

أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الخرس الأسري —دراسة في نظرية الإستخدامات والإشباعات موقع الفايسبوك —Facebook - نموذجاً—

محمد النذير عبد الله ثاني: أستاذ محاضراً
كلية العلوم الاجتماعية جامعة مستغانم

تاريخ إرسال المقال : 20-03-2018 تاريخ قبول المقال: 06-05-2018

ملخص

أدى التقدم التكنولوجي المتسارع و الهائل في نهاية القرن الماضي وبداية القرن الحالي ثورة اتصالية في وسائل التكنولوجيا الحديثة في خاصة في وسائل التواصل الاجتماعي، كما أحدثت هذه الأخيرة تغير في العلاقات الاجتماعية و بلغت درجة متقدمة من التطور فبرز الجيل الثاني من الانترنت الذي قلب الكثير من المفاهيم أتاح عديد الخدمات من خلال وسائله المتنوعة و تأتي في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت وهي ظاهرة برزت خلال السنوات القليلة الماضية، و تطورت منذ بداية ظهورها إلى يومنا هذا لتصبح من أكثر المواقع استخداماً عبر الانترنت، حيث تحولت إلى بديل عن مختلف النشاطات التقليدية الماضية من خلال تفاعل عدد كبير جداً من المستخدمين، فأصبح الأشخاص يقضون وقتاً كبيراً مع الآخرين يبادلونهم نفس الاهتمام و يشاركونهم نفس الفضاء، حيث عملت على تغيير في علاقاتهم الاجتماعية و تغير في أنماط حياتهم اليومية و تغير طرق تفاعلهم التقليدية المألوفة.

الكلمات المفتاحية

مواقع التواصل الاجتماعي، الخرس الأسري، الاستخدام، الإشباع، الفايسبوك.

Abstract

The rapid technological progress at the end of the last century and the beginning of the present century has revolutionized communication in modern technological means of social communication. It has brought about a change in social relations and has reached an advanced level of development. The second generation of the Internet, which turned many concepts, Through its various means, the most prominent of which are social networking sites over the Internet, a phenomenon that has emerged in recent years, and has evolved from the beginning to the present day to become one of the most used sites on the Internet, which has become an alternative to various traditional activities Past through the interaction of a very large number of users, bringing people spend considerable time with others Abadelhm the same interest and shared the same space, where she worked on a change in their social relationships and change their daily patterns and change traditional ways of interaction familiar.

Keywords: social networking sites, family tree, use, saturation, Facebook.

تهدية

أدى التقدم التكنولوجي المتسارع و الهائل في نهاية القرن الماضي و بداية القرن الحالي ثورة اتصالية في وسائل التكنولوجيا الحديثة في خاصة في وسائل التواصل الاجتماعي، كما أحدثت هذه الأخيرة تغير في العلاقات الاجتماعية و بلغت درجة متقدمة من التطور فبرز الجيل الثاني من الانترنت الذي قلب الكثير من المفاهيم أتاح عديد الخدمات من خلال وسائله المتنوعة و تأتي في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت و هي ظاهرة برزت خلال السنوات القريبة الماضية، و تطورت منذ بداية ظهورها إلى يومنا هذا لتصبح من أكثر المواقع استخداما عبر الانترنت، حيث تحولت إلى بديل عن مختلف النشاطات التقليدية الماضية من خلال تفاعل عدد كبير جدا من المستخدمين، فأصبح الأشخاص يقضون وقتا كبيرا مع الآخرين يبادلونهم نفس الاهتمام و يشاركونهم نفس الفضاء، حيث عملت على تغيير في علاقاتهم الاجتماعية و تغيير في أنماط حياتهم اليومية و تغير طرق تفاعلهم التقليدية المألوفة.

1- الإطار المنهجي

و نجد أهم هذه المواقع هو موقع الفايسبوك Facebook الذي يعد الموقع الأكثر استخداما حيث يتيح لمستخدميه فرصة التعارف و التواصل و كذلك سمح لهم

بتقديم أنفسهم بحرية كبيرة، و بأكثر من طريقة و نجد أنه أصبح وسيلة تعويضية غير مباشرة و متنافس الوحيد في الحياة الاجتماعية و يعتبر المجتمع الجزائري من المجتمعات التي تعرف انتشارا واسعا في الاتصال بهذا الموقع التواصل الاجتماعي .

ولأن لكل تقدم تكنولوجي مميزات و عيوب فيقدر الذي حقق لأفراد من تسهيلات و خدمات إلا أنه في المقابل و بفضل مغرياته المبهرة جعل الفرد ينجر وراءه وينغمس في عالم خاص به و يبحر من خلال رغباته و ميولاته و هذا ما أدى تدريجيا إلى تغير مفهوم الأسرة و تغير الاتصال بين أفرادها فتجلى ذلك من خلال تغير أساليب التفاعل بين أفراد الأسرة و مع التزايد الملموس في استخدام هذا الموقع من مختلف الفئات، فنجد مثلا فئة الطلبة الجامعيين الذين لهم كذلك نسبة من التزايد في الاستخدام ، فلهذا الموقع مكانة واسعة و كبيرة في الإستخدام لدى الطلبة الجامعيين. فقد حاولنا رسم إشكالية موضوع الدراسة على النحو التالي:

ما مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الخرس الأسري لدى فئة الطلبة الجامعيين (جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم- الجزائر- أنموذجا)؟
طرح التساؤلات

- 1-ما مدى إقبال الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي -الفايسبوك Facebook أنموذجا؟
- 2-هل يؤثر استخدام الطلبة لموقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك على سلوك الطلبة الجامعيين داخل الأسرة ؟
- 3-هل استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك Facebook يفرز تبني سلوكيات جديدة لدى الطالب الجامعي كالاغتراب والعزلة الاجتماعية وغياب الحوار أو بالأحرى البكم الأسري؟

فرضيات الدراسة

لقد وضعنا الفرضيات على النحو التالي :

- 1-زيادة إقبال الطلبة على استخدام الفايسبوك.
- 2-استخدام موقع الفايسبوك يؤثر على الاتصال داخل الأسرة.
- 3-استخدام موقع الفايسبوك يفرز تبني سلوكيات جديدة لدى الطلبة الجامعيين داخل الأسرة.

أهمية الدراسة

تتجلى أهمية هذه الدراسة في كونها تعالج إحدى المواضيع الراهنة في هذا العصر، تزود القارئ رصيد من المعارف الجيدة خاصة وأنها تناولت وسيلة اتصالية حديثة ألا وهي مواقع التواصل الاجتماعي التي تسهل التواصل بين المرسل والمتلقي، والتي لقيت اهتماما من طرف الوسط الاجتماعي خاصة ونجد أثر مواقع التواصل الاجتماعي Facebook على الاتصال الأسري، وهنا تكمن أهمية الموضوع حيث يدرس اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الخرس الأسري .

أداة جمع البيانات: الاستبيان

- اعتمدنا على استمارة الاستبيان والاستقصاء وهو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وأراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون التدخل من الباحث في تقرير ذاتي لمبحوثين في هذه البيانات وهي عبارة عن شكل مطبوع يحتوي على مجموعة من الأسئلة موجهة إلى عينة من الأفراد، حول موضوع أو موضوعات ترتبط بأهداف الدراسة¹.

- لقد تم تصميم الشكل النهائي للاستمارة بعد عدة التوجهات وإرشادات من طرف المحكمين² إلى التصميم الشكل النهائي للاستمارة التجريبية لتأتي في صيغتها مقسمة إلى المحور الأول: حول زيادة إقبال الطلبة الجامعيين على استخدام الفايسبوك. المحور الثاني: استخدام موقع الفايسبوك يؤثر على الاتصال داخل الأسرة وزيادة الخرس داخلها. المحور الثالث: استخدام الفايسبوك يؤدي إلى ظهور سلوكيات جديدة على فئة الطلبة الجامعيين داخل الأسرة .

مجتمع البحث

مجتمع البحث في هذه الدراسة هو مجموعة طلاب جامعة عبد الحميد ابن باديس بمستغانم بوصفهم يمثلون الفئة المستهدفة الاجابة على الاستمارة .

ولما كانت مفردات البحث تتسم بقدر من التجانس والتشابه في عدد كبير من السمات فقد اكتفى الباحث باختيار جامعة عبد الحميد ابن باديس بمستغانم طلبة قسم علوم اعلام والاتصال وتم تحديد العينة ب 100 طالب وطالبة مقسمة الى 50 طالب و 50 طالبة .

العينة

وهي نسبة من العدد الكلي للحالات تتوافر فيها خاصية او عدة خصائص وتتكون من عدد محدود من الحالات المختارة من قطاعات مجتمع معين لدراستها. وبعد ذلك يتم تقسيم حجم العينة قصديا على مختلف التخصصات والمستويات التعليمية³. أما فيما يتعلق بنوع العينة المختارة هي العينة القصدية الغير احتمالية بحيث كان اختيار مفردات البحث موجه لطلبة علوم الإعلام والاتصال كلية العلوم الاجتماعية جامعة مستغانم.

