



بسم الله الرحمن الرحيم
جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات العليا



بحث لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في علوم الاتصال تخصص العلاقات العامة والإعلان
بعنوان:

الاتصال التفاعلي بالانترنت وتأثيره على طلاب الجامعات
السودانية

دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي فيس بوك وواتساب

من 2015م إلى 2018م

**Interactive Communication through Internet and Its
Effect Upon The Students Of Sudanese Universities**

In The Period 2015 - 2018

إشراف البروفيسور:
سرالختم عثمان الأمين أحمد

إعداد الدارسة:
نجلاء حمد العطاء ناصر نمر

2018م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

إلى ...

والدي ووالدتيين ما فتئنا يغرسان في حبّ الله ورسوله صلى الله عليه وسلم

إلى ...

إخواني وأخواتي

إلى ...

مَنْ أضاءت بسمااتهم حياتنا...

نهدي هذه الصفحات في حياء ...

شكر وتقدير

اللهم لك الحمد كله، ولك الملك كله، بيدك الخير كله، يرجع إليك الأمر كله، علانيته وسرّه، لك الحمد إنك على كل شيء قدير.

رب أوزعني أن أشكر نعمتك عليّ وعلى والديّ وأن أعمل صالحاً ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين.

والشكر من بعد لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا منبع العلم، والنور، والأصالة، ولكلية الدراسات العليا - بصفة خاصة رائدة في مجال العلوم.

وشكري، وتقديري، واحترامي، وامتناني من بعد للبروفيسور/ سر الختم عثمان الأمين أحمد الذي تولى الإشراف على هذه الرسالة، دون تردد، رغم مشغوليّاته، وإزدحام وقته. أسأله جلّ وعلا أن يجزل له الجزاء الأوفى، وأن يحفظه، ويديم عليه، وعلى آل بيته نعمة الصحة والعافية.

ويمتد شكري من بعد إلى مكاتب الجامعات السودانية متمثلة في (مكتبة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - مكتبة جامعة القرآن الكريم - مكتبة جامعة أم درمان الإسلامية - مكتبة جامعة إفريقيا العالمية- معهد الدراسات الإسلامية) بماقدموه من عون ومساعدة والشكر موصول للأساتذة الذين قاموا بتحكيم أدوات البحث، والتحليل الإحصائي وكل الذين أعانوني على إتمام هذا العمل، وإلى جميع أساتذتي.

المستخلص

تناولت هذه الدراسة الاتصال التفاعلي بالانترنت وتأثيره على طلاب الجامعات السودانية في الفترة 2015-2018م حيث جاءت هذه الدراسة لمعرفة الانعكاس والتغيرات التي أحدثتها الاتصال بالانترنت وشبكات المتعددة من حيث الممارسة اليومية والتحديات الواقعية وكيفية التفاعل معها. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم الاتصال والمواقع الاجتماعية كما هدفت للتعرف على التطبيقات والبرامج وكيفية استخدام هذه المواقع وسط الطلاب وتأثيرها على سلوكياتهم، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والعينة العمدية القصدية كما استخدمت أيضاً أداة الملاحظة والمقابلة والاستبانة لجمع البيانات، وقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها: ساعدت المواقع الاجتماعية في انتشار التطرف الديني بين الطلاب وإقناعهم بالأفكار المتشددة، العلاقات غير مقيدة مع الجنس الآخر، ساهمت المواقع الاجتماعية في تبادل الخبرات والمهارات، الفيس بوك أكثر المواقع الإلكترونية استخداماً وتأثيراً بين الطلاب، ساهم موقع الواتساب على إبراز المواهب المجهولة للطلاب عبر الصورة والفيديو، لا يستخدم الطلاب المواقع الاجتماعية من أجل المعرفة الأكاديمية بناءً على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج فقد أعدت الدراسة توصيات أهمها: الابتعاد عن التواصل مع المجموعات المتطرفة دينياً والمنحرفة فكرياً. تحصين الطلاب بالمناهج الإسلامية بمقررات الجامعة وأنشطتها الطرفية حتى يكون لديهم الحجة والمنطق إذا تعرضوا لمتطرفين دينياً والمنحرفين فكرياً، إشراك الأسر والطلاب في الاتصال بالمواقع الإلكترونية بالجامعات من خلال التشبيك الاجتماعي، عقد شراكات مع المؤسسات ذات الصلة بالجامعات لتوعية الطلاب وتحسين أفكارهم (خاصة مؤسسات الشؤون الدينية والاجتماعية)، أن تكون مقررات الجامعة الإلكترونية حتى توظف المواقع في أكاديميات الطلاب.

المستخلص باللغة الانجليزية

This study dealt with the interactive interaction of the Internet and its impact on the Sudanese university students in the period 2015-2018. This study came to know the reflection and changes caused by the connection to the internet and its various networks in terms of daily practice and real challenges and how to interact with them. The aim of this study was to identify the concept of communication and social sites. The purpose of the study was to identify the applications and programs and how to use these sites among the students and their impact on their behavior. The study used the analytical descriptive method and the intentional sample. The questionnaire, interview and questionnaire were used to collect data. The most important results: The social sites helped spread religious extremism among the students and convince them of radical ideas, relations are not restricted with the opposite sex, contributed social sites in the exchange of experiences and skills, Facebook more The reality of electronic use and influence among students, WhatsApp to highlight the talents of unknown students through photo and video site contributed, students do not use social sites for academic knowledge. Based on the findings of the study, the study prepared recommendations, the most important of which is: To stay away from communicating with extremist groups, religiously and ideologically, to immunize students with Islamic curricula in university decisions and peripheral activities so that they have the argument and logic if they are exposed to religious extremists and intellectual deviants. Universities through social networking, partnering with university-related institutions to educate students and brainstorm their own ideas (especially religious and social institutions), and the University's courses should be electronic in order to employ sites in education the students.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	الآية
ب	الإهداء
ج	الشكر والعرفان
د	المستخلص باللغة العربية
هـ	المستخلص باللغة الانجليزية
و	فهرس الموضوعات
ح	فهرس الجداول
ط	فهرس الأشكال
ي	فهرس الملاحق
الفصل الأول: الإطار المنهجي	
1	المقدمة
3	مشكلة الدراسة
3	أهمية الدراسة
4	نوافع اختيار موضوع الدراسة
5	أهداف الدراسة
6	فروض الدراسة
6	تساؤلات الدراسة
6	منهج الدراسة
7	أدوات جمع البيانات
8	حدود الدراسة

8	مجتمع الدراسة
9	العينة
9	مصطلحات الدراسة
12	الدراسات السابقة
الفصل الثاني: مفهوم وأنواع وخصائص الاتصال التفاعلي	
24	المبحث الأول: مفهوم وأهداف الاتصال التفاعلي
42	المبحث الثاني: أنواع الاتصال التفاعلي
57	المبحث الثالث: خصائص وعناصر الاتصال التفاعلي
الفصل الثالث: تطبيقات التواصل الشبكي	
70	المبحث الأول: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
85	المبحث الثاني: أنواع وخصائص المواقع الاجتماعية
113	المبحث الثالث: تقويم مواقع التواصل الاجتماعي
127	المبحث الرابع: الطلاب والتواصل الاجتماعي
الفصل الرابع: الدراسة الميدانية	
144	ولاً: نبذة تعريفية عن الجامعات السودانية التي أجريت فيها الدراسة
149	ثانياً: إجراءات الدراسة المنهجية
153	ثالثاً: عرض النتائج المتحصل عليها بأداة الاستبانة وتحليلها
199	إبعاً: عرض النتائج المتحصل عليها بأداة المقابلة
الخاتمة	
208	النتائج
210	التوصيات
212	المقترحات
213	المصادر والمراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول	رقم الجدول
151	الثبات والصدق لمجموع الأربعة محاور	(1)
153	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق متغير النوع	(2)
154	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق متغير العمر	(3)
155	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق متغير الحالة الاجتماعية	(4)
156	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق متغير الجامعات	(5)
157	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق متغير اللغة	(6)
159	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق متغير الزمن	(7)
161	وضح التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب السؤال أي الوسائل الإلكترونية التالية (شبكات التواصل الاجتماعي) تستخدم	(8)
164	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة حسب دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	(9)
167	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة حسب استخدامات المواقع الاجتماعية وتأثيرها المعرفي	(10)
171	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق التأثير الثقافي	(11)
176	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق استخدام المواقع والتأثير الاجتماعي	(12)
180	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق استخدام المواقع والتأثير السلوكي	(13)
184	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق استخدام المواقع والتأثير العقدي	(14)
189	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق استخدام المواقع والتأثير السياسي	(15)
193	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق تأثير موقع الفيس بوك	(16)
196	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق تأثير موقع الواتساب	(17)

