظل التدفق الهائل للعديد من الخدمات الإلكترونية الرقمية.

–كما تنبع أهمية الدراسة في المقترب النظري الذي اعتمدته كمدخل نظري لها، وهو مدخل الاستخدامات والإشاعات الذي يركز على أهمية الفرد (النشط) في علاقته بتكنولوجيا الاتصال، الذي يتميز بالسيطرة والتحكم في استخدام هذه التكنولوجيات وحرية اختيار المضامين والحاجات والإشباعات التي يرغب في تحصيلها.

6.2. منهج البحث:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية الميدانية التي تسعى إلى جمع المعلومات حول ظاهرة اجتماعية معينة بهدف وصف الظاهرة، وجمع المعلومات من موقع مجتمع البحث المعني بالدراسة، بهدف الإجابة عن فرضيات الدراسة وتساؤلاتها، من حيث حجم ودوافع استخدام الطلبة الجامعيين للفيسبوك واتجاهاتهم نحوه.

يعرّف الدكتور عبد الرحمان سيد سليمان البحوث الوصفية المسحية، بأنّها: " تهدف إلى وصف ظواهر أو أحداث أو أشياء معينة وجمع الحقائق والمعلومات والملاحظات عنها، ووصف الظروف الخاصة بها وتقرير حالتها كما توجد عليها في الواقع. [1]

أما المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو المنهج المسحي التحليلي، الذي يعرف في اللغة الفرنسية ب: la méthode d'enquête، أي منهج التحقيق العلمي، الذي يستخدمه الباحث في دراسة موقف معين، من خلال بحث الشواهد والتجارب والوثائق المكونة لوصفه الطبيعي لجمع المعلومات المحققة للغرض العلمي المنشود.

7.2. أدوات التحليل :

1.7.2. الاستبيان :

إنّ أدوات البحث هي وسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع، ويعتبر الاستبيان الأداة الرئيسية التي اعتمدنا عليها لأنها تمكّن من الحصول على معلومات مباشرة من المجتمع المبحوث، حيث يعرف الباحث، فرنسيس بال Francis Ball، الاستبيان بأنه الأداة التي يمكن أن تمدنا بمعلومات غنية، ودقيقة أكثر من المقابلة[2].

أ – بناء الاستبيان:

يهدف الاستبيان في دراستنا إلى التعرّف على طبيعة واتجاهات استخدام موقع الفيسبوك لدى الطلبة الجامعيين لجامعة الجزائر (3)، والإشباع المحقق من هذا الاستخدام، ولبناء الاستمارة قام الباحث بدراسة الأدب النظري المكتوب في هذا المجال، وعلى ضوء ذلك تمّ بناء الاستمارة التي تضمنت 4 محاور رئيسية متناغمة ومتطابقة مع تساؤلات الدراسة تم تفكيكها إلى 16 سؤال تضمن كل محور 4 أسئلة، بالإضافة للأسئلة الخاصة بالبيانات الشخصية التي سمحت باستخراج متغيرات الدراسة العلمية والتي لا يسع المجال لذكرها.

ب. تطبيق أداة الدّراسة:

تمّ تطبيق الاستبانة في الفصل الأول لعام 2020 على عينة من طلبة السنة الأولى ليسانس، أي في الفترة الزمنية الممتدة من 01جانفي 2020 إلى غاية 30 مارس 2020، وفي كل الكليات التابعة لجامعة الجزائر (3) وهي كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية علوم الإعلام والاتصال، ومعهد التربية البدنية والرياضية.

2.7.2. المقابلة:

اعتمدت الدراسة على هذه الأداة المنهجية في الجانب التطبيقي للدراسة لأن طبيعة البحث التي تناولت استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك، استدعت اقتراب الباحث من أفراد العينة المتمثلين في طلبة جامعة الجزائر(3)، من أجل إجراء مقابلات تهدف إلى تقديم كل التوضيحات المتعلقة بالاستبيان[3].

---

[1].عبد الرحمان سيد سليمان، البحث العلمي، خطوات ومهارات، القاهرة : عالم الكتب، 2001، ص 220.

[2] Francis Ball, Media et societe, Paris: Montchrestien, 9eme edition, 1999, page 575.

[3]محمد زيان عمر، البحث العلمي، مناهجه وتقنياته، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية،1998، ص 117.

8.2.عينة ومجتمع البحث :

انطلاقا من موضوع بحثنا المتمثل في استخدام الطلبة الجامعيين بجامعة الجزائر(3)، لموقع الفيسبوك، تألف مجتمع البحث من مستخدمي الاتصال الرقمي بجامعة الجزائر(3)، والذين يزاولون الدراسة بالجامعة في العام الدّراسي2019 -2020 بالكليات التالية: كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية علوم الإعلام والاتصال، معهد التربية البدنية والرياضية.

و تعرف العينة على أنّها :" نموذج يشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة[1]، و لتحقيق أهداف البحث، فإن عينة الدراسة تندرج ضمن المعاينة الاحتمالية ، أما نوع العينة المناسبة للدّراسة هي العيّنة الطبقية ، و تسمى أيضا في بعض الكتابات المنهجية العينة التناسبية[2] ، والعينة الطبقية هي نوع من أنواع العينات التي تركز على تقسيم المجتمع الأصلي للبحث إلى شرائح أو فئات أو طبقات متجانسة من حيث طبيعة المعلومات و البيانات المدروسة، و كل طبقة لها خصائص محددة، بحيث يتناسب حجم عدد مفردات العينة المختارة مع حجم مجتمع البحث الأصلي[4]، أما عن طريقة تحديد الحصص الخاصة بكل فئة على مستوى العينة فقد تم الاعتماد على طريقة الحصص المتناسبة التي تقوم على سحب مفردات العينة الطبقية على مبدأ تحديد حصص التعيين الخاصة بكل فئة ، أو طبقة على مستوى المجتمع الأصلي تحديدا يتناسب مع حجم ما تتضمنه هذه الأخيرة من مفردات ، وبالتالي فالعينة الطبقية هي الاختيار المناسب من قبل الباحث بما يتناسب وأهداف الدراسة، للوصول إلى عينة ممثلة تمثيلا صادقا لمجتمع البحث الأصلي الذي يتكون في هذه الدراسة من 4000 مفردة، اخترنا ما نسبته 10 % من مجموع طبقات المجتمع الأصلي، أي ما يعادل 400 طالب على مستوى الليسانس قد توزعت العينة على ثلاث كليات ومعهد، كما هو موضح في الجدول التالي:

الكلية / المعهد	عدد طلبة السنة الأولى ليسانس في كل كلية	حساب النسبة	عدد الطلبة الذين تقدم لهم الاستمارة في كل كلية
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	2000	10: 2000	200
كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية	300	10: 300	30
كلية علوم الإعلام والاتصال	1000	10: 1000	100
معهد التربية البدنية والرياضية	700	10: 700	70
المجموع	4000		400

تم تقسيم العدد الإجمالي لمجتمع البحث الأصلي (الطلبة) على عدد العينة المختارة: 400، يعطينا 10، ثم تقسيم كل عدد في كل كلية على 10، نتحصل على العدد الفعلي للاستمارات التي ينبغي توزيعها في كل كلية.

[1] سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي، القاهرة: عالم الكتب، 2006، ص 292.

[2] يوسف تمار، العينة في الدراسات الإعلامية الاتصالية، الجزائر: منشورات بغدادي، 2010، ص 26.

[4] موريس أنجرز، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، الجزائر: دار القصبة للنشر، 2006، ص 304.

9.2. مجالات الدّراسة :

– المجال الموضوعي: تناولت الدراسة طبيعة استخدام الاتصال الرقمي، وفق منظور مقترب الاستخدامات والإشباعات –دراسة ميدانية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي(الفيسبوك)، لدى طلبة جامعة الجزائر –3–نموذجا–.

– المجال الزمني: استغرقت الدراسة الميدانية ثلاثة أشهر كاملة (جانفي، فيفري، مارس2020)، تم فيها توزيع الاستمارة على أفراد العينة واسترجاعها، تحليل البيانات واستخلاص النتائج.

– **المجال البشري:** تألف مجتمع البحث من طلبة السنة الأولى ليسانس من مستخدمي موقع الفيسبوك والمنتمين لجامعة الجزائر(3)، الذين يزاولون دراستهم في العام الدراسي 2019–2020، بالكليات المعنية بالدراسة.

10.2. المفاهيم الاصطلاحية و الإجرائية للدراسة :

من أهم المفاهيم التي تتمحور حولها الدراسة نذكر:

1.10.2.الاستخدام: يشير مفهوم الاستخدام إلى نشاط اجتماعي تتم ملاحظته بسبب تواتره و يتمثل في استخدام شيء ما، والاستفادة منه لغاية محدّدة أو تطبيقية لتلبية حاجة ما[1]، كما تشير الممارسة إلى جملة من العادات القائمة أو المكرسة، حيث أن السلوك يغطي جزئيا الممارسة لأنه يتشكل من كل ردود أفعال الفرد التي يمكن ملاحظتها بصورة موضوعية[2].

2.10.2. التعريف الإجرائي للاستخدام :

تتناول هذه الدراسة طبيعة استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحوها، ونقصد بالاستخدام في هذا المجال، حجم تعرضهم لها والإشباعات المحققة من ذلك.

3.10.2. الإشباعات:

اهتمت الدراسات الإعلامية بالحاجات والإشباعات التي ترتبط بدوافع الاستخدامات للوسيلة، فيؤكد هذا المدخل، على أن اختيارات أفراد الجمهور واستخداماتهم لوسائل الاتصال يعتمد في جزء كبير منه على أهدافهم الشخصية، طبقا لمدى إشباعها لاحتياجاتهم[1].

4.10.2. التعريف الإجرائي للإشباعات :

إن جمهور وسائل الإعلام يتميز بالانتقائية أي يختار ما يريده من مضامين حسب ما يشبع رغباته ويتناسب مع طموحاته، وهذه هي الزاوية التي نتناول من خلالها الإشباعات في دراستنا، حيث تهدف الدراسة إلى معرفة الإشباعات المحققة لدى الطلبة الجامعيين من خلال استخدامهم لموقع الفيسبوك، فالمستخدم لهذه الوسيلة يحدد الخدمة التي يريدها، ومن هنا فإن التعرض بالمصادفة هو أمر نادر الحدوث في هذا النمط الاتصالي الفريد من نوعه.

5.10.2. الاتصال الرقمي : هو الاتصال الذي يعتمد على ربط جهاز الحاسب الآلي بشبكة الأنترنت، ويعتمد على اختزال المعلومات كالنصوص والصور والصوت إلى رموز ثنائية، تتكون من سلسلة من الأرقام 0 و1. وتعتمد على تقنية الاتصال الإلكتروني من جهة، وعلى تقنيات وخدمات الشبكة العنكبوتية من جهة أخرى، ليكون بذلك اتصالا يغلب عليه الطابع الافتراضي.

---

[1] عبد الوهاب بوخنوفة، الأطفال والثورة المعلوماتية، التمثل والاستخدامات"، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد: 2،2006، ص 5، http://www.asbu.net/ revue.2/form.htm.

[2] Jean Perrault, la logique de l'usage : essai sur les machines à communiquer, paris : Flammarion, 1989. p211.

[1] kietzman.j.H, Herm kens, K, M.C. Carty, social media, Business Horizons, 2011, p251

6.10.2. الاتجاه :

هو موقف نفسي وذهني ينتج عن استجابات منظمة نسبيا للعمليات المعرفية والانفعالية والسلوكية، اتجاه الموضوعات والمواقف التي يتصل بها المستخدم الرقمي بصورة تفاعلية.

7.10.2 .مواقع التواصل الاجتماعي :

يحيل مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي إلى مجموعة من المواقع غلى شبكة الأنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض[2].

8.10.2. التعريف الإجرائي :

يقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة: تلك المجموعة من المواقع المتاحة على شبكة الأنترنت، في شكل روابط تشعبية يتم استخدامها من طرف أفراد وجماعات، وتتيح عملية التواصل والتفاعل بصفة آنية بين مستخدميها.