المنهج

اعتمدنا في هذا البحث على المنهج الوصفي الذي يقوم على وصف الظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسباب هذه الظاهرة والعوامل التي تتحكم فيها استخلاص النتائج لتعميمها. ويتم ذلك وفق خطة بحثية معينة وذلك من خلال تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها ويشمل المنهج الوصفي أكثر من طريقة، اعتمدنا منها على أسلوب المسح لأنه يشمل جمع البيانات والمتغيرات لعدد كبير من الأفراد ويطبق هذا الأسلوب في كثير من الدراسات من أجل وصف الوضع القائم للظاهرة بشكل تفصيلي ودقيق ومقارنة الظاهرة موضوع الوصف الدراسة بمستويات ومعايير يتم اختيارها للتعرف الدقيق على الخصائص الظاهرة المدروسة⁴.

أدوات البحث

هي تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر.

الاستبيان

هي الأداة الأساسية لجمع المعلومات من الأفراد العينة والتي تضم مجموعة من الأسئلة تمكن من التعرف على آراء وأفكار المبحوثين حول موضوع البحث وتمتاز هذه الطريقة بكونها تساعد على جمع المعلومات الجديدة او المستمدة مباشرة من الواقع⁵.

وتعرف كذلك على أنها أداة للحصول على حقائق وجمع البيانات والأساليب القائمة بالفعل. وتعتمد على إعداد مجموعة من الأسئلة ترسل لعدد كبير من الأفراد المجتمع⁶.

تحديد المفاهيم الإجرائية

الأثر

لغة: الأثر بالتحريك ما بقي من رسم الشيء، والتأثير إبقاء الأثر في الشيء والأثر في الشيء ترك فيه أثرا والآثار الإعلام⁷.

اصطلاحا: هو نتيجة الاتصال، وهو يقع على المرسل والمتلقي على السواء وقد يكون الأثر نفسي أو إجتماعي ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والإقناع وتحسين الصورة الذهنية⁸.

أما التأثير فهو مسألة نسبية ومتفاوتة بين شخص وآخر والجماعة وأخرى، وذلك بعد تلقي الرسالة الاتصالية وفهمها وغالبا ما يكون تأثير وسائل الاتصال بطيئا وليس فوريا كما يعتقد البعض، وقد يكون تأثير بعض الرسائل مؤقتا وليس دائما ومن ثم فإن التأثير هو الهدف النهائي الذي يسعى إليه المرسل، وهو النتيجة التي يتوخى تحقيقها القائم بالاتصال وتتم عملية التأثير على خطوتين الأولى هي التفكير والخطوة الثانية هي تغيير السلوك⁹

ويرى الباحث عبد الباسط محمد عبد الوهاب بأن الأثر هو : "ما أحدثته تلك التكنولوجيا الإعلامية سواء كان سلبيا أو ايجابيا كاستخدام الأقمار الصناعية أوجد عدة قنوات إرسال وكذلك أوجد إرسالا متخصصا وعملت على تفتيت الجماهير إلى أفراد منعزلين بعد أن كان الإرسال قبل الأقمار الصناعية يتوجه لجميع الجماهير¹⁰".
أما التأثير نجده في معجم الإعلامي على انه يمكن تعريفه بشكل عام بأنه بعض التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد فقد تلقت الرسالة انتباهه ويدركها، وقد تصنف إلى معلومات جديدة وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل اتجاهاته القديمة وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق. فهناك مستويات عديدة للتأثير ابتداء من الاهتمام إلى حدوث تدعيم داخلي للاتجاهات إلى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات. تم في النهاية إقدام الفرد على سلوك عملي¹¹.

التعريف الإجرائي

الأثر هو مجمل النتائج الاجتماعية السلبية المترتبة عن استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك داخل الأسرة لإفراز آثار جانبية متمثلة في الخرس الأسري.

الاستخدام: لغة: من خدم، خدمة وخدمه، عمل له فهو خادم (ج) خدام بضم الخاء وخدم وهي خادم واستخدمه اتخذه خادما وسأله أن يخدمه و استوهبه. خادما

واستخدمه أي سألته أن يخدمني بضم الدال وقوم مخدومون بفتح الخاء والدال
مخدومون بضم الدال¹².

اصطلاحا : مع التطور التكنولوجي بصفة عامة وتكنولوجيا الاتصال خاصة غالب
توظيف مصطلح استخدام أو الاستعمال في أحيان أخرى، وهذا لتجسيد العلاقة بين
الإنسان المستخدم والآلة أو التقنية، وما يطبع هذه العلاقة من تفاعل ومشاركة وما
قد يؤدي في المستقبل من اندماج بين الآلة والإنسان، ويعرف الاستخدام "بأنه ما
يستخدمه الفرد فعليا من المعلومات أي أنه الاستخدام العقلي للمعلومات التي يحتاجها
بالفعل، إضافة إلى أن الاستخدام ربما يرمي لاحتياجات المستقبل أو لا يرضيها وذلك
عندما لا يجد المعلومات التي يحتاجها بالفعل والاستخدام في مجال الانترنت يتخذ
مفهومين هما :

الاستخدام العام: هو الدخول إلى شبكة دون تحديد مسبق لعملية الاستخدام.
الاستخدام الخاص: وهو الاستخدام المتخصص الذي يكون في غالب الأحيان في إطار
عمل مثل التجارة الالكترونية، البيع والشراء¹³.

إجرائيا: ونقصد بالاستخدام في هذه الدراسة الفعل الذي يربط الطلبة الجامعيين
بمواقع التواصل الاجتماعي أي تعاملهم وتفاعلهم معها في ظل غياب الحوار والكلام
داخل الأسرة الواحدة.

مواقع التواصل الاجتماعي

لغة: الموقع لغة هو مكان الوقوع، يقال وقع الشيء موقعه (ج) مواقع ومواقع القتال،
مواضعه ومواقع القطر ساقطة¹⁴.

اصطلاحا : إن موقع الويب يربط بين مجموعة من الصفحات المترابطة من خلال
نصوصها المتشعبة ويعرف الموقع على أنه صفحة البداية أو الترحيب التي من خلالها
نستطيع استخراج الوثائق من الانترنت والمرفقات الأخرى المرتبطة به، ويمكن لأي
شخص فتح موقع أو شركة أو منظمة.

إجرائيا: هي مواقع التواصل الاجتماعي والموقع محل الدراسة هو الموقع الأكثر
استخداما بين أوساط الطلبة وهو الفاييبوك facebook.

مواقع التواصل الاجتماعي مفهوم اصطلاحي

هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع
الجيل الثالث للويب أو ما يعرف باسم ويب 0,2 تتيح التواصل بين الأفراد (في

قرية، جامعة) بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب اهتمامهم أو شبكات انتماء (مدرسة، المؤسسة) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض .

وهي أيضا عبارة عن خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، والبحث عن تكوين صداقات وعن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين¹⁵ .

المفهوم الإجرائي

ونقصد بها مجمل المواقع التي تتيح التواصل الاجتماعي عن طريق شبكة الأنترنت، فهي منبر لتبادل الآراء والأفكار والثقافات والمناقشات حول قضايا المختلفة.

الخرس

لغة : هو ذهاب كلام عيبا أو خلقة، خرس خرسا وهو أخرس بتحريك المصدر وأخرسه ليخرج منه هديره¹⁶.

الخرس اصطلاحا : Mutisme

هو رفض مطلق للتكلم والإجابة عن الأسئلة المطروحة :

الخرس عند الأطفال : يمكن أن يكون كليا (بعد صدمة عاطفية أو في ظل سياق هراعي) و انتقائي، بوجود بعض الأشخاص (ويكون كردة فعل او عصبيا او ما قبل وهاني او ذهني) .

الخرس عند البالغين : يلاحظ هذا الخرس في فصام والاختلاط الذهني والهراع الخطر أو أيضا يساعد في منفعة الخالصة¹⁷.

الخرس الأسري: إجرائيا

هو الصمت أو العزلة أو بمعنى غياب الحوار بين أفراد الأسرة الواحدة وبمقابل التوجه إلى مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن آرائهم وأفكارهم بدل من الإدلاء بها داخل الأسرة نتيجة استخدام الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي داخل المدرسة.

الطالب الجامعي

لغة : من طلب وطلبه طلبا : تباعد ليطلب وفلان اسعفه ما طلب وأعانه عليه ، ويقال طلب فلان الشيء وأحوجه والجاه الى الطلب وطلبه بحقه مطلبه وطلابا بجر الطاء طلبه منه ، والطلاب، المطلوب والطلب، المطلوب، يقال هي طلب فلان اذا كان يهواها والطلاب يقال هو طلب نساء وهي طلب (جال رج) اطلاب وطلبة .

اصطلاحا : الطالب هو الذي يطلب العلم ويطلق العرف على التلميذ في مرحلتي التعليم الثانوي والعالى والجامعة هي مجموعة معاهد علمية تسمى كليات تدرس فيها الادب والفنون والعلوم¹⁸ .

اجرائيا : الطالب الجامعي هو الذي يدرس تخصص علوم الإعلام والاتصال بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم.

الإشباعات

الإشباع هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دفع، وتدل الكلمة أيضا على الحال التي يتم فيها وذلك ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبية والتخلص من التوتر، فالتراكم والتنبية يولد إحساسا بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة اشباع يدرك فيها خفض للتنبية كأنه لذة وبذلك يرتبط مفهوم الاشباعات بمفاهيم أخرى هي الحاجة والرغبة والدافع²².