فهرس الأشكال

الصفحة	الشكل	رقم الشكل
153	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق متغير النوع	(1)
154	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق متغير العمر	(2)
155	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق متغير الحالة الاجتماعية	(3)
156	التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق متغير الجامعات	(4)
157	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق متغير اللغة	(5)
159	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق متغير الزمن	(6)
162	بوضح التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب السؤال أي الوسائل الإلكترونية التالية (شبكات التواصل الاجتماعي) تستخدم	(7)
165	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة حسب دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	(8)
168	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة حسب استخدامات المواقع الاجتماعية وتأثيرها المعرفي	(9)
172	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق التأثير الثقافي	(10)
177	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق استخدام المواقع والتأثير الاجتماعي	(11)
181	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق استخدام المواقع والتأثير السلوكي	(12)
185	التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق استخدام المواقع والتأثير العقدي	(13)
190	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق استخدام المواقع والتأثير السياسي	(14)
194	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق تأثير موقع الفيس بوك	(15)
197	لتوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق تأثير موقع الواتساب	(16)

فهرس الملاحق

الملحق	رقم الملحق
الاستبيان	(1)
خطاب المحكمين	(2)
أسماء المحكمين	(3)
الطلاب المقيدون بالجامعات الحكومية والأهلية 2014-2015م	(4)

الفصل الأول

الإطار المنهجي

الفصل الأول

الإطار المنهجي

المقدمة:

نجد في عصرنا الحالي أن مجتمعنا انتقل من مجتمع الثورة الصناعية إلى مجتمع ثورة المعلومات والتعليم عن بعد، فبرزت ظاهرة المجتمعات الافتراضية ومن ثم تغيرت طرق ووسائل الاتصال في حصول الإنسان على المعلومات التي يرغبها أو يحتاجها شكلاً ومضموناً وأصبح يتعرض لهذه المعلومات أو يصنفها أو يوظفها فيتأثر بها أو يؤثر بها على الآخرين وكل ذلك أدى إلى ظهور الإعلام التفاعلي الذي دمج بين شبكات الانترنت (مواقع التواصل الاجتماعي) والهواتف والإعلام الإلكتروني فنشأ ما يسمى بالإعلام الجديد أو الإعلام الاجتماعي. (محمد، 2012، ص5)

ومن المؤكد اليوم ونحن في العقد الأول من القرن الحادي والعشرين أن تقنيات وتكنولوجيا الاتصال قد اقتحمت جميع مجالات الحياة اليومية بصورة مذهلة من تعليم وصناعة واقتصاد وسياسة وغيرها من المجالات، حيث فرضت هذه النهضة التقنية المعاصرة مسئولية جوهرية وأساسية على كل مجتمع أن يضع القواعد والتنظيم اللازم لتسخيرها بما يخدم أغراضه وأهدافه وأن يضع القواعد والنظم يجب أن تكون قائمة على أسس علمية ومنطقية سليمة بحيث تساهم في بناء الأمة.

أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي تأثير على المجتمع بشكل كبير نتيجة ما قدمته من سهولة ويسر للتواصل بين الناس، واتسعت شهرتها وكثر استخدامها فأصبحت الشغل الشاغل لمختلف الفئات العمرية حيث يتواصلون عبر هذه المواقع للتعرف على بعضهم البعض ومعرفة أخبار بعضهم البعض وتلقي الأخبار والموضوعات وكل ما هو جديد في الساحة، فهذه المواقع مثل موقعي الواتساب والفيس بوك مواقع مفتوحة لا توجد لها ضوابط تتناسب مع قيمنا وعاداتنا

ومبادئنا الثابتة، مما أثر على حياة الناس عموماً سواء بشكل سلبي أو إيجابي. (حامد، 2012،

ص7)

فقد أصبح موقعي الواتساب والفيس بوك من أكثر المواقع شيوعاً والأفضل والأسهل استخداماً وتداولاً بين مختلف الفئات العمرية التي تستخدم الهواتف الذكية، وحتى الكبار أصبحوا يستخدمونه نتيجة لتمييز تصميمه وسهولة استعماله ولجمعه كل الإيجابيات والسلبيات والإمكانيات التي يتمناها أي إنسان أياً كان ميوله واهتمامه وتخصصه وكأي ابتكار جديد لفتت هذه المواقع الناس إليها، فأصبحنا نهمل كثيراً من العادات والتقاليد السمحة التي تربينا وترعرعنا عليها وأصبح انشغالنا بسفاسف الأمور أعم وأكبر من انشغالنا بضروريات الحياة الكريمة التي أوصانا بها الرسول (صلى الله عليه وسلم) فهذه التكنولوجيا والعولمة وبصورة مباشرة تجعلك تهمل حتى التفاصيل الحياتية المهمة لك كإنسان ناهيك عن المجاملات المتعارف عليها في مجتمعنا السوداني خاصة شريحة الطلاب بالجامعات.

كما أن شبكات التواصل الاجتماعي بمختلف أشكالها لها سمات ومميزات وتطبيقات وبتوفر هذه الأدوات الاتصالية الحديثة المتطورة تأتي الأهمية بتوظيفها لخدمة شرائح المجتمع في القضايا والمجالات الإنسانية المتعددة وصولاً لتنمية الناس ثقافياً وخروجاً لمجتمع معافى وسليم من الظواهر المجتمعية السالبة، فلا يتم ذلك إلا عبر الاتصال الفعال ابتداءً بالاتصال الذاتي لكي يتعرف الإنسان على نفسه وماذا يريد وما هو هدفه في الحياة؟ وهذه هي أهم سمات التواصل الاجتماعي ومن لم يستطيع إدارة نفسه وتحقيق هدفه لا يستطيع العطاء بما يفيد لأن فاقده الشيء لا يعطيه. (حسن 2014، ص11)

فالثقافة تقود إلى تنمية المجتمع بالحفاظ على عناصره المتعددة من دين ولغة وعادات وتقاليد وقيم وممارسات وأنماط وسلوك ومعارف وتكنولوجيا.

ونحن في المجتمع السوداني نواجه تحدي ظاهرة (ثورة المعلومات والتقنيات الحديثة وعلاقة هذه الظواهر بالممارسات الاتصالية وتأثيرها على الأفراد ومن ثم المجتمع).

مشكلة الدراسة:

تعرف مشكلة البحث بأنها موقف غامض يثير اهتمام أو قلق الباحث لا يجد له تفسيراً محدداً.

(عبدالحميد، 2002، ص160)

جاء الإحساس للدارسة من خلال الملاحظة لإقبال العديد من فئات المجتمع خاصة شريحة الطلاب لاستخدام الانترنت والاستفادة من خدماته والتي أبرزها الشبكات الاجتماعية وعلى وجه الخصوص موقعي الفيس بوك، والواتساب حيث حازت هذه المواقع في الآونة الأخيرة على اهتمام كبير من مستخدمي الانترنت الذي يشهد استخدامه عدداً متزايداً لاحتواء هذه المواقع على جميع عناصر الوسائط المتعددة التي تركز على النص مصحوب بالصوت ولقطات الفيديو الحية والنصوص وغيرها من التأثيرات التي تزيد من قوة العرض وتسهم في زيادة التفاعلية في الاتصال الفعال بين طلاب الجامعات ومن هنا جاءت مشكلة البحث متمثلة في هذا السؤال ما التأثير الذي يحدثه الاتصال التفاعلي لبرامج الفيس بوك والواتساب عبر الانترنت في سلوك ومواقف الطالب الجامعي اجتماعياً وسياسياً وثقافياً ودينياً ونفسياً؟

جاء عنوان هذه الدراسة عن البرامج في الوقت الحالي ليشمل موقع الواتساب في شبكات الاتصال وموقع الفيس بوك ومعرفة التأثيرات السلبية والإيجابية لهذه المواقع على طلاب الجامعات من نواح مختلفة، سواء كانت أخلاقية أو دينية أو معتقدات أو عادات وفي الحياة عموماً معرفة مدى تأثير الطلاب بمثل هذه المواقع وكيفية توظيفها توظيفاً إيجابياً من خلال النتائج والتوصيات.

أهمية الدراسة:

- تأتي أهمية هذا البحث من الاستخدام المتعاظم لتكنولوجيا الاتصال وما أفرزته من وسائل حديثة حيث نجد أنها قد أثرت على شكل ومضمون الرسالة الإعلامية وتمثلت آثار هذه الثورة في أنها مكنت الأشخاص من إرسال المعلومات من أي مكان وفي أي وقت بصورة جاذبة.