9.10.2. الفيسبوك:

لغة: هو موقع اجتماعي يلتقي فيه الأصدقاء، مع بعضهم ويتشاركون في عرض الصور والملفات، حيث لكل مستخدم صفحته الخاصة ويتم فيه تبادل الآراء والنقاش حول المواضيع.

10.10.2. التعريف الإجرائي :

هو موقع التواصل الاجتماعي عبر الويب 0.2. المتوفر على شبكة الأنترنت والذي يستخدم للتواصل بين الأشخاص، بحيث يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين يمكنّهم من تبادل المعلومات والملفات والحوارات الشخصية، ومقاطع الفيديو شريطة تكوين حساب خاص بالمشترك، ويكون كل هذا دون حدود زمنية أو مكانية.

11.2. مقاربة الدراسة :

تمّ الاعتماد على مقاربة الاستخدامات والإشباعات في هذه الدراسة، وإسقاطها على طبيعة واتجاهات استخدام الطالب الجامعي لموقع الفيسبوك كوسيلة اتصال حديثة، من خلال اشتقاق فرضيات الدراسة من فروض وأبعاد هذه النظرية ودراسة هذه السمات كمتغيرات فرضية مع الأنماط الخاصة بالسلوك الاتصالي للطالب الجامعي، وتتعدد مبررات هذا الاختيار كون نظرية الاستخدامات والإشباعات تقدم تفسيرات واقعية تطبيقية للظاهرة المدروسة تتماشى مع هذه الوسيلة الحديثة في خاصيتي الانتقائية والتفاعلية.

12.2. الدراسات السابقة :

بما أن المعرفة العلمية تراكمية، من الضروري أن تحاول تقديم رؤية مغايرة تتفادى تكرار ما تمّ القيام به، أو التوصل إليه، فالدراسات السابقة هي نقطة انطلاق أي بحث.

1.12.2. الدراسة الأولى : نعيم فيصل المصري، (2011) بعنوان : استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى.

[2] Merit Lowenstein, Media, message, and new perspective in communication; New York, USA : Longman, 2000, p23.

هدفت الدراسة إلى الكشف غن تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها على كافة المستويات وخاصة على لطلبة بمختلف الفئات والمستويات، وبالأخص على فئة الشباب، ومحاولة تحليلها بما يساهم في تلاقي مخاطرها وسلبياتها، وتعزيز ودعم ايجابياتها في استثمار هذه المواقع في العديد من المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتعليمية والصحية والثقافية[1].

2.12.2. الدراسة الثانية : زكريا جقريف، (2019) بعنوان : الأنترنت والشباب الجامعي في الجزائر، دراسة في الاستخدامات والإشباعات.

ترمي هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الاستخدامات المختلفة للأنترنت من طرف الشباب الجامعي الجزائري، والكشف عن الدوافع التي تدفعه لهذه الاستخدامات ووصف الإشباعات المتحققة من جراء ذلك، وتوصلت الدراسة إلى أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين يستخدمون محرك "غوغل" للإبحار على الشبكة، إضافة الى امتلاك الأغلبية الساحقة منهم كذلك لبريد الكتروني، كما تمتلك الأغلبية العظمى من افراد العينة صفحة على شبكات التواصل الاجتماعي فيسبوك[1].

3.12.2. الدراسة الثالثة : Frederick A, Run Y ,(2018). Social Media Usability among University Student

يسعى هذا البحث لشرح كيف يقضي الطلاب ساعات عديدة على مواقع التواصل الاجتماعي على حساب وقت الدراسة ،تم اختيار حوالي 550 شخصًا من مختلف الجامعات، كما تم استخدام استبيان عبر الإنترنت لجمع البيانات، و كشفت الدراسة أن أغلبية الطلاب استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي يوميا وشملت هذه الوسائط: Facebook وWe Chat و YouTube و QQ و We Ibo،كما كشفت الدراسة أن الطلاب يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي من أجل المتعة الذاتية والعوامل التعليمية و يستخدمها البعض منهم للانخراط في الجرائم الإلكترونية ومناقشة الأنشطة الاقتصادية،[2] كما كشفت الدراسة أيضا أن الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي يقلل من الوقت الذي يقضيه الطلبة في أنشطتهم الأكاديمية.

3. الإطار النظري للدراسة: مدخل للاتصال الرقمي:

1.3. خصائص الاتصال الرقمي:

-التفاعلية:

وهي السمة المميزة التي يتسم بها الاتصال المواجهي، وتعني انتهاء فكرة الاتصال الخطي، في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل، بحيث يصبح الاتصال باتجاهين بتبادل أطراف العملية الأدوار، ويكون لكل طرف القدرة والحرية والتحكم في عملية الاتصال في الوقت والمكان والزمان الذي يناسبه.

-التنوع:

أدى تطور المستحدثات الرقمية إلى ارتفاع القدرة على التخزين والإتاحة وتوظيف أفضل لعملية الاتصال، بما يتفق مع حاجاته ودوافعه.

---

[1] نعيم فيصل المصري، استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الوسائل الإعلامية الأخرى، دراسة ميدانية على عينة من طلبة الكليات الفلسطينية، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، 2011 ،ص.12.

[1] زكريا جقريف، الأنترنت والشباب الجامعي في الجزائر، دراسة في الاستخدامات و الإشباعات، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2019 ، ص 10.

[2] Frederick A, Run Y. Social Media Usability among University Student: A Case Study of Jiangsu University, China Study of Jiangsu University, China. Global Media Journal, 2018, p 8.

-التكامل:

تتيح عملية الاتصال الرقمي، مختلف نظم الاتصال وأشكاله، مما يوفر للمستخدم ما يراه مطلوبا من تخزين أو تسجيل أو إرسال، لأن هذا النظام يوفر مختلف أساليب والإتاحة والتخزين بأسلوب متكامل.

-الفردية والتجزئة:

يحقق الاتصال الرقمي للمستخدم حرية كبيرة في التجول والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة في عملية الاتصال، وهو بذلك يعلي من شأن الفردية، كما أدى تنوع مجالات المعلومات المتاحة على شبكات الإنترنت، إلى الوصول إلى فئات جماهيرية فرعية من المتلقين[1].