الحاجة والرغبة

جاء في موسوعة علم الاجتماع أن الحاجة حالة أو أمر يضع المرء في موقف صعب أو محنة وفي زمن المصاعب والمتاعب بما يشعره بالعوز والرغبة الى شيء ضروري²³. وتعرف في مجال علم النفس على انها حالة من التوتر أو عدم الاشباع يشعر بها فرد معين و تدفعه الى التصرف متجها نحو الهدف الذي يعتقد أنه سوف يحقق له الإشباع، وهي تعني مجرد الافتقار بل لا بد من توفر الاحساس الملزم بضرورة تحقيق الحاجة، إذ لا بد بالإضافة إلى إدراك النقص أو الافتقار إلى موضوع الحاجة من وجود قوة دافعة محركة تحفز الى العمل على الاشباع²⁴.

وهناك فرق بين الحاجة والرغبة فالرغبة هي الشعور بالميل نحو أشخاص أو أشياء معينة كرغبة الطفل في تقييل أمه مثلا، لا تنشأ من حالة نقص أو اضطراب كما هي الحاجة، بل تنشأ من تفكير الفرد فيها أو ذكره إياها او إدراكه لأشياء مرغوبة فالرغبة تستهدف التماس اللذة بينما الحاجة تستهدف تجنب الألم²⁵.

العلاقة الافتراضية

ونقصد بها تلك العلاقات التي تنشأ بين مستخدمي الشبكات الاجتماعية من خلال الاتصالات المتكررة التي تتحول الى ربط اجتماعي، يمكن أن تتحول حتى إلى علاقة حقيقية في الواقع .

الاعلام الجديد

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة الاعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة، بحسب "لستر" cester "الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو²⁶.

الفايسبوك Facebook

يعتبر الفيس بوك Face book واحد من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فحسب وإنما أصبح قاعدة تكنولوجيا سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء²⁷.

الفايسبوك Facebook اجرائيا

هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي، يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة فايسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة بها.

الإطار النظري للدراسة

حتى لا ننتقل من فراغ في دراستنا هذه نعتقد أنه ومن الأنسب لنا أن نستند على نظرية محددة الأمر الذي من شأنه أن يقدم نسيبا صفة العمق و الشمول لدراستنا و ذلك من خلال الاستفادة من التراكم المعرفي و من ثم توجيه مسارنا في العمل التطبيقي من خلال تحديد التساؤلات و الفرضيات تحديدا واضحا انطلاقا من التراكم المعرفي الحاصل و نظرا الى أن موضوعنا حول أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الخرس الأسري فإننا رأينا انه من الأنسب ان نستند على نظرية الاستخدامات و الاشباعات إما في الوصول إلى نتائج أكثر شمولا و خدمة للموضوع .

1 مفهوم نظرية الاستخدامات و الاشباعات و فروضها

نظرية الاستخدامات و الاشباعات هي النظرية التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة وتنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها للرسائل و مضمون وسائل الاعلام خلافا للنظريات المبكرة مثل نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية و منفصلة و تتصرف بناء على نسق واحد أما وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية و السكانية و الشخصية²⁸.

و تتم نظرية الاستخدامات و الاشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية و التباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير و وسائل الاعلام و كان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها للرسائل و مضمون مفضل من وسائل الاعلام²⁹.

فلم يعد السؤال المطروح : ماذا فعل الاعلام بالجمهور ؟
ولماذا يستخدم الجمهور المنتجات الاعلامية ؟
و ما هي الاشباعات التي يحققها؟ و تنطوي هذه الاسئلة

عن انتقال موضوع التأثير من مضمون المادة الإعلامية فحسب، إلى السياق الاتصالي برمته فمنبع الاشباعات التي يحصل عليها المتلقي من الاعلام الجماهيري قد يتعلق بالمضمون الخاص للرسالة أو بالتعرض للوسيلة الإعلامية بحد ذاته أو بالوضعية الاتصالية الخاصة المرتبطة بوسيلة إعلامية ما حيث تستند نظرية الاستخدامات و الاشباعات على الطريق التي يختارها المستهلكون بنشاط لتلبية حاجاتهم الخاصة فهذه النظرية لا ترى المستخدمين كمستهلكين سلبيين تسيطر الصناعة الاعلامية على سلوكياتهم و لكنها ترى بأنهم مسؤولون عن اختيارهم لأي إعلام يستخدمون كيف يستخدمونه³⁰.

و يلخص "كاتز" و زملاءه الفروض الأساسية للنظرية فيما يلي:³¹

- جمهور وسائل الاعلام جمهور نشط و يتسم بالإيجابية و الفاعلية و يرتبط استخدامه بوسائل الاتصال بأهداف محددة لديه.
- يختار الجمهور وسائل الاعلام التي يوقع منها اشباعات رغباته و حاجاته.
- تتنافس وسائل الاعلام الأخرى لاشباع احتياجات الجمهور مثل الاتصال الشخصي للمؤسسات الرسمية او الأكاديمية و غيرها من العلاقات بين الجمهور و وسائل الاتصال بعوامل بيئية عديدة لديه.
- الجمهور قادر على تحديد اهتماماته و احتياجاته و دوافع تعرضه لوسائل الاعلام و بالتالي يختار الوسائل التي تشبع حاجاته و رغباته.

يمكن استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الاتساق والمعايير الثقافية السائدة في المجتمع ويتحدد في ضوء ذلك أن الجمهور هو الذي يحدد طبيعة استخدامه للمحتوى الذي يرغب في عناصر نظرية الاستخدامات و الاشباعات :

افتراض الجمهور النشط : يزعم "هويت" أن النظريات القديمة كانت تنظر إلى الجمهور باعتباره متلقيا سلبيًا أمام قوة الرسائل و تأثيرها الفعال حتى ظهر مفهوم الجمهور العنيد الذي يبحث عما يريد أن يتعرض إليه و يتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم هذا المحتوى³².

حيث أعاد هذا الافتراض النظرية التي كانت تنظر للجمهور باعتباره متلقيا سلبيًا لا حول له ولا قوة و يسهل التأثير عليه و أصبح ينظر إليه على أنه جمهور نشيط ينتقي ويختار ما يهيمه من رسائل ووسائل الاتصال ليشبع حاجاته في النهاية³³.

الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام

لقد أدى ظهور مفهوم الإدراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم و يفسرون وسائل الاعلام بطرق متنوعة و متباينة أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز و أن تحدد أصول كثيرة من استخدامات ووسائل الاعلام³⁴.

وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل الامبريقي على دور العوامل الديمغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الاعلام : مثل ارتباط هذا التعرض بالنوع العمر، المهنة و المستوى التعليمي و الاجتماعي و الاقتصادي³⁵.

دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام: توجد جهات نظر متباينة لدراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام و لكن بوجه عام فان معظم الدراسات تقسم دوافع التعرض الى فئتين هما³⁶:

دوافع نفعية: و تستهدف التعرف على الذات و المعلومات و الخبرات و جميع اشكال التعلم بوجه عام و التي تعكسها برامج الاخبار و البرامج التعليمية و الثقافية .

دوافع طقوسية: و تستهدف تمضية الوقت و الاسترخاء و الصدقة و اللفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات و تنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل المسلسلات والأفلام و المنوعات و غيرها .

التوقعات من وسائل الإعلام: يرى "كاتز" ان التوقعات هي الاشباعات التي يبحث عنها³⁷ و بذلك فالتوقعات تساهم في اختيار الوسائل و المضامين و تختلف التوقعات الافراد

من وسائل الاعلام وفقا للفروق الفردية وكذلك وفقا لاختلاف الثقافات ويرى " شرام " في هذا الشأن ان الانسان يختار احدى وسائل الاعلام المتاحة التي يظن انها سوف تحقق له الاشباع النفسي المطلوب³⁸.

التعرض لوسائل الإعلام: أشارت دراسات عديدة الى وجود علاقات ارتباط بين البحث عن الاشباعات و التعرض لوسائل الاعلام ويعير زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الاعلام عن نشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المعلومات التي تلبى احتياجاته³⁹.

اشباعات وسائل الإعلام: تعد اشباعات وسائل الاعلام بمثابة المحصلة التي تترتب على استخدامات الجمهور لوسائل الاعلام و تتوقف الاشباعات التي تحقق لدى الجمهور وفقا لنوع الوسيلة ونوع المضمون المقدم وطبيعة الظرف الاجتماعي الذي تم فيه الاتصال⁴⁰.

اشباعات المحتوى: وتشمل الاشباعات الناتجة من التعرض لمضامين وسائل الاعلام وهي نوعين، اشباعات التوجيه تتضمن الحصول على المعلومات و تأكيد المدافع و اشباعات اجتماعية يقصد بها شبكة علاقاته الاجتماعية.

اشباعات علمية: وهي لا ترتبط بخصائص محتوى علمية الاتصال بل تتعلق بطبيعة علمية الاتصال ذلك باختيار نوعية الوسيط الذي يتم التعرض اليه وتشمل اشباعات شبه توجيهية مثل الشعور بالمتعة:

3- الإطار الميداني للدراسة

أما فيما يتعلق بالدراسة الميدانية يتناول هذا القسم الجانب التطبيقي من الدراسة التي يدور فحواها حول: " أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الخرس الأسري لدى الطلبة الجامعيين " حيث قمنا بتحليل بيانات الدراسة الميدانية وذلك استنادا إلى الاستمارات التي تم توزيعها في البداية على عينة بحثية قوامها 100 مفردة مقسمة بالتساوي بين فئتي الذكور والإناث .