- تسليط الضوء على استخدام موقعي (الواتساب والفيس بوك) والتغيرات التي تعيشها المجتمعات في ظل تنامي المواقع الإلكترونية وما أوجدته من تحديات حقيقية.
- التعريف بقضايا العصر ومشاكله وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخلياً وخارجياً ، وبالأساليب المشروعة أيضاً لكل نظام وكل دولة.
- إنتاج ثقافة محلية تتناسب مع أعراف وتقاليد المجتمع السوداني وتحافظ على التراث الإسلامي وإيجاد ثقافة محلية لمواجهة الاختراق الثقافي والحملات الإعلامية السالبة وتكثيف شبكات التواصل الاجتماعي لاستخدامها في التعليم والتدريب ونشر الدعوة الإسلامية.

دوافع اختيار موضوع الدراسة:

1/ الدافع الشخصي أو الذاتي:

ينبع هذا الدافع من حيث أن الدراسة متخصصة في الإعلام والعلاقات العامة وتتنظر إلى ما يحدث في المجتمع من تفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها السلبي والإيجابي على الطلاب.

وكذلك الإسهام في دراسة إحدى الموضوعات العلمية التي تزداد الحاجة إلى تتبعها مثل مواقع التواصل الاجتماعي والتطور التكنولوجي الذي يأتي كل يوم بجديد.

2/ الدافع العلمي:

إثراء المكتبات بمعلومات علمية عن الأساليب التي طرأت على الإعلام الجديد وحاله وما عليه، وزيادة المعرفة في مجال شبكات التواصل الاجتماعي لأجل التعرف على الأسباب العلمية التي ترتكز عليها هذه الشبكات من حيث البناء والتخطيط ونوعية البرامج ومن ثم استنتاج المتغيرات المجتمعية التي تؤثر وتتأثر بهذه الشبكات وكذلك التطرق لسلبيات

وإيجابيات الإعلام الجديد بشكل عام وبرامج التواصل الاجتماعي المنتشرة في الوقت الراهن بشكل خاص.

3/ الدافع العملي:

- لفت الأنظار إلى المخاطر المتعددة الناتجة عن إساءة استخدام الاتصال الرقمي والسعي لتوضيح مخاطره.
- انتشار وسائل الإعلام بمختلف برامجها ومجالاتها بشكل سريع يتطلب عمل دراسات لمواجهتها أو الحد من سلبياتها وتوظيفها توظيفاً إيجابياً للمجتمع.
- إمكانية اقتراح بعض الحلول المناسبة للتصدي لسلبات برامج الاتصال الفعال عبر وسائل الاتصال الاجتماعي التي تؤثر في تغيير المجتمع.

أهداف الدراسة:

تتعدد أهداف البحث العلمي وغاياته، ذلك أن لكل بحث هدف خاص به، يسعى الباحث لتحقيقه سواء كان هذا الهدف هو الحصول على المعرفة أو حل لمشكلة معينة والوصول إلى حقائق ومعارف جديدة أو إجراء تعديل لمشكلة معينة والوصول إلى حقائق ومعارف جديدة أو إجراء تعديل أو تغيير في موقف ما أو سلوك ما. (درار، 2012، ص16)

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على مفهوم الاتصال التفاعلي.
2. الوقوف على المواقع والتطبيقات والبرامج التي تكون الاتصال التفاعلي والوقوف على الإشباع التي تحققها.
3. التعرف على مميزات وأنواع الشبكات الاجتماعية وإيجابياتها وسلبياتها.
4. توضيح مدى استخدام هذه المواقع والتطبيقات وسط الطلاب وتحديد المحتوى الأكثر انتشاراً.

5. قياس تأثير هذه المواقع على سلوكيات الطلاب.
- 6.توظيف المواقع الاجتماعية بحيث تسهم إسهاماً إيجابياً في المجتمع.

فروض الدراسة:

1. قبول طلاب الجامعات للمستجدات العصرية وتكيف عقولهم مع البيئة الاتصالية والثقافة المتغيرة يؤدي إلى اكتساب الخبرات ومن ثم تطور المجتمع.
2. توجد علاقة موجبة بين الاستخدام الجيد للواتساب والفايس بوك وبين دعم الفرص للروابط الاجتماعية وتعزيزها.
3. معظم أفراد الطلاب يستخدمون الواتساب للترفيه والتسلية.
4. سلوك الطلاب يتغير سلباً وإيجاباً بالتزامن مع كثرة هذه المواقع.

تساؤلات الدراسة:

1. ما مفهوم الاتصال التفاعلي والشبكات الاجتماعية؟
2. ما الوسائل والبرامج والتطبيقات التي تكون الاتصال التفاعلي؟
3. كيف يستخدم طلاب الجامعات وسائل الاتصال التفاعلي؟
4. إلى أي مدى يؤثر محتوى هذه المواقع على الطالب الجامعي؟
5. ما الدوافع نحو تفضيل الطلاب لمواقع الاتصال التفاعلي؟
6. ما الإشباع التي يحققها الاتصال بالمواقع الاجتماعية؟

منهج الدراسة:

تستخدم هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي فهو المنهج الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها كيفية بوصفها وبيان خصائصها، وكمياً بإعطائها وصفاً رقمياً من خلال أرقام وجداول توضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى. (عليان، غنيم، (1429هـ-2008م)ص:52-59)

يعتبر أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، فإنه الشكل الرئيس والمعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة أو منتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها، مما يوفر لخبناً كبيراً من الوقت من خلال خطوات منهجية وموضوعية.

وبهذا المفهوم يعتبر المنهج الرئيس لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي التحليلي حيث يسمح لدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد مثل السمات العامة والاجتماعية والنفسية وكذلك أنماط السلوك الاتصالي وتقديم قاعدة مصرفية واحدة للبيانات الخاصة بالجمهور يمكن استخدامها في صفه وتركيبه وبنائه واختيار العديد من الفروض العلمية الخاصة بالعلاقة بين هذه المتغيرات. (عبدالحميد، 2002، ص 158-159)

وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي لاقتراجه من الدراسة الحالية مرتكزة على أسلوب المسح.

أدوات جمع البيانات:

1/ الملاحظة:

تعرف الملاحظة على أنها المراقبة العلمية الدقيقة المنظمة والموجهة، التي يقوم بها الباحث وفقاً لتخطيط علمي مسبق، بهدف الكشف عن المشكلات العلمية وتشخيص الظواهر المعبرة ونوع العلاقات بين عناصرها وبينها وبين الظواهر الأخرى. (الطائي، ب ت، ص 7-12)

2/ المقابلة:

وتضمن ذلك إجراء مقابلات مقننة وغير مقننة يتم تقديمها من قبل المختصين، حتى تكون صالحة للقياس وحساب درجة الصدق الظاهري فيها بين مجموعة الخبراء ويهدف للحصول على معلومات وثيقة الصلة بالدراسة، وهي أداة مسحة تستخدم لجمع البيانات أو اختبار ما يكتنفها من غموض وهي محادثة بين شخصين يهدف الحصول على معلومات وثيقة الصلة بالبحث. (عثمان، 1995، ص 134)

3/ الاستبانة Questionnaire:

يعتبر الاستبانة من أكثر الأدوات البحثية شيوعاً في الاستخدام في مجال الدراسات الإعلامية والاتصالية، ويستخدم الاستبيان بكثرة في الدراسات المسحية لإمكانيته في جمع البيانات والمعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد أو الأشياء، كما يعتبر من أكثر الأدوات ملائمة لدراسة جمهور المتلقين لوسائل الاتصال، وذلك لأسباب كثيرة منها: ضخامة حجم المتلقين لوسائل الاتصال وتوفر عنصر الصدق الداخلي، نظراً لتجنب التحيز الناتج عن تأثيرات تدخل الباحث.

إضافة إلى الحصول على درجة كبيرة من التجانس في البيانات الأمر الذي يساعد في تصنيفها وتبويبها واستخراج النتائج التي تتسم بالدقة والثبات وكذلك يوفر الاستقصاء وقت كاف للمبحوثين التفكير في التقرير الذاتي للحقائق وللأفكار والآراء المطلوبة مما ينعكس على دقة البيانات. (أحمد، 2012، ص72)

حدود الدراسة:

- تنقسم حدود الدراسة إلى ثلاثة مستويات: حدود جغرافية - حدود زمنية - حدود بحثية.
1. **حدود جغرافية:** شملت هذه الدراسة المواقع الاجتماعية على الانترنت تحديد واتساق وفيبيوك باعتبارهما من أكثر المواقع انتشاراً وعلى عدد من متصفح المواقع من طلاب جامعات السودان في ولاية الخرطوم.
 2. **الحدود الزمنية:** اعتمدت الدراسة على دراسة مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة من 2015 - 2018م وهي الفترة التي شهدت تطور كبير في شبكة الاتصالات (الانترنت).

مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة شمل جميع عناصر مفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة وتمثله مجتمع طلاب الجامعات السودانية في الفترة من 2015م - 2018م.

اختارت الدراسة هذه الفترة لأنها نقطة انتشار وتطور شبكات التواصل الاجتماعي بصورة بارزة تكاد تغطي ملامح ووسائل الاتصال الأخرى.

وقد حددت الدراسة مجتمع الدراسة بمستخدمي الشبكة للانترنت من طلاب الجامعات السودانية من ولاية الخرطوم.

تحديد العينة:

ونسبة لكبر حجم مجتمع البحث فقد تم اختبار عينة الدراسة من مستخدمي شبكة الانترنت طلاب الجامعات بنسبة 10% على عدد أربعة جامعات (جامعة النيلين وجامعة العلوم والتقانة تمثيلاً لطلاب الحاسوب - جامعة السودان وجامعة القرآن الكريم تمثيلاً لطلاب الإعلام).

مصطلحات الدراسة والمفاهيم الواردة:

1/ الاتصال التفاعلي **Inter Active Communication**:

لغة: مصدر من اتصل - ارتبط ترابط (رضا، 2011، ص718)

اصطلاحاً: هو نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من طرف إلى آخر عن طريق وسيلة محددة.. إذاً تكنولوجيا الاتصال هي المعدات والآلات والأساليب والطرق الفنية الحديثة في إعداد الرسالة وبنائها وتوزيعها. (شكري، 1996، ص94)

2/ التفاعلية:

هي انتقاء فكرة الاتصال الخطي Linear أو الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل أو المتلقي وهو ما كان يتسم به الاتصال الجمعي أو الجماهيري أو الثقافي اعتماداً على وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية. (أحمد وآخرون، 2011، ص26)

كما أن التفاعلية في نظم المعلومات الرقمية تمنح المستخدم وهو المتلقي في عملية الاتصال - تأثيراً يمتد إلى السيطرة على المخرجات ما دامت تتوفر في البرامج الطرق المتعددة للاقترب من المعلومات أو المحتوى Access والتي أصبحت مطلباً في كل برنامج الاتصال الرقمي

وتتميز هذه البرامج بالتفاعلية، يشير إليها بعض المؤلفين بتعدد نقاط التقاطع crossroad التي توفر للمتلقي الخيارات المتعددة القائمة على تقييم للبرامج في عملية الاتصال.

3/ التأثير Effect:

لغة: في الوسيط المعاني (اسم) مصدره (أثر) و (أثر على) أو (أثر في) بمعنى مفعول على أو قدرة على إحداث أثر قوي ومن قاموس الوسيط تأثير (اسم) بمعنى أحدث أثر. التعريف الإجرائي للدراسة: هو معرفة الانعكاس والتغير الذي أحدثته الانترنت في وظائف وأدوات وأساليب الاتصال الرقمي الجديد بشكل آمن من حيث الممارسة اليومية والأساليب الجديدة والتحديات الواقعية وكيفية التفاعل معها.

يمكن تعريف التأثير بشكل عام، بأنه بعض التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد، فقد تلفت الرسالة انتباهه ويدركها، وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة، أو يعدل اتجاهاته القديمة، وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة، أو يعدل سلوكه السابق، فهناك مستويات عديدة للتأثير ابتداءً من الاهتمام إلى حدوث تدعيم داخلي للاتجاهات، إلى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات، ثم في النهاية إقدام الفرد على سلوك علني. (حجاب، 2003م، ص47)

4/ مواقع التواصل الاجتماعي:

يقصد بها المواقع الإلكترونية التي يتصل من خلالها الفرد بدائرة يختارها بنفسه من أشخاص يعرفهم في العمل أو من الأقرباء أو الأصدقاء أو مجموعات اجتماعية أخرى يتم إنشاؤها على المواقع لها اهتمامات مشتركة في السياسة أو الدين أو الموضوعات الاجتماعية أو الفنون أو الموضة.

5/ الانترنت:

اسم بمعنى شبكة معلومات عالمية تهدف إلى ربط العالم وجعله قرية صغيرة، وأصلها من كلمتين (Inter) دخول (Net) وتعرف بأنها الشبكة العنكبوتية العالمية (International Network) ويعتبر (www) اختصار (world wide web). (شمو، 2005، ص279)

6/ الفيس بوك:

هو موقع اجتماعي يلتقي فيه الأصدقاء مع بعضهم ويشاركون عرض الصور والملفات حيث لكل مستخدم صفحته الخاصة به ويتم فيه تبادل الآراء والنقاش حول المواضيع. (، أبريل 2017 الساعة السادسة والنصف تاريخ الزيارة الاثني <http://ae.m.wikipedia.org/wiki/24>)

7/ الواتساب WhatsApp:

هو تطبيق تراسل فوري محتكر ومتعدد لمنصات الهواتف الذكية ويمكن بالإضافة إلى الرسائل الأساسية للمستخدمين إرسال الصور، الرسائل الصوتية، الفيديو والوسائط. (، أبريل 2017 الساعة السادسة والنصف تاريخ الزيارة الاثني <http://ae.m.wikipedia.org/wiki/24>)

8/ الطلاب:

الطالب لغة: من الطلب أي السعي وراء الشيء للحصول عليه. (السعدي، 1973، ص211)
الطالب اصطلاحاً: هو كل شخص ينتمي لمكان تعليمي معين مثل المدرسة أو الجامعة، المعهد المركز ينتمي لها من أجل الحصول على العلم وامتلاك شهادة معترف بها من ذلك المكان حتى يستطيع ممارسة حياته العملية فيما بعد تعباً للشهادة التي حصل عليها.
(mowdoo3.com، Mon، 6:30 Am)

9/ الجامعات السودانية:

هي كل الجامعات الحكومية والخاصة التي تستوفي شروط وزارة التعليم العالي والبحث العلمي السودانية. (دليل، التعليم العالي، 2013م)

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى بعنوان:

مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات الحضارية للشباب (رسالة دكتوراه ، جامعة السودان، 2014-2016م) (إيلي الضو، 2016)

تناولت الدراسة التحولات الحضارية التي اكتسبها جيل الشباب من خلال استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي بأشكالها المتعددة وطرق تلقينها للمعلومة لدى الشباب حيث تكمن أهمية هذه الدراسة في تطور وسائل الاتصال وتشعبها وانعكاساتها الموجبة والسالبة وتعلق الشباب بها إذ أصبحت شغلهم الشاغل. هدفت الدراسة إلى التعرف على حجم استخدام الشباب لهذه المواقع ومعرفة اتجاهات الشباب في توظيف هذه المواقع والآثار الإيجابية لاستخدامها كما هدفت إلى معرفة مدى انعكاسات التعامل الإلكتروني على حياة الشباب ومجتمعهم والمساهمة في وضع الأسس والمعايير اللازمة لاستخدامها. استخدمت الدراسة المنهج التاريخي والمنهج الوصفي، توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: الانتساب أكثر التطبيقات استخداماً لدى الشباب، يتخذ الشباب المواقع مبدأً للتعبير عن الرأي والمشاركات الفعلية وعدم الاكتفاء بالإطلاع فقط تأكيداً على فاعلية الإعلام، اهتمام المواقع بأفراد مساحة التعرف على الجنس الآخر يسبب لها تجاوز كثيراً من عادات وتقاليد المجتمع. أوصت الدراسة بضرورة اهتمام الدولة برعاية الشباب من خلال دمجهم في الخطط الإستراتيجية لبرامجها. وضرورة تجويد وتطوير الوسائل الإعلامية عبر المواقع الإلكترونية الدينية ودعم وتشجيع مبادرة الشباب التطوعية، تبني الدولة لها ورعايتها.