- تجاوز الحدود الثقافية:

شكة الإنترنت هي مجموعة شبكات دولية وإقليمية تزداد يوما بعد يوم ويزداد معها عدد المستخدمين لهذه الشبكة، نتيجة توفر إمكانية الاتصال ورخص تكلفته، مما أدى إلى تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية والوصول إلى العالمية أو الكونية.

– تجاوز وحدة الزمان والمكان:

الاتصال الرقمي هو اتصال عن بعد، لا يفترض فيه تواجد أطراف الاتصال في مكان واحد، وفي نفس الوقت (التزامن)، باستثناء، عمليات الدردشة، أو المؤتمرات عن بعد، وأدى ظهور الكثير من الأجهزة الرقمية، والهواتف إلى تسهيل إمكانية الاتصال، مهما تباعدت المسافات بين أطراف عملية الاتصال.

– الاستغراق في عملية الاتصال :

شجع انخفاض تكلفة الاتصال الرقمي على عملية الاتصال الرقمي، والاستغراق في البرامج المتاحة بغية التعليم، وذلك لأوقات طويلة في إطار فردي، كما ساعد انتشار الوسائل الفائقة على الإبحار أو التجول وبالتالي الاستغراق أكثر بين المعلومات والأفكار.

2.3. مستويات الاتصال الرقمي :

ساعدت تكنولوجيا النظم الرقمية على تطوير مستويات وأشكال الاتصال القائمة وتطوير أو توفير أشكال حديثة فيها، بحيث تؤدي إلى تعظيم الاستفادة في توظيف التكنولوجيا في مجال الاتصال والمعلومات، وتتمثل هذه المستويات في: الاتصال بالحاسب وبرامجه، الاتصال بقواعد البيانات، الاتصال المباشر من خلال الشبكات، الاتصال بمواقع الوسائل الإعلامية[2].

4.الدراسة الميدانية:

1.4. تحليل بيانات الاستبانة:

– عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيسبوك.

س1: هل تستخدم موقع الفيسبوك؟

[1] ندى الساعي، الاعلام الإلكتروني، محاضرات ألقيت في كلية الاعلام، جامعة دمشق، 2018، ص96.

[2] عامر قنديلجي، الاعلام الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2015 ، ص128.

جدول 1: استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيسبوك.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	397	%99
لا	3	%1
المجموع	400	100

يتضح من الجدول رقم (01)، أن 397 من عينة الدراسة يستخدمون مواقع الفيسبوك، في حين أن 3 أفراد من العينة لا يستخدمون الفيسبوك، أي ما يشكل نسبة 1% من مجموع أفراد العينة.

ويمكن تفسير النتيجة المتحصل عليها من إجابات المبحوثين والتي تبين أن تقريبا كل أفراد العينة من الطلبة يستخدمون موقع الفيسبوك، لأن هذه الشريحة من المجتمع واعية بأن شبكة الأنترنت بكل تطبيقاتها المختلفة والمتعددة، هي من أبرز مستحدثات تكنولوجيا التعليم التي فرضت نفسها على المستوى العالمي، خلال السنوات القليلة الماضية، حتى أصبحت أسلوبا للتعامل اليومي ونمطا للتبادل المعرفي والتواصل الاجتماعي بين شعوب العالم، كما أن الانتشار السريع لهذه المواقع جعلها من أحد معالم العصر الحديث.

س2: ما هي عادات تصفح موقع الفيسبوك يوميا لديك؟

جدول 2: عادات تصفح موقع الفيسبوك يوميا

تصفح الفيسبوك	التكرارات	النسبة
دائما	220	%55
أحيانا	160	%40
نادرا	20	%05
المجموع	**400**	**%100**

يتضح من الجدول رقم (02) ، أن ما نسبته 55% من أفراد العينة ، يتصفحون الفيسبوك يوميا، في حين أن ما نسبته 25% أعربوا عن استخدامهم للفيسبوك من حين لآخر، أما أفراد العينة الذين يستخدمون موقع الفيسبوك نادرا بلغت ما نسبته 5%، هذه النتيجة تؤيدها نتائج الدراسة في الجدول رقم (01) من حيث الإقبال الشديد لأفراد العينة على موقع الفيسبوك، ويرجع الاستخدام اليومي لهذا الموقع من طرف المبحوثين إلى توفر الموقع على العديد من المميزات التي تستقطب اهتمام الشباب الجامعي وتجعلهم دائمي الإقبال عليه، على اعتبار أن الفيسبوك أصبح مصدرا من مصادر المعلومة في كل مجالات الحياة ،رغم عدم مصداقية معلوماته في غالب الأحيان، بالإضافة إلى كون الفيسبوك الملاذ الذي يوفر لمستخدميه حياة افتراضية تتسم بالمرح، والتسلية والترفيه وغيرها من جوانب الاستفادة من خدماتها وخصائصها المتعددة.

س3: ما هي مدة اشتراكك في موقع الفيسبوك؟

جدول 3: يوضح بداية الاشتراك في موقع الفيسبوك

مدّة الاشتراك	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنة	40	%10
من سنة إلى سنتين	130	%32.5
من 3 إلى 5 سنوات	180	%45
أكثر من 5 سنوات	50	%12.5
المجموع	**400**	**%100**

من خلال الجدول رقم (03) ،الذي يوضح مدّة اشتراك أفراد عينة المبحوثين في موقع الفيسبوك، يتضح أنّ ما نسبته 45% تمثل المبحوثين الذين بلغ اشتراكهم في موقع الفيسبوك ما بين ثلاث إلى خمس (5-3) سنوات، وهي مدّة كافية، لكي يصبح المستخدم متملكا للوسيط الاتصالي المتمثل في موقع الفيسبوك وليس مستخدما له فقط ، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين تراوح اشتراكهم في موقع الفيسبوك ما بين (سنة إلى سنتين) ما نسبته32% ، في حين نجد أن ما نسبته 12.5% من الأفراد المبحوثين تجاوز اشتراكهم في الموقع الخمس سنوات (5) سنوات، ولعل طول مدة الاشتراك في هذا الموقع ينم عن مؤشر لوجود عالم افتراضي بديل للشباب الجامعي، كما قد ترجع طول مدّة الاشتراك في الموقع إلى إدراك المبحوثين لأهميته في التواصل، وهذه المدة تجعل منهم نشطاء فاعلين على الموقع نتيجة اشتراكهم منذ تزايد شهرة وتداول هذه التقنية في أوساط الشباب خاصة الجامعي منه، لما لهذه الفئة من دور فعال في بناء المجتمع والتأثير على الرأي العام.