السمات العامة : تتعلق بالبيانات الشخصية وتتضمن هذه :

الجنس: مقسم بين فئتي الذكور والإناث

السن: وقمنا بتقسيمه إلى أربع فئات من 20- 24 سنة ، من 25 -30 سنة ، من 31 -35 سنة ، أكثر من 35 سنة.

المستوى التعليمي: وقمنا بتقسيمه الى " ليسانس، ماستر ، دكتوراه " . المحور الأول : استخدام النشاط و النوع الثاني اشباعات شبه اجتماعية كالتخلص من الملل و عدم الشعور بالوحدة و الشعور بالتواجد مع الآخرين .

تحتوي هذه الاستمارة على محور ثلاث محاور المحور الأول: إقبال الطلبة على الفايسبوك. المحور الثاني: تأثير الفايسبوك على الاتصال الأسري. المحور الثالث: السلوكيات الجديدة نتيجة استخدام الفايسبوك. ثم عمدنا إلى تفرغ البيانات في الجداول وتحليلها وأخيرا توصلنا إلى استنتاجات. **الجدول رقم (1) متغير الجنس.**

الجنس	تكرار	النسبة %
الذكور	50	50%
الاناث	50	50%
المجموع	100	100%

المصدر : من اعداد الباحث اعتمادا على أداة الدراسة.

يظهر لنا من خلال الجدول رقم (1) أن توزيع العينة مقسم بين الجنسين ذكور وإناث حيث نجد أن عدد الذكور 50 مفردة بنسبة 50% وكذلك عدد الاناث هو 50 أي بنسبة 50%.

الجدول رقم 2: متغير السن

الجنس السن	الذكور		الاناث	
	ت	%	ت	%
24-20	29	29%	24	24%
30-25	20	20%	08	08%
35-31	/	/	/	/
اكثر من 35	01	01%	/	/
المجموع	50	50%	50	50%

المصدر : من اعداد الباحث اعتمادا على أداة الدراسة.

نلاحظ من الجدول أن الفئة العمرية من (20- 24] سنة عند الذكور بنسبة 29 % والإناث بنسبة 42 % أما الفئة العمرية ما بين (25-30] عند الذكور 20 % والإناث 8 % وبالنسبة للفئة العمرية الأكثر من 35 سنة عند الذكور بلغت نسبتهم 10 % أما بالنسبة للفئة العمرية لإناث فهي منعدمة.

الجدول رقم 03: متغير المستوى التعليمي

الجنس	الذكور		الإناث	
	ت	%	ت	%
ليسانس	13	13%	16	16%
ماستر	37	37%	33	33%
دكتوراه	/	/	01	01%
المجموع	50	50%	50	50%

المصدر : من اعداد الباحث اعتمادا على أداة الدراسة .

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أن الطلبة في مستوى ليسانس من الذكور بنسبة 3 % والإناث 16 % وفي مستوى ماستر الذكور 37 % والإناث 33 % وأخيرا مستوى الدكتوراه لا يوجد والإناث 1%.

الجدول رقم 04: مكان استخدام الفايسبوك

الجنس	ذكور						إناث				مجموع	
	ليسانس		ماستر		دكتوراه		ليسانس		ماستر			دكتوراه
مكان والمستوى استخدام التعليمي Facebook	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
البيت	12	11.42%	25	23.08%	/	/	11	10.47%	24	22.85%	1	0.95%
مقهى الانترنت	1	0.95%	12	11.42%	/	/	/	/	4	3.80%	/	/
مكان اخر	/	/	4	3.80%	/	/	5	4.76%	6	5.71%	/	/
المجموع	13	12.38%	41	39.04%	/	/	16	15.23%	34	32.83%	1	0.95%

المصدر : من اعداد الباحث اعتمادا على أداة الدراسة .

تبين نتائج الجدول أن أكثر من نصف أفراد العينة يستخدمون لموقع الفايسبوك من بيوتهم عند الذكور الماستر بنسبة 23,08 % والليسانس 11,42 % اما الإناث الليسانس 10,47 % والماستر 22,85 % تليها في مقهى الانترنت 11,42 % عن الذكور ماستر والليسانس بـ 0,95 % اما الإناث فنسبة 3,80 % عند الماستر أما من مكان اخر فعند الذكور 3,80 % ماستر والإناث 4,76 % ليسانس و 5,71 % ماستر .

ويمكن تفسير هذه النتائج بالتطور الكبير الذي عرفته الأنترنت في الجزائر في السنوات الأخيرة وشهدت اشتراكات الانترنت في المنزل ارتفاعا كبيرا، وكذا انتشار شبكة الجيل الثالث وتغطيتها تقريبا أكبر ولايات الوطن. هناك فروق على مستوى الجنس والمستوى التعليمي في استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي Facebook.

الجدول رقم 05 الفترات المفضلة لاستخدام الفايسبوك لدى افراد العينة

المجموع	اناث						ذكور						متغير الجنس والمستوى التعليمي الوقت	
	دكتوراه		ماستر		ليسانس		دكتوراه		ماستر		ليسانس			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
27%	27	/	/	13%	13	6	6	/	/	5	5	3	3	قراءة ساعة
18%	18	/	/	5%	5	4	4	/	/	7	7	2	2	ساعة ونصف
55%	55	1%	1	14%	1	7	7	/	/	2	2	7	7	ساعتان فاكثر
100%	100	1%	1	32%	32	17	17	/	/	38	38	12	1	المجموع
													2	

المصدر : من اعداد الباحث اعتمادا على أداة الدراسة.

فحص نتائج الجدول يتبين لنا ان أغلبية أفراد العينة يفضلون استخدام الفايسبوك ليلا بالنسبة للذكور خاصة الماستر بنسبة 17,6 % أما الإناث بنسبة 13,6 % في حين يصل 17,6 %.

من مستوى الماستر إناث استخدامه مساء ونسبة 9,6 % بالنسبة لليسانس أما الذكور فالماستر ذكور بنسبة 12,8 % وليسانس 5,6 % وتبقى الفترة الصباحية بنسبة استخدام قليلة بـ 1,6 % للذكور والإناث 0,8 % وظهرا بـ 4 % للذكور و 2,4 % للإناث. ويبدو هذا الترتيب منطقيا حيث أن الفترة المسائية والفترة الليلية هي الأوقات التي يتفرغ فيها أغلبية الأشخاص للإنترنت ضف إلى ذلك أن الانترنت تتيح فرصة اختبار الوقت المناسب للاستخدام عكس بقية الوسائل الاعلامية .

ونجد أن عدد قليل من المستخدمين يفضلون الإبحار في الموقع صباحا وقد يكون ذلك الوقت هو الأنسب بالنسبة لمن يدخلون للموقع من أماكن العمل مثلا أو

باعتبار الفترة الصباحية هي وقت فراغ بالنسبة للبعض ويمكن تبرير قلة الاستخدام في
 كلتي الفترتين لأن الوقت وقت عمل والاتصال بالأصدقاء قد يكون قليلا مقارنة
 بالفترات السابقة الأكثر استقطابا للمستخدمين.

❖ هناك فروق على مستوى الجنس والمستوى التعليمي في استخدام الطلبة لمواقع

التواصل الاجتماعي Facebook

الجدول رقم (06) الوقت المستغرق في عملية استخدام للفايسبوك

المجموع	اناث						ذكور						متغير الجنس والمستوى التعليمي الوقت	
	دكتوراه		ماستر		ليسانس		دكتوراه		ماستر		ليسانس			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
27%	27	/	/	3%	13	%	6	/	/	5%	5	3%	3	قراءة ساعة
18%	18	/	/	5%	5	4%	4	/	/	7%	7	2%	2	ساعة ونصف
55%	55	1 %	1	14%	14	7%	7	/	/	26%	26	7%	7	ساعتان فأكثر
100 %	100	1 %	1	32%	32	17%	17	/	/	38%	38	12%	12	المجموع

المصدر : من اعداد الباحث اعتمادا على أداة الدراسة.

تشير معطيات الدراسة الموضحة أعلاه إلى أن المبحوثين يقضون أوقاتا طويلة
 أمام الفايسبوك حيث يلاحظ أن أغلبية أفراد عينة البحث تستخدم الفايسبوك
 ساعتين فأكثر يوميا بنسبة قدرها 55% وهذا ما يجعلهم معرضين للإدمان حيث أن
 الدراسات الحديثة التي أجريت في هذا المجال أثبتت أن الأفراد الذين يستخدمون
 الانترنت وخاصة الفايسبوك أكثر من ثلاث ساعات يوميا يكونون معرضون للإدمان
 والأمراض النفسية والآثار الاجتماعية التي تسببها الانترنت ويرجع سبب ذلك إلى
 طبيعة المواقع ويصعب على المتصفح ان يتحكم في المجالات والتخصصات وفي الوقت
 الذي يقضيه أثناء التصفح نظرا لكثرة الروابط وتعدد المواضيع .