الدراسة الثانية بعنوان:

مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تناول قضايا الشباب الجامعي (دراسة تطبيقية على عينة من طلاب الجامعات السودانية في الفترة من يناير 2013 - ديسمبر 2013م) (محمد وداعة، 2013)

تكمن أهمية هذه الدراسة في ارتفاع معدلات الاستخدام والإبحار للمواقع الاجتماعية وخاصة الشباب الجامعي، وحدثت ظواهر وإفرازات اجتماعية وسياسية لتكنولوجيا الاتصال الحديث وضعف قدرة بعض الدول على حظر المواقع الاجتماعية. هدفت الدراسة إلى معرفة مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي كما هدفت إلى الوصول لأهم المقترحات التي يمكن من خلالها إحداث نوع من الضبط القيمي والسلوكي وكذلك التعرف على عادات التعرض للوسائل الحديثة. استخدمت الدراسة المنهج المسحي، توصلت الدراسة إلى نتائج منها: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير النوع واستخدام المواقع الاجتماعية كما توصلت إلى أن الواتساب هو الأكثر استخداماً من بين مواقع التواصل الاجتماعي كما أكدت الدراسة ضعف تناول المواقع الاجتماعية لقضايا الشباب الجامعي. أوصت الدراسة بإنشاء مجموعات خاصة على المواقع بين الطلبة والأساتذة وتكوين فرق حديثة من مختلف التخصصات والتواصل المستمر بين الأستاذ والطالب عبر الموقع لأنه يساعد في حل مشكلة صراع الأجيال كما أوصت بالتحلي بالأخلاق الكريمة عند الاستخدام والإبحار عبر هذه المواقع.

الدراسة الثالثة بعنوان:

دور الإعلام التفاعلي في التغيير الاجتماعي دراسة على عينة من المواقع الإلكترونية (الفييس بوك - تويتر) في الفترة من 2008 - 2012م. (عبدالله عبدالكريم، 2012م)

هدفت الدراسة إلى التعرف على مظاهر تطور الاتصال في القرن الحادي والعشرين ومحاولة الوصول إلى معرفة ماهية الإعلام التفاعلي والعوامل التي أدت إلى ظهوره كما هدفت إلى

تحديد خصائصه ودوره في عملية التغير ودرجة التعرض لتلك المواقع وتأثيراته على المجتمع استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي. توصلت الدراسة إلى نتائج منها: أن أثر المواقع الاجتماعية على المبحوثين أضحى واضحة وأنها تشكل أثر في وعيهم وما يدور حولهم من حراك اجتماعي وأسري، المواقع الاجتماعية أسهمت في تشكيل الآراء إزاء الأحداث التي تطرأ على المجتمع وقد جاءت النسبة كبيرة في هذا الاتجاه كما أكدت الدراسة إن التزام المواقع الاجتماعية تجاه المتلقي كانت بنسبة قليلة ويرجع ذلك لانسياب المعلومات من المواقع الاجتماعية في شكل تسلية وترقيه ودرشة وليس معلومات تبنى على حقائق. أدت سيطرة المواقع الاجتماعية على الأفراد من خلال التأثير في القيم والعادات والتقاليد للأفراد وذلك لما ينشر من خلال موقع فيس بوك وتويتر من ثقافة جديدة على مجتمعات متنوعة كما أثبتت المواقع الاجتماعية من خلال الدراسة الميدانية أنها أداة للتثقيف وتعد رائدة في هذا الشأن لأنها تشمل كل طبقات المجتمع.

الدراسة الرابعة بعنوان:

اتجاهات الرأي العام الطلابي نحو مواقع التواصل الاجتماعي (بالتطبيق على عينة مستخدمي الفيس بوك من طلاب جامعة أفريقيا العالمية في الفترة من مايو 2012م - نوفمبر 2013م). (محمد بشير، 2013)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الشبكات الاجتماعية وأهميتها وكذلك التعرف على مميزات وأنواع الشبكات الاجتماعية ومعرفة مدى تأثيرها على السلوك الإنساني وتكوين الاتجاهات والخروج بنتائج وتوصيات تسهم في مساعدة مستخدمي هذه المواقع على الاستخدام الإيجابي لها. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باعتباره من أكثر المناهج استخداماً في مثل هذا النوع من الدراسة، حيث يعمل على وصف ما هو كائن وجمع المعلومات والبيانات عنه

وبالتالي الخروج منه بالاستنتاجات المطلوبة، أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي أن الفيس بوك يعتبر من أهم مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لعينة الدراسة ونصف المبحوثين يوافقون على أن الفيس بوك لا غنى عنه لكل طالب جامعي. أكدت الدراسة على أهمية الفيس بوك للطلاب بشدة. معظم المبحوثين يوافقون بشدة على دور الفيس بوك في التعرف على الثقافات الأخرى. إن ثلث المبحوثين يرون دوره في الترفيه وتخفيف ضغوط الحياة.

الدراسة الخامسة بعنوان:

الإعلان عبر الوسائط المتعددة بالمواقع الإلكترونية

(بالتطبيق على الإعلانات في مواقع سودانيز أون لاین الفترة من يونيو - ديسمبر 2008م).
(أحمد عبدالمجيد، 2009)

هدفت الدراسة إلى الوقوف على واقع الإعلان عبر الانترنت من خلال استخدام الوسائط المتعددة في وقع سودانيز أون لاین و التعرف على نوعية الإعلانات (السلع والخدمات والجهات التي تنشر إعلاناتها في الموقع). كما هدفت إلى التعرف على الضوابط التي تحكم الإعلان في موقع سودانيز أون لاین و الوقوف على حجم المشكلات التي تواجه مسيرة الإعلان في وقع سودانيز أون لاین. و التعرف على الزمن الذي سيستغرقه الإعلان ومدة بقائه في الموقع. استخدم الباحث منهج تحليل المحتوى، أهم نتائج هذه الدراسة: جاءت إعلانات الخدمات في المواقع في المرتبة الأولى في فترة الدراسة. معظم المعلقين في الموقع من الجهات الخاصة وأن غالبية إعلانات الموقع تأتي من الدول الإفريقية ومستوى التفاعلية متاح في إعلانات الموقع إلى حد كبير. يستخدم الموقع اللغة العربية الفصحى في الإعلانات.

الدراسة السادسة بعنوان:

المواقع الإلكترونية ودورها في تطوير البرامج التلفزيونية بالتطبيق على موقع قناة الشروق خلال الفترة من يناير 2013 - ديسمبر 2013م). (محمد حسن، 2014)

هدفت الدراسة إلى معرفة تطور برامج التلفزيون من خلال المواقع الإلكترونية واتجاهات المتصفحين وحجم مشاركتهم من المواقع كما تهدف إلى التوصل لخصائص الجمهور المتصفح لهذا الموقع ومدى تأثيرها عليه وبيان الأشكال الاتصالية المستخدمة في هذه المواقع الإلكترونية وتقديم نظرية عن استخدامات الانترنت كوسيلة لتطوير البرامج التلفزيونية والتعرف على العقوبات التي تواجه المستخدمين لتلك المواقع سواء المتعلقة بالتصفح أو في داخل البحث أو المعلومات ذات الصلة بالموضوع المراد بحثه. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي. توصلت الدراسة إلى أن موقع قناة الشروق الإلكتروني دقيق في معلوماته ومتفرد، وأغراضه واضحة إلا أن تشبيكه مع المواقع الأخرى ضعيف ويحتاج زيادة اهتمام وتركيز كما توصلت إلى أن موقع قناة الشروق الإلكتروني ضعيف في تفصيل روابط الاستطلاع والتقييم والرأي العام، وهي من المميزات المهمة للقنوات الفضائية وتعطيها مؤشرات جيدة للقياس والتقييم ويتميز موقع قناة الشروق الإلكتروني بسهولة الوصول والدخول إليه، ولكنه يصعب التجول داخله، لأن طبيعة الموقع لا تسمح بعملية الإبحار خاصة لجمهور المتصفحين (الزوار).

الدراسة السابعة بعنوان:

المواقع الإلكترونية السودانية وتأثيرها في تشكيل الرأي العام (دراسة تطبيقية على عينة من سكان ولاية الخرطوم في الفترة من 2009م - 2011م). (إسراء حامد، 2012)

هدفت الدراسة إلى معرفة وجهة نظر المطع على هذا الشكل الجديد من المواقع الإلكترونية ومدى تلبيتها للاحتياجات الإعلامية من حيث تزويده بالمعلومات والأخبار والخدمات الأخرى والوقوف على الخدمات المقدمة في المواقع الإلكترونية من حيث ضرورة التجديد المستمر للمادة

ومتابعة الأحداث العالمية والتعليق وأخذ الرأي حول الموضوعات المطروحة. كما هدفت إلى توضيح مفهوم المواقع الإلكترونية من حيث نشأتها وتطورها وسماتها وبالتركيز على النشر الإلكتروني والوقوف على العقوبات التي تواجه المواقع الإلكترونية السودانية من حيث الموارد المالية وعدد الأفراد الذين يرتادون هذه المواقع وغيرها من المشاكل. استخدمت الباحثة الدراسة الوصفية والأدوات التي استخدمها الباحث في دراسته هي الملاحظة وأيضاً أداة الاستبيان لمسح الجمهور ومتصفح المواقع الإلكترونية. توصلت الدراسة إلى أن (72%) يتصفحون الصحف على الانترنت، (28%) لا يتصفحون الصحف على الانترنت. كما أن (34%) يرون أن من أهم مميزات النشر الإلكتروني للسعة في نقل المعلومات و (26%) أنه متوفر طوال الوقت و (22%) وجود المعلومة بغزارة. و (56%) يتعاملون يومياً مع شبكة الانترنت (14%) يتعاملون مع الشبكة أحياناً. أن (56%) لديهم اشتراكات شخصية مع الانترنت و (21%) لديهم اشتراكات في العمل. كما أن (47%) يرون أن المواقع الإلكترونية السودانية هادفة لحد ما في عكس ما يدور في المجتمع السوداني بشكل عام وأنهم صادقين إلى حد ما (4%) يرون أنهم صادقين تماماً.