س4: ما هي عدد الساعات التي تخصصها لاستخدام الفيسبوك يوميا؟

جدول 4: عدد السّاعات المخصصة لاستخدام الفيسبوك يوميا لدى أفراد العينة

مدة الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
من ساعة إلى ساعتين	163	% 40.75
من 3ساعات إلى4 ساعات	154	% 38.5
أكثر من 4ساعات	82	%20.5
أخرى	1	%0.25
المجموع	**400**	**%100**

تكشف النتائج الواردة في الجدول (04) أن مدّة استخدام موقع الفيسبوك مرتفعة لدى أفراد العينة حيث أن 40.75% من أفراد العينة يستخدمون الموقع من ساعة إلى ساعتين، كما أن 38.5% من المبحوثين يستخدمونه من 3 ساعات إلى 4 ساعات في اليوم، في حين تتراجع نسبة الاستخدام بالنسبة لأفراد العينة الذين يستخدمون موقع الفيسبوك لأكثر من 4 ساعات بنسبة 20.5% ،ويمكن تفسير هذه النتائج، بأن أغلب أفراد العينة يستغرق استخدامهم للموقع من ساعة إلى ساعتين في اليوم، وهو حجم زمني كاف للاطلاع على كل يجري في المحيط الجامعي الذي ينتمون إليه، من خلال عملية التواصل مع الأصدقاء الافتراضيين، أما الاستعمال لأكثر من أربع ساعات، فقد احتل المرتبة الثالثة ،وهذا يدل على أن أفراد هذه الفئة قد بلغوا درجة التعلق والارتباط بهذه الوسيلة La dépendance، إضافة إلى ذلك ما يوفره الموقع من مميزات و خصائص تشعر المراهقين بالمتعة من خلال الإعجابات التي يتم الحصول عليها جراء تعليق جديد أو

صورة جميلة أو حدث أو محادثة، و لعل هذا الوضع قد ينبئ بالإدمان على هذه المواقع، فكلما تضاعف استخدام الفرد لموقع الفيسبوك كلما زاد ارتباطه و شعوره بالرضا أكثر ، ما ينجم و يترتب عليه اغتراب ذلك المستخدم داخل بيئته الواقعية و انعزاله اجتماعيا لصالح الجماعات الافتراضية .

س5: ما هي الأوقات المفضلة لديك لاستخدام الفيسبوك؟

جدول 5: الأوقات المفضلة لاستخدام الفيسبوك لدى أفراد العينة

الأوقات المفضلة	التكرار	النسبة المئوية
صباحا	110	%27.5
زوالا	90	%22.5
ليلا	200	%50
المجموع	**400**	**%100**

يبين الجدول رقم (05) أن غالبية أفراد العينة يفصلون استخدام الفيسبوك ليلا، أما أفراد العينة الذين يفضلون استخدامه صباحا يمثلون 110 مفردة من أفراد العينة، بنسبة 27.5% ، في حين بلغت الفئة التي تفضل استخدام موقع الفيسبوك زوالا نسبة 22.5% .

يتبين لنا من خلال البيانات السابقة، أن الفرق في النسب واضح، حيث أن أغلب أفراد العينة يفضلون استخدام موقع الفيسبوك ليلا، ويعود تغلب مؤشرا استخدام الموقع "ليلا" على بقية الاستخدامات إلى عدة عوامل نذكر منها العامل التقني المتعلق بسهولة الربط بشبكة الأنترنت ليلا مقارنة مع الأوقات الأخرى نهارا، حيث يشتد الازدحام في الخطوط الهاتفية خاصة إذ تعلق الأمر باشتراك عن طريق الهاتف، وهو النمط الغالب بنسبة 90%، وهذا العائق لا يطرح بالنسبة للربط عن طريق خط متخصص أو القمر الاصطناعي، لأنه ربط دائم ومستمر طيلة 24 ساعة، بالإضافة إلى أن هذه الفترة فترة راحة و مناسبة جدا لتواجد معظم الأصدقاء الافتراضيين على الخط ، على اعتبار أن الفترة المسائية هي المكان الثالث الذي يلتقي فيه معظم المستخدمين افتراضيا ،أما بالنسبة للاستعمال صباحا وزوالا، فإنهما قد وردا بنسبتين متقاربتين مقارنة بالفئة الأولى، بنسبة 27.5% و 22.5% مع تفوق متوسط الاستخدام صباحا لسهولة عملية الربط و تدفق الأنترنت مقارنة مع فترة الزوال.

س6: ماهي الأداة الأكثر استخداما لديك للدخول للأنترنت بغرض استخدام الفيسبوك؟

جدول 6: يبين الأداة الأكثر استخداما لدى أفراد العينة للدخول للأنترنت بغرض استخدام الفيسبوك.

أداة الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
الكمبيوتر الثابت	70	%17.5
الكمبيوتر المحمول	100	%25
لوح الإلكتروني	30	%7.5
الهاتف الذكي	200	%50
المجموع	**400**	**%100**

يظهر الجدول رقم (06)، أن الأداة الأكثر استخداما للدخول للأنترنت بغرض استخدام الفيسبوك لدى أفراد العينة هي الهاتف الذكي بنسبة 50%، واحتل الكمبيوتر المحمول المرتبة الثانية من ناحية الأداة الأكثر استخداما للولوج للأنترنت بغرض استخدام الفيسبوك

بنسبة 25%، و يبرر هذا الارتفاع إلى أن الأغلبية العظمى للطلبة يمتلكون هواتف ذكية لأنها عملية أكثر، في حين بلغت أداتي الكمبيوتر الثابت واللوح الإلكتروني المرتبتين الأخيرتين.

س7: ما هي الأماكن التي تستخدم فيها الفيس بوك؟

جدول 7: يبين الأماكن التي يستخدم فيها أفراد العينة الفيس بوك.