ويأتي في المرتبة الثانية من حيث الاستخدام أفراد العينة الذين يستخدمون
 الفايسبوك في مدة قرابة ساعة يوميا بنسبة قدرها 27%. ويأتي في المرتبة الأخيرة أفراد

العينة الذين يستخدمون الفايسبوك في مدة ساعة ونصف يوميا بنسبة قدرت ب 18% وهي نسبة ليست بقليلة حيث تمثل 18 فرد من إجمالي عينة البحث .

الجدول رقم (07) هناك فروق على مستوى الجنس والمستوى التعليمي في استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي Facebook

المجموع	إناث						ذكور						متغير الجنس والمستوى التعليمي سبب الاستخدام	
	دكتوراه		ماستر		ليسانس		دكتوراه		ماستر		ليسانس			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
22,47%	40	0,58%	1	6,39%	11	2,90%	5	/	/	10,46%	18	2,90%	5	البحث عن المعلومات
19,66%	35	0,58%	1	7,55%	13	3,48%	6	/	/	6,97%	12	1,74%	3	التروية والتسلية
34,26%	61	0,58%	1	13,95%	24	4,64%	8	/	/	9,30%	16	6,97%	12	التواصل مع الأصدقاء
8,42%	15	/	/	/	/	2,90%	5	/	/	2,90%	5	2,90%	5	ملء الفراغ
1,74%	3	/	/	1,74%	3	/	/	/	/	/	/	/	/	الهروب من الواقع
7,86%	14	/	/	4,06%	7	1,16%	2	/	/	1,74%	3	1,16%	2	التخلص من القلق والملل
5,61%	10	/	/	/	/	0,58%	7	/	/	1,74%	3	/	/	التخلص من الفراغ العاطفي
100%	178	1,74%	3	33,72%	58	18,53%	33	/	/	33,3%	57	15,69%	27	المجموع

المصدر : من اعداد الباحث اعتمادا على أداة الدراسة.

يحتوي هذا الجدول على مختلف الأسباب التي تجعل المبحوثين يستخدمون الفايسبوك وقد جاء سبب « التواصل مع الاصدقاء » في المرتبة الأولى بنسبة قدرت ب 34,26% وهي متقاربة بين الذكور والإناث ويأتي في السبب الثاني « البحث عن المعلومات » بنسبة 22,47% و تمكن هذه الخدمة العينة من تصفح الكتب والمجلات وانجاز البحوث الجامعية بطريقة ميسرة حيث نجد أن نسبة الذكور تفوق نسبة الإناث بقليل . وفي المرتبة الثالثة نجد سبب « الترفيه والتسلية » بنسبة 19,66% حيث أن أغلبية مستخدميها هم إناث، بينما « ملء الفراغ » في المرتبة الرابعة ب 8,42% ويأتي بعده « التخلص من الفراغ العاطفي » بنسبة 5,61% وفي المرتبة الأخيرة « الهروب من الواقع » بنسبة 1,74% ونلاحظ من خلال بيانات الجدول أن أكبر النسب كانت في خانة «التواصل مع الأصدقاء» بنسبة 13,95% لطلبة الماستر إناث و 9,30% للذكور ماستر وهذا راجع إلا أن موقع الفايسبوك يتيح فرصة التعارف والتواصل بطريقة سهلة وممتعة ما يشد الطلبة الجامعي إليه من خلال تشكيل مواقع خاصة بشعبهم وهواياتهم

وأماكن إقامتهم والجميع ينقسم بين قضاء وقت في الترفيه والبحث العلمي بحكم الدراسة و المحيط الجامعي الذي يفرض على مستخدم الفايسبوك البحث عن المعلومات والكتب والبحوث العلمية وفي نفس الوقت بترفيهه عن النفس والتسلية بحكم بعد الطالب عن بيئته واقامته بالحي الجامعي فيعتبر الفايسبوك كمتنفس له.

هناك فروق على مستوى الجنس والمستوى التعليمي في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي Facebook

الجدول رقم (09) تعداد الأصدقاء في الفايسبوك.

المجموع	إناث						ذكور						متغير الجنس والمستوى التعليمي عدد الأصدقاء	
	دكتوراه		ماستر		ليسانس		دكتوراه		ماستر		ليسانس			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
67%	67	/	/	24%	24	13%	13	/	/	24%	24	6%	6	أقل من 150
23%	23	1%	1	4%	4	4%	4	/	/	11%	11	3%	3	من 150 الى 300
10%	10	/	/	3%	3	1%	1	/	/	2%	2	4%	4	أكثر من 300
10% 0	100	1%	1	31%	31	18%	18	/	/	37%	37	13%	13	المجموع

المصدر : من اعداد الباحث اعتمادا على أداة الدراسة.

تبين نتائج الجدول نسبة الذكور والإناث متعادلة في المستوى التعليمي ماستر الذين لديهم أقل من 150 صديق بتعداد 24 ونسبة تقدر ب 24%، أما المستوى التعليمي الليسانس جاءت نسبة الإناث ب 13% أكثر من نسبة الذكور ليسانس المقدر ب 6% أما نسبة الذكور من الفئة الثانية [150 الى 300] المقدر ب 14% أكثر من فئة الإناث المقدر ب 9% وفئة أكثر من 300 فإن الذكور كانت نسبتهم 6% أما الإناث 4% ومن بين اللذين لديهم أكثر من 300 صديق على الفايسبوك كان عدد أصدقائهم يختلف من شخص إلى آخر منهم 2010، 4500، 800، 366، وهذا ما تبين في إجابات المبحوثين. إن نتائج الجدول تؤكد لنا أن نسب التفاعل مع الفايسبوك تتقارب بين الذكور والإناث وهذا راجع إلى انتشار الواسع للإنترنت والجيل الثالث الذي كسر الحاجز والفروق بين الذكور والإناث وأنه يوجد تقارب في النسب بالنسبة لعدد الأصدقاء على

الفايسبوك بين الذكور والإناث وهذا ما يقودنا إلى القول أنه لا توجد فروق في الجنس
 تعداد عدد الأصدقاء للمستخدمين بحيث أن نسبة الإقبال على الفايسبوك متقاربة
 للذكور و الاناث .

هناك فروق على مستوى الجنس والمستوى التعليمي في استخدام الطلبة لمواقع التواصل
 الاجتماعي Face book

الجدول رقم 10 : أساس اختيار الأصدقاء في الفايسبوك.

المجموع	إناث						ذكور						متغير الجنس والمستوى التعليمي المعيار	
	دكتوراه		ماستر		ليسانس		دكتوراه		ماستر		ليسانس			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
36,21%	50	0,72%	1	13,76%	19	5,07%	7	/	/	11,59%	16	5,07%	7	علاقات قربية
21,03%	29	/	/	13,04%	18	/	/	/	/	6,52%	9	1,47%	2	اهتمام مشترك
30,29%	42	0,72%	1	9,42%	13	7,24%	10	/	/	9,42%	13	3,52%	5	مستوى معرفي
11,57%	16	/	/	2,17%	3	1,44%	2	/	/	5,07%	7	2,89%	4	لا يوجد اي معيار
0,72%	1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	0,72%	1	اخرى اذكراها
100%	138	1,44%	2	38,40%	53	13,76%	19	/	/	32,60%	45	13,76%	19	المجموع

المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على أداة الدراسة.

من خلال بيانات الجدول نلاحظ أن معايير اختيار الأصدقاء على الفايسبوك
 تختلف من معيار إلى آخر، حيث أن أعلى نسبة تمثلت في «علاقات القرابة» بـ 36,21 %
 وهناك تقارب في النسب بين الذكور والإناث وفي المرتبة الثانية هناك معيار «المستوى
 المعرفي» بنسبة 30,29 % مع تفوق طفيف في النسب من الإناث على الذكور وفي المرحلة
 الثالثة يأتي معيار «الاهتمام المشترك» بـ 21,03% وبعده «لا يوجد أي معيار» بـ 11,57 %
 بحكم تداخل العلاقات عبر موقع الفايسبوك وما يتيح من بناء علاقات جديدة مختلفة.

الجدول رقم 12 مرتبط الجدول برقم 11 اذا كانت اجابتك بنعم فهل هذه المجموعات هي .

المجموع	ثك						ذكور						متغير الجنس والمستوى التعليمي المجموعات	
	دكتوراه		ماسر		ليسانس		دكتوراه		ماسر		ليسانس			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
8,32%	10	/	/	/	/	1,66%	2	/	/	3,33%	4	3,33%	4	سياسية
21,48%	27	0,83%	1	7,5%	9	1,66%	2	/	/	6,66%	8	5,83%	7	اجتماعية
23,16%	29	0,83%	1	8,13%	10	2,5%	3	/	/	10%	12	2,5%	3	ثقافية
18,19%	22	/	/	5,83%	7	3,33%	4	/	/	5%	6	4,03%	5	ترفيهية
25%	31	0,83%	1	6,66%	8	2,5%	3	/	/	10,83%	13	5%	6	اعلامية
4,03%	5	/	/	/	/	/	/	/	/	2,5%	3	1,66%	2	اخرى
100%	124	2,49%	3	28,33%	34	11,66%	14	/	/	38,33%	46	22,5%	27	المجموع

المصدر : من اعداد الباحث اعتمادا على أداة الدراسة .