الدراسة الثامنة بعنوان:

فاعلية الإعلام التفاعلي في تغيير القيم الاجتماعية

(دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الإعلام التفاعلي في ولاية الخرطوم الفترة من

2007 - 2012م). (إدريس محمد، 2012)

هدفت الدراسة إلى التعريف بالإعلام الإلكتروني التفاعلي ومراحل تطوره ودراسة وسائل وأساليب بناء الرسالة الإعلامية في الإعلام التفاعلي ودراسة فاعلية الإعلام التفاعلي على الحياة الاجتماعية واتجاهات الرأي العام في ولاية الخرطوم. كما هدفت إلى معرفة مؤشرات القيم الاجتماعية وإمكانية حدوث التغيير الاجتماعي واقتراح حلول علمية وتقديم توصيات لكيفية الاستفادة من إيجابيات تأثير الإعلام التفاعلي وتلافي السلبيات وتفصيله كوسيلة إعلامية حديثة

وتوجيهه لخدمة المجتمع. تم استخدام المنهج الاستنباطي، الوصفي، و التحليلي والمسخي في كتابة البحث، توصلت الدراسة إلى انتشار استخدام مواقع الانترنت التفاعلية وسيطرتها على الساحة الإعلامية في ولاية الخرطوم. كما أثبتت أن القيم الاجتماعية في ولاية الخرطوم تتأثر وتتغير بالإعلام التفاعلي وأن القيم المرتبطة بالدين والأخلاق والمعرفة والعلوم هي الأكثر تغيراً والقيم المرتبطة بالسياسة والاقتصاد هي الأقل تغيراً. وأن مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر استخداماً وفاعلية في تغير القيم الاجتماعية.

الدراسة التاسعة بعنوان:

استخدام تكنولوجيا الاتصال في انتشار الشائعات(دراسة حالة على مستخدمي الانترنت والهاتف السيار بكلية دراسات الحاسبات الآلية (كمبيوتر مان) الفترة أغسطس 2007م).
(حسام الدين مصطفى، 2007م)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اهتمامات مستخدمي الانترنت والهاتف السيار، تسليط الضوء ولفت نظر المسؤولين والمهتمين لخطورة هذا الجانب كما هدفت إلى ابتكار سبل وسائل مناسبة تسعى لهزيمة الشائعات ودراسة تكنولوجيا الاتصال دراسة علمية توضح تأثيرها في ترويج الشائعات وإسهامها في انتشارها والتعرف على اهتمامات مستخدمي الانترنت في الجامعات السودانية. المنهج المستخدم هو المنهج الوصفي عبر المسح ودراسة الحالة والتكامل المنهجي وفي مرحلة جمع المعلومات استخدم الباحث الاستبيان بالإضافة للمقابلات الشخصية والملاحظة. أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن التطور التكنولوجي أدى إلى انتشار الشائعات، ووجد الباحث أن التنوير بالحقائق هو أمثل طريق للحد من الشائعات. كما أن الشائعة واسعة الانتشار في المجتمع السوداني وأكثر الشائعات رواجاً هي الشائعة الاجتماعية. كما أوضحت الدراسة أن الدخول للانترنت ليس له برنامج ثابت إنما يكون حسب الظروف.

الدراسة العاشرة بعنوان:

دور وسائل الإعلام وتأثيرها في معالجة الانحراف في قضايا الشباب

(بالتطبيق على عينة من الشباب العربي). (الصدیق أحمد، 2008)

هدفت هذه الدراسة إلى إيضاح السمات الإيجابية لوسائل الإعلام في المجتمع وتجنب الآثار السلبية لوسائل الاتصال كما هدفت إلى توضيح أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في المجتمع ومدى انسجام مضامين وسائل الإعلام مع المستوى القيمي للمجتمع. الوصول إلى قواعد أسس كمعالجة سلبيات وسائل الإعلام. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح الذي يمكن إجراؤه بطرق بالمقابلة مع أفراد العينة للحصول على إجابات عدد كبير من الأفراد. توصلت الدراسة إلى أن التربية والثقافة والإعلام مصادر رئيسية للوصول إلى الرقي في الفكر والسلوك. أوصت الدراسة بضرورة تنويع البرامج والاهتمام بشرائح الشباب وضرورة بث نسبة معتبرة من البرامج الثقافية والعلمية والتوجيهية والتعليمية أن يقوم الإعلام بدوره في تثقيف الشباب وتنمية قدراتهم العلمية والثقافية ونشر ثقافة الدين وبناء الوعي الاجتماعي والاقتصادي. كما أوصت تعميق الانتماء والدين والقيم والأخلاق والوطن ومحاربة الفساد والانحراف والانحطاط وتنمية الثقة بالنفس والاعتزاز بالهوية والمحافظة على القيم الروحية والمعنوية وهذه هي رسالة الإعلام الأساسية.

الدراسة الحادية عشر بعنوان:

الاتصال التفاعلي عبر الانترنت وأثره في الشباب (دراسة تطبيقية على واقع سودانيز أون

لاين، يناير 2010م - يناير 2012م) (بلال أحمد ، 2012م)

هدفت الدراسة إلى قياس حجم دخول الشباب لهذه المجتمعات النظرية وتحديد اهتمامهم بها. وقياس تفاعلهم معها وتأثير حملات هذه المواقع مع الحملات الدعائية الأخرى. كما اختبر تفاعل الشباب مع الأحداث الجارية من خلال هذه الشبكات وتركيز الضوء على دور

المجتمعات النظرية في تبادل الثقافات والحضارات كما كان يجمع الشباب ويتيح لهم فرصة التحوار والتبادل تم في هذه الدراسة استخدام المنهج الوصفي التحليلي. توصلت الدراسة إلى أن للانترنت دور بارز ومساهمة فاعلة في أساليب العمل والتأثير على الحياة وزيادة المعلومات كما له دور سلبي متمثل في انتهاك الخصوصية كما احتل الانترنت الدور الريادي في الوسائل الإعلامية التفاعلية وأصبحت له إسهامات واضحة في التفاعل الاجتماعي والسياسي وكذلك ساهم في إشعال الثورات العربية التي عرفت (بالربيع العربي) كما توصلت إلى أن الانترنت أصبح مورداً مهماً للحصول على العديد من الخدمات وساهم بصورة فاعلة في تطوير العملية الاتصالية وأن موقع سودانيز أون لاين يعتبر أكبر موقع إلكتروني سوداني للاتصال التفاعلي وساهم بصورة واضحة في التأثير على الرأي العام.

الدراسة الثانية عشر بعنوان:

(دراسة تطبيقية على مستخدمي موقع الفيس بوك من طلاب الجامعات، 2010م - 2012م)
(أحمد محمد، 2012م)

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى إسهام موقع الفيس بوك كشبكة اجتماعية في التعاون بين الطلاب وكذلك التعرف على الفوائد أو الإشباكات التي يحققها موقع الفيس بوك لمستخدميه ومعرفة انعكاسات استخدام الطلاب للفيس بوك على آرائهم واتجاهاتهم وسلوكهم والخروج بنتائج وتوصيات تسهم في تعزيز الاستخدام الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي والعمل على تفادي السلبيات. المنهج المستخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي واعتمد الباحث في جمع المعلومات على أداة الاستبيان والملاحظة والمقابلة. توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها إن السبب الرئيسي لاستخدام الطلاب للانترنت هو الفائدة التي يجدها من هذه الشبكة، حيث ذكر 75.2% من أفراد العينة أن شبكة الانترنت قد أفادتهم في جميع مجالات حياتهم. وجاءت إشباكات التواصل مع الآخرين في مقدمة الإشباكات التي يحققها موقع الفيس بوك بنسبة بلغت 77.6% كما أشارت الدراسة إلى نسب متفاوتة لتحقيق إشباكات التعبير عن الرأي وزيادة

المحصلة العرفية والتسلية والترفيه. أشارت الدراسة إلى أن موقع الفيس بوك أصبح إلى حد ما وسيلة اتصال بديلة لوسائل الإعلام التقليدية بنسبة بلغت 43.6% ويرى 40% من المبحوثين أن الموقع أصبح فعلاً وسيلة اتصال بديلة لوسائل الإعلام الأخرى توصلت الدراسة إلى أن 79.9% من المبحوثين أعطوا موقع الفيس بوك الأفضلية لإسهامه في إثارة وإحداث ثورات التغيير التي حدثت في المنطقة مؤخراً، بينما أجاب 20.6% بأن الموقع أسهم إلى حد ما في نشوب هذه الثورات فيما يرى 5.5% عكس ذلك.