الأماكن	التكرار	النسبة المئوية
البيت	280	%70
مقهى الأنترنت	18	%4.5
الجامعة	100	%25
أماكن الأخرى	02	%0.5
المجموع	**400**	**%100**

يتضح من خلال الجدول أعلاه، أن معظم المبحوثين يفضلون الولوج للأنترنت بغرض استخدام الفيسبوك من البيت، بنسبة 70%، وذلك لأنه المكان المفضل لتصفح الموقع، بالإضافة إلى الخصوصية التي يتميز بها مقارنة بالأماكن الأخرى، أهمها الراحة النفسية وتوفر الأنترنت، تليها في المرتبة الثانية الجامعة بنسبة 25%، ويعود ضعف هذه النسبةّ إلى عدم توفر الأنترنت في كليات جامعات الجزائر 3، أما أضعف نسبة 4,5%، فقد سجلت لصالح استخدام الفيسبوك في مقاهي الأنترنت، ذلك لأن توفر شبكة الأنترنت لم يعد يقتصر على مقاهي فقط.

س8: ماهي دوافع استخدامك للفيسبوك؟

جدول 8: يبين دوافع استخدام الفيسبوك من قبل الأفراد العينة

دوافع الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
التنوع المعلوماتي	186	%19.5
مصدر للمعلومات	176	%18.4
حداثة المعلومات	156	%16.3
الفورية في حصول على المعلومات	162	%17
البحث العلمي	122	%12.8
التكلفة	93	%9.7
الترفيه والتسلية	20	%2.1
بسبب التعارف وبناء صداقات	40	%4.2

يحتوي هذا الجدول على بيانات تتعلق بدوافع استخدام الفيسبوك لدى الأفراد العينة، والمتمثلة في استخدامه بدافع التنوع المعلوماتي أو كمصدر للمعلومات، أو بسبب الفورية في الحصول على المعلومات أو بسبب حداثتها، أو لأغراض البحث العلمي لإجراء البحوث العلمية، أو بسبب رخص تكلفة الأنترنت والفيسبوك على الخصوص، أو بسبب التعارف وبناء صداقات أو الترفيه والتسلية، وقد هيمن الاستخدام بسبب التنوع المعلوماتي بنسبة 19,5%، وهذه خاصية تميز الشبكة المعلوماتية وكل تطبيقاتها مقارنة بوسائل الاتصال الأخرى.

– اتجاهات الاستخدام:

س9: هل يعزز استخدامك للفيسبوك المشاعر الإلكترونية؟

جدول 9: يبين اتجاهات المستخدمين نحو المشاعر الإلكترونية.

الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية
موافق	63	%15.75
موافق بشدة	47	%11.75
محايد	30	%7.5
غير موافق	180	%45
غير موافق بشدة	80	%20
المجموع	**400**	**%100**

في محاولة لفهم طبيعة اتجاهات مستخدمي موقع الفيسبوك حول مدي صدق مشاعرهم نحو الروابط التي تنسج عبر موقع الفيسبوك، أي هل يعزز استخدام الفيسبوك المشاعر الحميمية، والتي يطلق عليها المشاعر الإلكترونية ، بنفس القدر من الصدق والحميمية التي تتصف بها المشاعر الواقعية، فقد تبين جليا في الجدول أعلاه، أن الأغلبية الساحقة من مفردات العينة لم يوافقوا على أن استخدام الفيسبوك يعزز من المشاعر الحميمية ، وهذا بنسبة 45% من مجموع مفردات العينة، أما التي وافقت فجاءت ضعيفة ، تمثلت في15% من مجموع مفردات العينة، ومما سبق نستنتج أن العلاقات الافتراضية لا تعزز من خلال موقع الفيسبوك، لأنها مبنية على أسس كاذبة وهمية بعيدة كل البعد عن الواقع الاجتماعي والعاطفي.

س10: هل يعتبر الفيسبوك فضاء ملائم لأصحاب الشخصيات المرضية؟

جدول 10: تأثير استخدام الفيسبوك على أصحاب الشخصيات المرضية.

الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية
موافق	125	%31.25
موافق بشدة	223	%55.75
محايد	27	%6.73
غير موافق	25	%6.25
غير موافق بشدة	0	%0
لمجموع	**400**	**%100**

يبين الجدول أعلاه، أن الأغلبية الساحقة من مفردات العينة أقروا أن الفيسبوك هو فضاء ملائم لأصحاب الشخصيات المرضية وذلك بنسبة 55.75% من مجموع مفردات العينة، أما الذين لم يوافقوا على اعتبار الفيسبوك فضاء ملائما لأمراض النفوس وأصحاب العقد النفسية فجاءت نسبتهم ضعيفة جدا تمثلت في 6.25% وهذا يدل على وعي الشباب الجامعي بخطورة بعض المواقع على صحتهم النفسية.

س11: هل يخلق انقطاع استخدام الفيسبوك توترات نفسية؟

جدول 11: يبين تأثير الانقطاع عن استخدام الفيسبوك.

الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية
غير موافق بشدة	105	%26.25
غير موافق	188	%47
محايد	50	%12.5
موافق	40	%10
موافق بشدة	17	%4.25
المجموع	**400**	**%100**

يبين الجدول أعلاه، أن أغلبية مفردات العينة لم يخلق انقطاعهم عن استخدام الفيسبوك توترات نفسية، وهذا بنسبة 47% من مفردات العينة، ويعد هذا الموقف موقفا إيجابيا لدى مستخدمي الفيسبوك، لأن عدم تأثيرهم النفسي بهذا الانقطاع يجعلهم أفراد عاديين متزنين ، بإمكانهم التواصل بوسائل أخرى تلبي احتياجاتهم وتشبع رغباتهم في غياب التواصل عبر موقع الفيسبوك، حيث أن الآثار النفسية للإدمان على موقع الفيسبوك متعددة أهمها: الشعور بالتوتر عند انقطاع النت أو عدم القدرة على استعماله، عصبية، هروب من الواقع، كسل، حب الوحدة، التشبث بالرأي، مبالغة في الفضول، تعزيز الأنانية، عدم التركيز في الأمور المهمة.