نلاحظ من خلال الجدول رقم 12 مختلف المجموعات على الفايسبوك والتي يطلع عليها الطلبة المستخدمون للموقع وقد تبين من خلال هذا الجدول إلى أن المجموعات الإعلامية حازت على أعلى نسبة بـ 25% في حين يوجد تفاوت بين الذكور والإناث وهذه النسبة راجعة لكون المواقع الإعلامية تلبى حاجيات الطلبة بحكم تخصصهم وتأتي في المرتبة الثانية المجموعات الثقافية بنسبة 23,16% ويوجد تقارب في نسبة الذكور والإناث وهذا لكون المواقع الثقافية تحتوي على العديد من المعلومات والمعارف ويكون الاطلاع عليها لأجل اكتساب ثقافات شخصية .

أما المرتبة الثالثة تأتي المجموعات الاجتماعية بنسبة 21,48% حيث نسبة الذكور تفوق نسبة الإناث بقليل ويعود الإقبال على هذه المجموعات لكونها تتيح التواصل وبناء علاقات جديدة والبحث عن حلول للمشاكل الاجتماعية وفي المرتبة الرابعة هناك المجموعات الترفيهية بنسبة 18,19% منقسمة بين الذكور والإناث وهي

مجموعات ترفه عن النفس وتختص بالتسلية لزائريها وبعدها المجموعات السياسية بنسبة 8,32% وهذه النسبة قليلة بحكم فئة الطلبة الجامعيين فئة شابة لا تهتم بالسياسة كثيرا وأجاب بعض الطلبة عن بعض المجموعات الأخرى كانت أغلبها الرياضية بنسبة 4,05 % بحكم تتبع فئة الشباب من الطلبة الجامعيين للرياضة ولعبة كرة القدم ومشاهدة الأخبار الدولية والمحلية.

الجدول رقم 13 : الوقت الذي تقضيه للفيسبوك أكثر من الوقت الذي تقضيه مع أسرته.

المجموع	إناث						ذكور						متغير الجنس والمستوى التعليمي الإجابية	
	دكتوراه		ماستر		ليسانس		دكتوراه		ماستر		ليسانس			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%31	31	/	/	6%	6	3%	3	/	/	%16	16	%6	6	نعم
%69	69	%1	%1	%27	27	%13	13	/	/	%21	21	%7	7	لا
%100	100	%1	%1	%33	33	%16	16	/	/	%37	37	%13	13	المجموع

المصدر : من اعداد الباحث اعتمادا على أداة الدراسة.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 13 الموضح اعلاه انه هناك نسبة كبيرة من افراد العينة لا يقضون وقت في الفيسبوك أكثر من الوقت مع الاسرة وذلك بنسبة 69 % مع العلم ان نسبة الاناث اكثر من نسبة الذكور وعن الطلبة الذين يقضون وقتا أطول في الفيسبوك على حساب أسرهم قدرت النسبة بـ 31 % اي ثلث العينة ونسبة الذكور تفوق نسبة الاناث بضعفين وهذا راجع لكون الطلبة يقضون معظم أوقاتهم في التواصل مع أصدقائهم عبر الفيسبوك على حساب قضاء الوقت مع الأسرة وربما يلتقون مع أفراد عائلاتهم وقت الغداء والعشاء فقط وهذا راجع ربما لشعورهم بالراحة النفسية والحرية في التصرف وهروبهم من الالتزامات الأسرية وشعورهم بأن لهم عالمهم الخاص يتصرفون فيه بحرية ودون مراقبة وهذا ما يفسر الوقت الطويل الذي يقضونه أمام الفيسبوك والابتعاد عن الأسرة مما يؤدي بهم إلى الإدمان الذي يخلق آثار اجتماعية عليهم كالعزلة مثلا .

الجدول رقم 14 : تأثير الفايسبوك على الحوار مع أفراد الأسرة ؟

المجموع	إناث						ذكور						متغير الجنس أثر والمستوى الفايسبوك التطبيعي على الحوار مع الأسرة كثيرا قليلا على الإطلاق
	دكتوراه		ماستر		ليسانس		دكتوراه		ماستر		ليسانس		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
5%	5	/	/	/	/	/	/	/	/	4%	4	1%	1
37%	37	/	/	14%	14	4%	4	/	/	12%	12	7%	7
58%	58	1%	1	18%	18	13%	13	/	/	21%	21	5%	5
100%	100	1%	1	32%	32	17%	17	/	/	37%	37	13%	13

المصدر : من اعداد الباحث اعتمادا على أداة الدراسة.

لاحظنا من خلال الجدول السابق أن نسبة كبيرة من الطلبة المستخدمين للفايسبوك صرحوا بأن علاقاتهم مع أفراد أسرهم لم تتأثر من استخدامهم للفايسبوك على الإطلاق بنسبة قدرت بـ 58% بتفوق طفيف للإناث على الذكور أما الذين أقروا بأن علاقاتهم تأثرت قليلا كانت النسبة بـ 37% بتقارب واضح بين الإناث والذكور في حين الذين تأثرت علاقاتهم كثيرا كانت نسبتهم 5% وكلهم من فئة الذكور وهذا ما يفسره طول وقتهم أمام الحاسوب وخاصة في الليل عكس الإناث اللواتي لديهن انشغالات وأعمال داخل البيت حيث أن الذكور عكس ذلك لا يوجد من يمنعهم خاصة بعد تغطية شبكة الجيل الثالث لأغلب مناطق أرض الوطن ما يجعلهم دائما مع صفحة الفايسبوك التي أصبحت تشغلهم عن أهلهم وأصدقائهم وحتى دراستهم وأعمالهم وعليه نستنتج أن هناك تأثير للفايسبوك على الطلبة الجامعيين وخاصة الذكور منهم حيث يشغل وقتا من حياتهم اليومية و يتوسع هذا الوقت على حساب العلاقات الأسرية لأن العلاقة الجيدة تتطلب قضاء وقت كافي لإشباع حاجيات الأسرة والرعاية والمتعة وهنا يمكن القول أن الفايسبوك قد قلص من حجم العلاقات الأسرية مشكلة فجوة بين الطلبة وأسرهم وتدهور في حميمية هذه العلاقات نتيجة البعد الفيزيقي وقلة الاحتكاك. كما أكسبته عادات جديدة تمثلت في طابع الفردانية في التعرض وهو ما يزيد انزاله وهنا يمكننا استحضار خاصية من خصوصيات مجتمع

المعلومات ألى وهي الفردانية individualisme على حد تعبير دومينيك ولتون D.WOLTON ، وتعد من الآثار الاجتماعية الناجمة عن الاستخدام المفرط للفايسبوك وهي تراجع الاتصال و الانعزال عن الأسرة.

الجدول رقم 15 : ما هي النشاطات الأسرية التي بدأت تقل منذ استخدامك للفايسبوك.

المجموع	إناث						ذكور						متغير الجنس والمستوى التعليمي النشاطات الأسرية	
	دكتوراه		ماستر		ليسانس		دكتوراه		ماستر		ليسانس			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
%20,16	22	/	/	%3,66	4	%2,75	3	/	/	%11,92	13	%1,83	2	الاجتماع لمنافسة مواضيع مشتركة
%3,65	4	/	/	%0,91	1	%0,91	1	/	/	%1,83	2	/	/	الحديث عن مشاكل خاصة بأفراد الأسرة
%22,91	25	%0,91	1	%4,58	5	%1,83	2	/	/	%10,09	11	%5,50	6	الجلوس والاجتماع برفقة العائلة
53,18%	58	%0,91	1	%18,34	20	%4,58	5	/	/	%21,1	23	%8,25	9	مشاهدة التلفاز مع العائلة
%100	109	%1,83	2	%27,52	30	10,09%	11	/	/	%44,95	49	%15,59	17	المجموع

المصدر : من اعداد الباحث اعتمادا على أداة الدراسة.

يوضح لنا الجدول رقم 15 النشاطات الأسرية التي بدأت تقل منذ استخدام الطلبة للفايسبوك. وتشير معطيات الدراسة المتحصل عليها ان اكبر نسبة من العينة كانت للذين صرحوا بنقص نشاط مشاهدة التلفاز مع العائلة بنسبة 53,18 % مع تقارب في نسب الذكور والإناث وهذا راجع الى الجلوس أمام الحاسوب واستخدام الفايسبوك ما يجعل الفرد ينسى مشاهدة التلفاز لأنه يستطيع البحث عن أي أخبار أو برامج أو أي شيء يريد مشاهدته عبر صفحات ومجموعات في الفايسبوك ويأتي نشاط الجلوس والاجتماع برفقة العائلة في المرتبة الثانية من ناحية النشاطات التي قلت بسبب استخدام الفايسبوك بنسبة 22,91% مع تقاربات طفيفة في النسب بين الذكور والإناث وهذا راجع إلى تعلق الطلبة الجامعيين بموقع الفايسبوك وتداولهم عليه كثيرا مع جعلهم ينعزلون تدريجيا عن عائلاتهم وعدم الجلوس والاجتماع معهم لأن وقتهم أصبح يشغله الفايسبوك أكثر من أي شيء آخر .

أما في المرتبة الثالثة فيأتي نشاط الاجتماع لمناقشة مواضيع مشتركة بنسبة 20,16% في حين جاء الذكور بنسبة تعادل ثلثي نسبة الإناث وأخيرا بنسبة قليلة جاء نشاط الحديث عن مشاكل خاصة لأفراد الأسرة بنسبة 3,65% وهذه النسبة راجعة ليس لكون التداول على موقع الفايسبوك غالب بل بالعكس لأن المجتمع الجزائري عموما والطلبة الجامعيين خصوص يغيب عنهم هذا النشاط لأننا مازلنا بعيدين عن هذا النشاط الأسري الذي يؤثر على العلاقة الأسرية ونحتاجه في مجتمعنا لمحاربة مشكلة والتقرب من أسرنا .