الدراسة الثالثة عشر بعنوان:

دور تقنية الاتصالات في تطوير أداء البحث العلمي في السودان

(دراسة مسحية 1425هـ - 2004م) . (طارق بحر، 2004م)

هدفت الدراسة إلى إبراز دور تقنية الاتصالات الحديثة في تطوير أداء البحث العلمي والوقوف على مدى إمكانية استخدام تقنية الاتصالات الحديثة في أداء البحث العلمي في السودان وكذلك التنبيه على أهمية استخدام تقنية الاتصالات الحديثة في أداء البحث العلمي وتقديم مقترح لشبكة معلومات بحثية تربط بين مؤسسات ومراكز البحث بحيث تمكن من الاتصال عن بعد وتمثل إنتاج المعلومات العلمية وتبادلها. في هذه الدراسة قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي التحليلي مع الاستئناس بالمنهج التاريخي والمنهج الإحصائي التحليلي. توصلت الدراسة إلى أن تقنية الاتصالات الحديثة تلعب دوراً كبيراً في تطوير أداء البحث العلمي وذلك من خلال تطوير خدمات المعلومات وإمكانية النشر الجيدة إعداداً وإخراجاً وأن هناك ضعف في استخدام وتوظيف التقنيات الموجودة لمؤسسات البحث العلمي والاستفادة منها في أداء البحث العلمي كما أن هناك بعض التأثيرات السالبة لتقنية الاتصالات الحديثة على البحث العلمي منها: بعض المواقع على الانترنت تنشر معلومات كاذبة وأحياناً تكون المعلومة لأغراض خاصة ومنحرفة مما يضعف البحث العلمي عند الاعتماد عليها.

أهم ما اتفقت عليه الدراسات السابقة:

تتفق الدراسات السابقة في الجوانب التالية:

1. تناولت الدور المتعاظم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة وما أفرزته من وسائل وأساليب حديثة أثرت على شكل ومضمون الرسالة الإعلامية.
2. أبرزت تأثير التقنية والتكنولوجيا الحديثة على الشباب متمثلة في شبكة الانترنت بما تحويه هذه الشبكة من مواقع اجتماعية أصبحت بديلة للإعلام التقليدي.
3. تناولت تأثير وسائل التواصل على المجتمع وخطورة الشائعة وتأثيرها على المجتمع.
4. تناولت البنيات التحتية لاستخدام الحاسوب في الشبكة الإلكترونية.
5. أشارت إلى عدم وجود توظيف حقيقي للتقنيات الحديثة في مجال الحاسبات الإلكترونية.
6. تناولت خصائص الجمهور الذي يستفيد من الإعلام الجديد أو الإعلام الإلكتروني ومعظمها تناول موقع الفيس بوك وتويتر.
7. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الإنساني وتكوين الاتجاهات.
8. أوضحت أن المواقع الاجتماعية على المبحوثين أصبحت واضحة وأنها تشكل أثر في وعيهم وما يدور حولهم من حراك اجتماعي.
9. أهمية الفيس بوك في التعرف على الثقافات.
10. فاعلية الإعلام التفاعلي على الحياة الاجتماعية واتجاهات الرأي العام.
11. أن القيم المرتبطة بالدين والأخلاق والمعرفة العلوم هي الأكثر تغيراً والقيم المرتبطة بالسياسة والاقتصاد هي الأقل تغيراً.
12. تسعى للوصول إلى قواعد وأسس لمعالجة سلبيات وسائل الإعلام.

علاقة هذه الدراسات بالبحث:

استفادت الباحثة من الدراسات السابقة نظرياً وميدانياً في الآتي:

1. أهمية وجود المواقع الإلكترونية على الانترنت وضرورة تجويد المحتوى لجذب المزيد من القراء.
 2. تناولت في أغلبها إلى ضرورة تنوع المصادر التي تستقي منها المواقع الاجتماعية معلوماتها.
 3. أشارت بعضها إلى انعدام الاحترافية المهنية لمستخدمي المواقع الإلكترونية مما يقلل من مصداقية ما ينشر فيها.
 4. الأثر الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم والعادات والتقاليد.
- ملءُ ضيفه هذا البحث:

تتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في الآتي:

1. تسعى هذه الدراسة لمعرفة انعكاس مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع السوداني بأخذ شريحة الطلاب في الجامعات بتمثيلهم الشباب.
2. تعتبر فترة الدراسة فترة تحول كبير في تاريخ ثورة الاتصالات إذ شهدت انتشار وسائل الاتصال الشبكي النقالة فائقة السرعة بالإضافة إلى ظهور عدد كبير من برامج الشبكات الاتصالية الحديثة التي لم يتم التطرق لها وكان لها أثرها الكبير على المجتمعات.
3. يؤسس الموضوع لموقع أكبر لطبيعة العلاقة بين مستقبل الإعلام التفاعل والمواقع الاجتماعية.
4. يضيف لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي معرفة عملية أكاديمية تعينهم على تطوير المحتوى بما يواكب التطور الهائل في تكنولوجيا الإعلام والاتصالات في العالم.
5. ربط دراسات جمهور وسائل الإعلام بمستقبل المواقع الاجتماعية من خلال مقارنة مدى الاندماج وعلاقة الجمهور بالمحتوى في المواقع المستحدثة.

الفصل الثاني

مفهوم وأنواع وخصائص الاتصال التفاعلي

المبحث الأول: مفهوم وأهداف الاتصال التفاعلي

المبحث الثاني: أنواع الاتصال التفاعلي

المبحث الثالث: خصائص وعناصر الاتصال التفاعلي

المبحث الأول

مفهوم الاتصال التفاعلي وأهدافه

أولاً : مفهوم الاتصال التفاعلي

يعيش العالم اليوم مرحلة جديدة من التطور التقني امتزجت فيها نتائج وخصائص ثورات ثلاث هي، ثورة المعلومات التي تضمنت انفجارات معرفية، مكنتنا من السيطرة عليها والاستفادة منها بواسطة تكنولوجيا المعلومات، ثورة وسائل الاتصال الحديثة التي مثلت أرقى ما توصلت إليه البشرية من تطور حضاري وامتزجت بكل وسائل الاتصال واندمجت معها في أوضح صورة. (شفيق، 2010م، ص23)

التفاعل هو تأثير فرد على فرد آخر، ولما كانت التأثيرات بين الأفراد وترتبط بميولهم واتجاهاتهم فإن الأفراد عادة يؤثرون في بعضهم نتيجة تفكيرهم، أي تأثير عقل في عقل آخر، فوجود فكرة في عقل شخص معين إنما نشأت من إحساسه بالموقف الذي يعاني منه وهو يستمد قوة منطق ما من اتجاهاته الذاتية، وهذا معناه أن يسير هذا الشخص على أساس منطقيتها من وجهة نظره، وكى يعدل هذا الشخص من هذه الفكرة فهو في حاجة إلى إحلال فكرة أخرى لا يكون اتجاهها خاطئاً محل الفكرة الخاطئة، وبذلك تحل فكرة جديدة محل الفكرة القديمة تملأ الفراغ بين ما هو كان وما يجب أن يكون باتجاه بناء مثمر. ولا يمكن تعديل الأفكار والخاطئة أو تبديلها بأفكار إلا إذا وجدت القوة المؤثرة القادرة على الإقناع. ومن هذا يتبين أن مدلول التفاعل في الاتصال هو قدرة المرسل على التأثير في تفكير المستقبل واتجاهاته على أساس التفكير المنطقي والتأثير العقلي. (الجميل، 1997م، ص14-15)

وقد أثمر التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والحاسبات الإلكترونية على وسائل اتصال حديثة كوسيلة أساسية لعملها كوسائل اتصال، وتستفيد من التطورات الأخرى في مجال

الأقمار الصناعية وأشعة الليزر والألياف البصرية والتصوير المجسد، في هذا المجال يمكننا أن نشير إلى وسائل عديدة تفيد في مجال الاتصال التفاعلي الإداري مثل البريد الإلكتروني والمواقع الإلكترونية وواجهات العرض الإخبارية .. الخ. وهذه الوسائل تعتمد على شبكة الانترنت تسمح بمرور كم هائل من المعلومات بسرعة عالية وبتكلفة رخيصة وبصورة تجعلنا نخاطب المهتمين فقط، تسمح لهم بالاتصال والتفاعل مع مصدر الرسالة وعرض أفكارهم وآرائهم، ومن ناحية أخرى لا توجد حدود قصوى للمساحات الإعلامية والإعلانية مقارنة بالوسائل الأخرى، كما أن الوصول إلى المعلومات والتعامل معها سريع جداً ويتم بخصوصية شديدة واحة تامة. (حجاب، 2007م، ص42-43).