س 12: هل يعتبر الفيسبوك وسيلة للتنفيس العاطفي والهروب من المشاكل الواقعية؟

جدول 12: تأثير الفيسبوك على التنفيس العاطفي والهروب من المشاكل الواقعية.

الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية
موافق بشدة	142	%35.5
موافق	158	%39.3
محايد	36	%9
غير موافق	50	%12.5
غير موافق بشدة	14	%35

يظهر جليا من الجدول رقم (12)، أن خصائص الاتصال الرقمي متعددة وممتدة في كل المجالات حتى لمجال النفسي، من خلال التنفيس العاطفي لمستخدميه ، والتعبير عما في صدورهم من مشاعر وضيق وتوتر واحباطات أسرية ومجتمعية، والهروب بذلك من المشاكل الواقعية، حيث سجل أفراد العينة الذين يعتبرون أن الفيسبوك وسيلة للتنفيس العاطفي والهروب من المشاكل الواقعية، أعلى نسبة تمثلت في 39.3% من مجموع مفردات العينة، في حين أدلى 12.5% منهم أنهم لا يوافقون على أن الفيسبوك وسيلة للتنفيس العاطفي لأن التنفيس في بعض الأحيان يعتبر وسيلة للإدراك الواعي للأحداث الصادمة التي تمّ قمعها.

س13: هل يؤثر استخدام الفيسبوك على أدائك العلمي؟

جدول 13: يبين التأثير السلبي لاستخدام الفيسبوك على الأداء العلمي الجامعي.

الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية
موافق بشدة	88	%22
موافق	199	%49.75
محايد	35	%8.75
غير موافق	56	%14
غير موافق بشدة	22	%5.5
المجموع	**400**	**%100**

إن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الحياة اليومية قد يؤثر سلبا على الأداء العلمي للشاب الجامعي، وهذا ما يوضحه الجدول أعلاه، والذي من خلاله نري أن استخدام الفيسبوك يؤثر سلبا على أداء الواجبات وإنجاز البحوث العلمية لدى الطالب الجامعي، وذلك بنسبة 49.75%، وهذا يعني على أنه من الصعب لدى فئة الشباب الجامعي التوفيق بين استخدام التكنولوجيات الحديثة والمحافظة على نفس وتيرة العمل والجهد المبذول لصالح الأداء العلمي الجيّد.

س14: ما هي طبيعة الإشباعات المحققة لديك من خلال استخدامك للفيسبوك؟

جدول 14: يبين طبيعة الإشباعات المحققة من استخدامات الشباب الجامعي للفيسبوك.

الإشباعات	التكرار	النسبة المئوية
التواصل الاجتماعي	80	%15.4
كسر العزلة	25	%4.8
حرية التعبير	150	%28.8
جمع المعلومات وكسب الخبرة	30	%5.8
اكتشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي	120	%23.1
الاستخدامات التعلمية	190	%17.3
اعادة الروابط الصداقة القديمة	05	%1
الترفيه والتسلية	20	%3.8

يحتوي الجدول رقم (14) على بيانات تتعلق بطبيعة الإشباعات المحققة لدى أفراد العينة من خلال استخدام الفيسبوك ، والتي صنفت في ثماني فئات موضحة في الجدول أعلاه ، وقد هيمن الاستخدام لتحقيق الاشباع المتعلق بحرية التعبير بنسبة 28.8% من مجموع مفردات العينة، وهي اعلى نسبة، ثم يليه استخدام أفراد العينة للفاسبوك لاكتشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي بنسبة 23.1% ، وفي المرتبة الثالثة يأتي الاستخدام لتحقيق الاشباع العلمي بنسبة 17.3%، أما المرتبة الرابعة فقد خصصت للتواصل الاجتماعي بنسبة 15.4%، أما النسب الأخيرة فقد سجلت لأغراض جمع المعلومات وكسب الخبرة، كسر العزلة، الترفيه والتسلية، إعادة روابط الصداقة القديمة، وتفسيرا لهذه النتائج ، يتبين أن معظم أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك، لتحقيق الاشباع المرتبط بحرية التعبير، حيث أن شبكات

التواصل الاجتماعي تسمح للأشخاص بحرية التعبير عن آرائهم وأفكارهم وتوجهاتهم وحرية طرح قضايا المجتمع ومشكلاته، فضلا عما توفره عن حرية التعامل مع المواقف والأحداث وحرية اختيار المستخدم للمضامين التي تتلاءم مع أفكاره وتوجهاته، مما أدى إلى زيادة شعبية هذه الشبكات.

تجدر الإشارة أن، اهتمام أفراد العينة باستخدام الفيسبوك بهدف تحقيق الاشباع العلمي قد سجل نسبة بالغة الأهمية، حيث أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤدي دورا بارزا في تطوير التعليم الإلكتروني، إذ وفرت هذه الأخيرة العديد من المواقع والصفحات الخاصة بالتعليم وتجمع الطلاب ذوي الاختصاص الواحد عن طريق مجموعات تسمى groupe، فضلا عن توافر دروس تعليمية (صوت وصورة) لجميع الاختصاصات، واكتساب الطالب مهارات أخرى مثل التواصل والمناقشة وإبداء الرأي وتنشيط ودعم العلاقات التعليمية بين المعلمين والطلبة.

خاتمة:

لقد شكلت مواقع التواصل الاجتماعي ، تجسيدا للعالم المادي بتطوراته الحياتية والفكرية المتلاحقة ، حتى أنها أصبحت تطغى على ما كان يعرف في علم الاجتماع بالمكان الثالث بعد البيت والجامعة، لقد أصبح واضحا أن المكان الثالث هو مكان إلكتروني بامتياز، يجسده تقلص العالم وذوبان حدوده، يميزه النمط الجديد من التفاعلية بين قطاع الاتصال والمعلومات وسائر القطاعات الاجتماعية، المتخطية للحدود القومية، هذا ما أدى إلى عملية انتقال وتحويل العالم من الطابع المادي إلى عالم رقمي افتراضي، وانتقلت بذلك معظم مجالات الحياة، لتتخذ بدورها طابعا رقميا يعزز الفضاء الافتراضي، هذا التحول شهد اتجاها متناميا لتزايد استخدام هذا الموقع وتوجههم نحو العالم الافتراضي على حساب العالم الواقعي، وكان لذلك انعكاسات سواء على مستوى القيم أو الأفكار أو التحصيل العلمي أو الاتزان العاطفي.