الجدول رقم 17 : ملاحظة تغير السلوك اتجاه الأسرة.

المجموع	إناث						ذكور						متغير الجنس والمستوى التعليمي الإجابة	
	دكتوراه		ماستر		ليسانس		دكتوراه		ماستر		ليسانس			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
22	22	/	/	4	4	2	2	/	/	11	11	5	5	نعم
78	78	1	1	27	27	16	16	/	/	26	26	8	8	لا
100	100	1	1	31	31	18	18	/		37	37	13	13	المجموع

المصدر : من اعداد الباحث اعتمادا على أداة الدراسة.

تفيد بيانات الجدول بأن نسبة عالية جدا تقدر بـ 78% من مجموع مفردات العينة يصرحون بأن سلوكهم لم يتغير اتجاه أسرهم ومنهم الإناث تفوق نسبتهم على الذكور بـ 10% وهذه نسبة راجعة لكون الطلبة أجابوا بأن الفايسبوك لم يؤثر على علاقتهم مع أسرهم وأنه مجرد عالم افتراضي لا يمد بصلة للحقيقة وأنه مجرد تسلية وأنهم يعلمون مدى أهمية الأسرة ويقول بعضهم إنهم ينظمون وقتهم بين الفايسبوك والأسرة أما الذين لا حظوا تغير سلوكهم اتجاه أسرهم كانت النسبة بـ 22% مع تفاوت النسب بين الذكور على الإناث وهذه النتيجة ليست بقليلة وذلك يعود لتعود الطلبة على موقع الفايسبوك وأيضا بعدهم عن البيت ومحاولتهم ملء الفراغ والتواصل مع اصدقائهم ويقول احد الطلاب انه اصبح لديهم ثقافات أخرى عبر الفايسبوك وفي بعض المرات لا يحس الفرد أنه مع أسرته بسبب تصفحه لصفحات الفايسبوك و يقول آخر أنه يود الجديد وآخر الأخبار وهذا ما يوفره له الفايسبوك .

جدول رقم 19 : الاشباعات الاجتماعية التي يحققها لك الفايسبوك

مغير الجنس والمستوى التطبي الإشباعات الاجتماعية	ذكور						إناث						المجموع	
	ليسانس		ماستر		دكتوراه		ليسانس		ماستر		دكتوراه			
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
ربط علاقات صداقة	11	73,9%	27	23,89%	/	/	16	14,15%	31	27,43%	1	0,88%	86	76,08%
ربط علاقات مع الجنس الآخر	04	3,53%	07	6,19%	/	/	1	0,88%	07	6,19%	/	/	19	16,79%
إيجاد حلول لمشاكل للجمعية	01	0,88%	06	5,30%	/	/	/	/	/	/	1	0,88%	07	6,18%
المجموع	16	14,15%	40	35,39%	/	/	17	15,04%	38	33,62%	2	1,76%	112	100%

المصدر : من اعداد الباحث اعتمادا على أداة الدراسة

من خلال البيانات السابقة يقر معظم الطلبة أن ربط علاقات صداقة هي من أكثر الاشباعات الاجتماعية التي يحققها الفايسبوك لقراءته وجاءت نسبتها بـ 76,08%. وهذا راجع لكون الفايسبوك يربط علاقات صداقة وتواصل بين الأفراد والمجتمعات ويتيح بناء علاقات جديدة ويقول 16,79% من الطلبة إن ربط علاقات مع الجنس الآخر هي من الاشباعات الاجتماعية التي يحققها الاستخدام لموقع الفايسبوك وهذا راجع الى فراغهم العاطفي وحبهم بناء علاقات حميمة مع الجنس الآخر وأخير كان إيجاد حلول لمشاكل الاجتماعية اشباع يحقق الفايسبوك بنسبة 6,18% زيادة للذكور على الاناث.

النتائج العامة للدراسة

توصلت الدراسة النظرية الى ان مواقع الشبكات الاجتماعية التي تتأثر بقبول وتجاوب الكثير من الناس وفي جميع أنحاء العالم تطرح العديد من القضايا سيما وأنها تتيح للمستخدم فضاء آخر للتفاعل ضمن مجتمع افتراضي يقوم من خلاله ببناء علاقات افتراضية مع أشخاص قد تجمعهم بهم علاقات قرابة وصداقة في الواقع او أشخاص يبادلونهم نفس الاهتمام، ويعتبر موقع الفايسبوك من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية الذي تتلخص فكرته في إمكانية التفاعل مع الأصدقاء القدامى وكذلك الاصدقاء الجدد و تبادل المعلومات وآخر الأنباء والتطورات معهم، وتتعدد استخدامات الموقع وتختلف تأثيراته في العلاقات الاجتماعية، ولقد أسفرت النتائج التالية :

- 1- بالنسبة لاستخدام الفايسبوك فقد تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمونه في البيت بنسبة 68,77٪ وتشير النتائج أن المبحوثين يتصفحون الموقع أكثر من ساعتين يوميا بنسبة 55٪.
- 2- أما من خلال الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الفايسبوك فلقد تبين من إجابات أفراد العينة أن أغلبهم يستخدمونه بدافع التواصل مع الاصدقاء بنسبة 34,26٪ و البحث عن المعلومات بنسبة 22,47٪.
- 3- كما توصلت الدراسة أن أغلب المبحوثين الذي يستخدمون الفايسبوك استفادوا من استخدامهم له بنسبة قدرت ب 81٪ وهذا ان لم يدل على أنهم وجدوا ضالتهم في الموقع وحققوا غايتهم منه.
- 4- من خلال اقبال أفراد العينة على الفايسبوك فإن 66٪ منهم يمثلون أعضاء داخل مجموعات وكانت نسبة 25٪ من العينة تقبل على المجموعات الاعلامية في حين كانت المجموعات الثقافية والاجتماعية بنسبة 23,16٪ و 21,48٪ على التوالي وهذه المجموعات تلعب دور كبير في جذب الطلاب الى الفايسبوك وتزيد من تعودهم عليه وتقيدهم بمتطلباتهم واحتياجاتهم النفسية والاجتماعية والأسرية وتعتبر متنفس لهم .
- 5- ويرى 31٪ من نسبة الإجمالية للمبحوثين أن غالبية الوقت الذي يقضونه مع الفايسبوك أكثر من الوقت مع أسرهم وتعتبر هذه النسبة قليلة وتلث مجموع العينة لكن نستنتج أن هناك فئة مدمنة على الفايسبوك وتترك أسرهم من أجله وهذا يدل على مدى تعلقهم به وحبهم له.
- 6- 58٪ لا يرون أن الفايسبوك أثر على اتصالاتهم وحوارهم مع أسرهم إطلاقا في حين 37٪ يقول أنه تأثر اتصالاتهم قليلا ويصرح 5٪ انه يوجد تأثير كبير للاتصال مع الأسرة.
- 7- لقد أدلى 53,18٪ من نسبة العينة أن من بين أكثر النشاطات الأسرية التي بدأت تقل منذ استخدام الفايسبوك هو " مشاهدة التلفاز مع الاسرة والعائلة " وهذا راجع لارتباطهم وتشبثهم بجهاز الحاسوب وتصفح صفحات الفايسبوك وجاءت نسب 22,91٪ و 20,16٪ على التوالي للنشاطات العائلية التي قللة أيضا وهي "الجلوس والاجتماع برفقة العائلة " و " الاجتماع لمناقشة مواضيع مشتركة "
- 8- كما كشفت الدراسة أن أغلبية الطلبة يفضلون البقاء مع الأهل بنسبة 71٪ في حين 29٪ صرحوا أنهم يفضلون البقاء مع الفايسبوك وان كانت هذه النسبة قليلة نوعا ما إلى أنها قريبة من ثلث عينة البحث وهذا يدل على أنه توجد فئة تفضل البقاء مع الفايسبوك عوض البقاء مع العائلة وهذا لما يوفره الفايسبوك من خدمة التواصل مع الأصدقاء والتسلية والبحث عن المعلومات والترفيه .

9- و يقر 62 ٪ من عينة البحث أنه لم يتبين سلوك جديد من خلال استخدام الفايسبوك ورغم هذا توجد نسبة 38 ٪ من الذين صرحوا بظهور سلوك جديد من خلال استخدام الفايسبوك.

10- تتصدر قائمة الاشباعات التي يحققها موقع الفايسبوك لأفراد العينة، " ربط علاقات صداقة " بنسبة 76,08 ٪ ويليها " ربط علاقات مع الجنس الآخر بنسبة 16,79 ٪.

مناقشة والتحقق من الفرضيات

إذا قابلنا الفرضيات التي تم صياغتها في بداية الدراسة بالنتائج المتوصل إليها بعد القيام بالدراسة الميدانية سنلاحظ ما توصلنا إليه على الشكل التالي :

التحقق من الفرضية الأولى: «زيادة اقبال الطلبة على استخدام الفايسبوك» إذا أخذنا الفرضية الأولى فإننا نلاحظ من خلال الجداول الإحصائية أنه بالفعل يوجد زيادة في اقبال الطلبة على استخدام الفايسبوك وهذا نظرا للوقت الطويل الذي يقضونه في استخدام الموقع بنسبة 55 ٪ لأكثر من ساعتين يوميا وإن هذه الزيادة في الاقبال جاءت نتيجة التواصل مع الاصدقاء 34.26 ٪ والبحث عن المعلومات 22,47 ٪.