وفي الوقت الذي تعيش فيه الثورة الرقمية عصرها الذهبي فإن علاقة الشباب الجامعي باتصال الرقمي تشهد تحولات جذرية عميقة، سواء كانت على المستوى الكمي أو النوعي، وحوّلت الشباب المستخدم لها من مستهلك سلبي للمنتج الاتصالي إلى منتج لمضامين ومستويات إعلامية، وذلك ما يؤكده مقترب الاستخدامات والإشباعات.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1-الاتصال الرقمي عملية لا تتم بين أطراف عملية الاتصال فقط، وضمن بيئة وسياق اجتماعي واتصالي معين، بل يضاف عليه أنه عملية بين عناصر النظم الرقمية التي تدل على استمرار الاتصال وتطوره.

2-عملية الاتصال الرقمي الهادفة، وأطراف عملية الاتصال واعية بمتطلبات الاتصال الرقمي وخصائصه، لذلك، فإن لدى مستخدميه أهداف ووظائف يسعون لتحقيقها من خلال استخدامها، وهذه الأهداف تتفق بمجملها مع أهداف الاتصال الانساني ولكنها تختلف في ترتيبها.

3-استطاعت وسائل التواصل الاجتماعي (الفيسبوك نموذجا)، أن تستحوذ على اهتمام فئة الشباب الجامعي وأن تستقطب الكثير من المستخدمين، وهذا لما توفره من خدمات متنوعة ومتعددة.

4-توصلت الدراسة أيضا، أن لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، آثار مختلفة على الفرد والمجتمع منها السلبية والايجابية، وهذه الآثار تتحدد حسب طريقة ونمط الاستخدام، خاصة أنّ آثار الشبكات الاجتماعية، تمس مختلف المجالات، سواء كانت الاجتماعية أو النفسية أو التعليمة، لأنها تتوفر على تطبيقات وتقنيات تتماشى واتجاهات المستخدم والإشباعات المراد تحقيقها من الاستخدام.

كما توصلت الدراسة إلى تحقيق الفرضيتين والمتمثلتين في:

1-إن عادات وأنماط استخدام الفيسبوك لدى الطلبة الجامعيين، له دور في تحديد اتجاهات مستخدميه.

2-إن نوع الاشباع المراد تحقيقه من استخدام الشبكات الاجتماعية، مرتبط بدوافع تعرض الشباب الجامعي لهذه المواقع.

وقد خلصت الدراسة لعدد من التوصيات أهمها:

1 -تطوير الأدوات البحثية والتعمق في الأطر النظرية التي تعالج موضوع الاتصال الرقمي، مع إعادة النظر في ضبط المفاهيم المشابهة له.

2 -نشر الوعي لدى الشباب الجامعي بضرورة الاستفادة من المواقع التفاعلية بشكل إيجابي وتوجيهها بما يخدم المجتمع ويساهم في نشر ثقافته عن طريق المحاضرات والمنشورات ووسائل الاعلام نفسها.

3 -تطوير الحس النقدي لدى الطالب الجامعي، حتى يتمكن من التمييز بين الصالح والطالح، فيما يتعلق بمختلف مضامين مواقع التواصل الاجتماعي عامة وموقع الفيسبوك على الخصوص، وذلك عن طريق غرس قيم الاستقلالية في التفكير، والتمحيص والتدقيق في مصادر ومضامين الحصول على المعرفة.

قائمة المراجع:

أولا. الكتب :

1. أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال**، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007م.

2. سمير محمد حسين، بحوث **الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي**، القاهرة: عالم الكتب،2006م.

3. عامر قنديلجي، **الاعلام الإلكتروني**، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة،2015 م.

4. عبد الرحمان سيد سليمان، **البحث العلمي، خطوات ومهارات**، القاهرة: عالم الكتب، 2001م.

5. لعبيدي غانم سعيد وآخرون، أساسيات **القياس والتقويم في التربية والتعليم**، المملكة العربية السعودية، الرياض: دار العلوم،1981 م.

6. محمد زيان عمر، **البحث العلمي، مناهجه وتقنياته**، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1998م.

7. محمد عاطف غيث، قاموس **علوم الإجتماع**، القاهرة: الهيئة المصرية للكتاب،1980م.

8. موريس أنجرز، منهجية **البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، الجزائر: دار القصبة للنشر، 2006م.

9. ندى الساعي، **الاعلام الإلكتروني**، جامعة دمشق: محاضرات ألقيت في كلية الاعلام، 2018م.

10. يوسف تمار، **العينة في الدراسات الإعلامية الاتصالية**، الجزائر: منشورات بغدادي،2010م.

ثانيا: الرسائل والمجلات:

11. زكريا جقريف، **الأنترنت والشباب الجامعي في الجزائر، دراسة في الاستخدامات والإشباعات**، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2019.

12. عبد الوهاب بوخنوفة،» **الأطفال والثورة المعلوماتية، التمثل والاستخدامات"، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية**، العدد: 2، *http://www.asbu.net/ revue.2/form.htm.* 2006

13. نعيم فيصل المصري، **استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الوسائل الإعلامية الأخرى،** دراسة ميدانية على عينة من طلبة الكليات الفلسطينية، كلية الإعلام، جامعة اليرموك ،2011.

ثالثا: المراجع باللغة الأجنبية:

14. Francis Ball, **Media et société**, Paris : 9eme édition, Montchrestien, 1999.

15. Jean Perrault، **la logique de l'usage : essai sur les machines à communiquer**، Paris : Flammarion, 1989.

16. kietzman.j.H, Herm kens, K, M.C. Carty, **social media, Business Horizons**, 2011.

17. Marie Helene West phalène, Thierry, **Toute la communication d'entreprise**, Paris : lourd, 2009.

18. Merit Lowenstein, **Media, message, and new perspective in communication**, New York, USA: Longman: 2000.

19. Frederick A, Run Social, **Media Usability among University Student:** A Case Study of Jiangsu University, China Study of Jiangsu University, China. Global Media Journal, 2018.