ونلاحظ أن 81 ٪ من الطلبة استفادوا من استخدامهم للفايسبوك و 66 ٪ من الطلبة ينتمون إلى مجموعات على صفحة الفايسبوك كانت أغلبها إعلامية بنسبة 25 ٪ وثقافية 23,16 ٪ وبالتالي من خلال هذه النتائج نستطيع أن نبرهن فرضية زيادة إقبال الطلبة على استخدام الفايسبوك بحكم محيطهم الجامعي الذي يفرض عليهم استمرارية التواصل مع الاصدقاء و البحث عن المعلومات والتثقيف.

التحقق من الفرضية الثانية: «استخدام موقع الفايسبوك يؤثر على الاتصال داخل الأسرة» نلاحظ من خلال الجداول الإحصائية أن استخدام الفايسبوك يؤثر نسبيا على الاتصال داخل الأسرة وهذا واضح من خلال نتائج الجداول 13،14،15 بحيث أن أغلبية الطلبة بنسبة 69 ٪ صرحوا بأنهم يقضون وقت أكبر مع العائلة ورغم هذا نجد نسبة 31 ٪ لهم وقت أكثر في استخدام الفايسبوك على حساب العائلة وهذه النسبة تشمل الذكور أكثر من الإناث ومن خلال إجابة الطلبة على السؤال رقم أربعة عشر فإنه هناك 37 ٪ صرحوا أن الفايسبوك أثر على حوارهم مع أفراد أسرهم قليلا ونجد نسبة 5 ٪، ونجد أيضا من خلال الدراسة التي قمنا بها أن من بين الأنشطة الأسرية التي بدأت تقل جراء استخدام الطلبة للفايسبوك " مشاهدة التلفاز مع العائلة " بنسبة 53,18 ٪ وتليها " الجلوس والاجتماع رفقة العائلة " بنسبة 22,91 ٪ " الاجتماع لمناقشة مواضيع

مشتركة "20,16 ٪ وهذه النتائج لا تنفي صحة الفرضية بل نقول أنه توجد فئة وإن كانت قليلة نوعا ما إلا أنها تأثرت في الاتصال داخل أسرها وهذا يرجع إلى الراحة النفسية والاجتماعية نتيجة استخدام الفايسبوك وما يتيح من تلبية احتياجات ورغبات وإشباعات.

التحقق من الفرضية الثالثة: «استخدام موقع الفايسبوك يؤدي الى ظهور سلوكات جديدة على الطلبة الجامعين داخل الاسرة»

من خلال الجداول الإحصائية المتعلقة بهذه الفرضية تبين أن هناك فئة معينة قدرت ب 22٪ لاحظت أن سلوكها تغير اتجاه أسرها في حين يرى 38 ٪ من مستخدمي الفايسبوك أنه تبين لهم سلوكات جديدة ومن بين الاشباعات الاجتماعية التي يحققها الفايسبوك لمستخدميه ربط علاقات صداقة بنسبة 76,08 ٪ نستنتج من هذه النتائج أن بعض المبحوثين تبين لهم سلوك جديد وتغير طباعهم نتيجة لاستخدام الفايسبوك وتحققت لهم إشباعات اجتماعية تعوضهم عن الجو الأسري .
ونستنتج أن هذه الفرضية نسبية من خلال وجود عينة من المبحوثين تأثرت من استخدامها للفايسبوك بتغير طباعها وسلوكاتها وظهور سلوكات جديدة .

الاستنتاج

ومن هنا نستنتج أن بعض المبحوثين من العينة لهم خرس أسري وهذا نظرا للوقت الطويل الذي يقضونه في استخدام موقع الفايسبوك إضافة الى ظهور سلوكات جديدة عليهم اتجاه أسرهم وتفضيلهم قضاء وقت أطول مع الفايسبوك على حساب الأسرة وتحقيقهم للإشباعات والرغبات وإيجاد الراحة النفسية والاجتماعية في العالم الافتراضي.

قائمة المصادر والمراجع

1. سعد الدين السيد صالح، البحث العلمي : منهج نظرية الرؤية الإسلامية، ط2، دار مكتبة الصحابة، 1998، السعودية، جدة، ص10.
2. الأساتذة المحكمين : أساتذة بقسم علوم الإعلام والاتصال وأساتذة بقسم علم الاجتماع، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم .
3. عبد الفتاح مراد، أصول البحث العلمي وكتابة الأبحاث والرسائل الجامعية، ط1، دار الكتب والوثائق المصرية الإسكندرية، 1998، ص138.
4. محمد الصاوي محمد مبارك، البحث العلمي أسس وطرق كتابته، ط1، المكتبة الأكاديمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1996، ص30 .
5. جمال محمد أبو ساية، أصول الفكر والبحث العلمي، د ط، جامعة حلوان دار المعارف الجامعية، 2002، ص 152
6. محمد عبد المجيد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، مصر عالم الكتب، 1993، ص183 .
7. ابن منظور، لسان العرب، المجلد الخامس، ط1، دار صادر بيروت، 2000، ص 31.
8. حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، الطبعة السابعة، 2008، ص 28.
9. منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيرية، دار اسامة للنشر والتوزيع، دط عمان، 2010، ص29.
10. عبد الباسط محمد عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الانتاج الاداعي والتلفزيون، المكتب الجامعي الحديث القاهرة، 2005، ص381.
11. محمد جمال الفأر، المعجم الإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان 2006، ص16.
12. ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق، ص 59.
13. عبد الحميد بلعباس، اتاحة واستخدام مصادر والمعلومات الالكترونية، الدراسات العليا بالمكتبة الجامعية محمد بوضياف، مذكرة نيل شهادة ماجيستر، قسم علم المكتبات والتوثيق، جامعة مسيلة، 2005 / 2006، ص07.
14. ابراهيم أنيس وعبد الحلیم منتصر وآخرون، معجم الوسيط، الجزء الثاني، دار الفكر للنشر، ص105.
15. Francis Balle ,dictionnaire des médias ,1 édition , l' arousse , paris ,1998 ,p232 .
16. ابن منظور، لسان العرب، المجلد الخامس، مرجع سابق، ص 31.
17. ميشال فريد فريد، الترجمة لحبيب نصر الله نصر الله، مصطلحات في علم النفس والطب النفسي، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع بيروت، 2010 .

18. ابن منظور، لسان العرب، المجلد الخامس، مرجع سابق، ص 135.
19. محمد جمال الفأر، المعجم الاعلامي، مرجع سابق، ص20.
20. محمد منير حجاب، المعجم الاعلامي، ط 1، القاهرة، دار القيم للنشر و التوزيع، 2004، صص165-166
21. منى محمد ابراهيم البطل، تكنولوجيا الاتصال المعاصرة الشخصية و الادارية، ط1، مصر، ص125.
22. محمد منير حجاب، المعجم الاعلامي، مرجع سابق، ص 4874 .
23. ميزال مان، موسوعة العلوم الاجتماعية، ترجمة عادل مختار الهواري و يسعد عبد العزيز، دار المعرفة الجامعية ، 1999 ، ص483 .
24. محمد منير حجاب ، المعجم الاعلامي ، مرجع سابق ، ص 208 .
25. محمد محمود بن يونس، السيكلوجية الدافعية والانفعالات، ط 1، عمان دار المسيرة، 2007 ، ص 19 .
26. عباس صادق مصطفى، مفاهيم ووسائل والتطبيقات ط1، دار الشروق، عمان، 2008، ص 31.
27. عباس صادق مصطفى، مفاهيم ووسائل والتطبيقات، مرجع سابق، ص218.
28. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، مرجع سابق ، ص 584 .
29. حسين عماد مكاوي و ليلي حسين السيد، اتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 239.
30. فريال مهني، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط 1، دار الفكر المعاصر بيروت، 2002، ص 155 .
31. مرفت الطرابيشي عبد العزيز السيد، نظرية الاتصال، القاهرة، دار النهضة العربية، 2006، ص 260-261 .
32. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، اتصال ونظرياته الحديثة، مرجع سابق، ص 243.
33. مرفت الطرابيشي عبد العزيز السيد، نظرية الاتصال، مرجع سابق، ص 267
34. حمدي حسن، الوظيفة الاخبارية لوسائل الاعلام، مصر، دار الفكر العربي، 1991. ص 21.
35. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، اتصال ونظرياته الحديثة، مرجع سابق، ص 244 .
36. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، اتصال ونظرياته الحديثة، مرجع سابق ، ص 246، 247 .
37. حمدي حسن، الوظيفة الاخبارية لوسائل الاعلام، مرجع سابق ، ص 23 .
38. ويليام ريفوز واخرون، الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر ، ترجمة احمد طلعة البشيشي ، مصر، دار المعرفة الجامعية ، ص 296 .
39. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، اتصال ونظرياته الحديثة، مرجع سابق، ص 248.
40. مرفت الطرابيشي عبد العزيز السيد، نظرية الاتصال، مرجع سابق ، ص 276 ، 277.