هناك تقدم هام قد يساعد في تشكيل وسائل إعلامنا المستقبلية، وهو تطور تكنولوجيا اتصالات التفاعل التبادلي، ويشير التفاعل التبادلي بوجه عام إلى عمليات الاتصالات التي تتخذ خصائص الاتصالات بين الأشخاص، ففي الاتصالات الشخصية يشترك المرسل والمستقبل في أداء دور رجل الإعلام بالتناوب ويستقبل كل شريك التغذية المرتدة (feedback) فوراً وبصورة كاملة في شكل رسائل شفوية وغير شفوية، ويعني التفاعل التبادلي أيضاً سيطرة متبادلة على تدفق محتويات وسائل الاتصالات ففي الاتصالات بين الأشخاص مثلاً، يستطيع الشركاء أن يؤثروا على طبيعة المحادثة بتغيير الموضوع، أو إظهار وعدم الموافقة على ما يقوله الشريك. (ديفر، 1993م، ص463)

إذا تمكنا من تحقيق الاتصال مع بعضنا البعض فإننا سنسهم في حل كثير من مشكلاتنا ونقل من إمكانية حدوث احتكاك أو مصادمات ثم ندخل عصراً جديداً يسود فيه الوعي بدلاً من الجهل. ويعم الفهم بدلاً من سوء الفهم ولقد تعلمنا أن التفاهم يمكن أن يؤدي إلى التناغم والتوافق الاجتماعي، ويؤدي إلى تقوية أواصر الأخوة والترابط بين الأفراد، وإلى العيش بسلام، كما نجد أن الانفجار الاتصالي أتى بفيض من الرسائل الذي يجتاحنا كأموج عاتية يحيط بنا

من كل جانب ومنذ أواخر الخمسينات والاهتمام بالاتصال يحدث نمواً مضطرباً في حجم الرسائل وانسيابها، وتدفعها، فسقطت حواجز اللغة وتعرضت البيئات الاجتماعية والفكرية إلى تلوث اتصالي بشكل يهدد نسيجنا وبيئتنا الاجتماعية بالتشويش والإحباط، يمزق في الوقت نفسه فاعلية شخصيتنا وهويتنا الحضارية وكلما كثرت الاتصالات كلما ضعفت قيمتها ولاسيما ونحن نمر الآن بمرحلة تضخم اتصال أصبحت معه الوسائل أقل قيمة بسبب ارتفاع عددها. (ميرل، 1989م، ص24-25)

الإعلام التفاعلي هو عملية دمج في أسلوب الاتصال والتواصل بين المرسل والمرسل إليه، تكون المادة أو الرسالة هي محور هذا الدمج، بغرض توصيل الفكرة أو الإقناع بها ويشمل الخدمة الملحقة بأي وسيلة إعلامية مطبوعة أو مرئية أو إلكترونية تتيح للجمهور أن يشارك برأي، وعلى صعيد الإعلام تكفي الإشارة إلى أن فضائية الجزيرة في قطر، فوق أنها تجعل برامجها متاحة للجمهور للمشاركة بالرأي والتعليق فإنها تخصص مع ذلك برنامجين كاملين للجمهور هما (منبر الجزيرة) بشعاره الصريح وكذلك برنامج مباشر مع الذي يستضيف شخصية ما ويترك للجمهور محاورته. ومضت أكثر من ذلك بأن أنشأت قناة كاملة للتفاعل المباشر أسمتها الجزيرة مباشر كل هذا كي تبقى محتقظة بأكبر قدر من المشاهدين، فالتفاعل هو أحد أهم وسائل جذب المشاهدين وإبقائهم ولا تقل أهميته عن باقي اشتراطات النجاح مثل المصادقية والمهنية ونحوها. (ميرل، مرجع سابق، ص24-25)

هنالك ارتباطات للإعلام التفاعلي بمحاور وتفاعلات حياتية مختلفة مثل الآثار النفسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسة ومن أهميته أن العملية التفاعلية نفسها تعمل على الإسهام الفعال القوي المؤثر في مجريات الأحداث وفي صناعة الأحداث سلباً وإيجاباً. (شفيق، مرجع سابق، ص7)

ولعل الجميع تابع مجريات الأحداث الكبيرة التي حدثت في السودان عقب خطاب رئيس الجمهورية برفع الدعم عن المحروقات، وكانت الأحداث التخريبية في العاصمة المثلثة (الخرطوم، أم درمان، بحري) لقد كان الإعلام التفاعلي بكل تأكيد هو سيد الموقف وهو محرك العمليات جميعها تستند دوائر مختلفة، فنجد أن معظم السودانين لديهم هواتف جواله والكثير منهم يستخدم التكنولوجيا الحديثة متمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي التي مكنت هؤلاء الشباب من تنفيذ تلك التظاهرات الصاخبة العنيفة كما ساعدت المعارضين في الأحزاب الأخرى من التواصل وتنفيذ الأوامر في وقت واحد، ولولا التدخل السريع للحكومة والجهات المسؤولة قطع خدمة الانترنت لحدثت كارثة أكبر فقطع خدمات الانترنت ساهم في السيطرة على الأحداث وعدم تقاوم الأمر. وكانت أغلب المظاهرات والاعتصامات في كل الدول تتسق عن طريق التويتر (twitter) من كتابة اليوم المحدد والساعة المحددة والمكان المحدد المقصود والتجمع والتظاهرات ورفع اللافتات فهذه التقنية حولت اليوتيوب (Youtube) إلى ما يشبه القناة التلفزيونية الفضائية فكانت هذه الفرق تبث مقاطع مصورة عن التظاهرات لحظة بلحظة ومن هذا المثال نتواصل أن الإعلام التفاعلي لا يمكن حصره وأنه أصبح الفاعل الأساسي في صناعة الأحداث وتحديد مجرياتها لا تعتبر تقارب المعلومات والوسائط الإعلامية بالحدث الذي سيقع في المستقبل القريب، فقد وقع بالفعل، فكمبيوترات اليوم يمكنها الفيديو والصور والصوت كوسائل إعلامية بالسهولة نفسها تداول بها الأرقام والحروف، هنالك قدرات جديدة ضخمة لتداول الوسائل الإعلامية، كما تبدو لو كان الكمبيوتر قد أوتي موهبة القدرة على الرؤية والخيال والتعبير أيضاً. وقد حدث هذا التقارب نتيجة للتزاوج بين الكمبيوتر ووسائل الإعلام ونتج عنه معجزة الوسائط المتعددة. (شفيق، مرجع سابق، ص9)

وقد بدأ تصميم التفاعل بين الحاسب والإنسان، فالكمبيوتر أكثر تفاعلية من غيره من أدوات الإعلام بحالة من ميزات التخزين الضخم والعرض الاختياري والبحث في محتوياته الكبيرة من

المعلومات وتعد التفاعلية ميزة أساسية للوسائط المتعددة حيث توفر إمكانية التفاعل بينها وبين مستخدميها باختيار موضوع وطريقة عرض المحتويات والانتقال من موضوع إلى موضوع آخر وإيجاد أنواع مختلفة من التفاعل بين المستخدم والبرامج.

إن عملية الاتصال تعد جانباً حياً من جوانب التغيير الاجتماعي، لأنها تفتح الطريق أمام التغيير والتحديث، والتحديث يعنى به العملية التي يتغير عبرها الأفراد من طريقة الحياة التقليدية إلى أسلوب الحياة الأكثر تعقيداً وأكثر تقدماً من الناحية التكنولوجية، التحديث على المستوى الفردي يتوافق ويتطابق مع التطور على المستوى الاجتماعي، وعلى ذلك فإن التنمية هي نوع من التحديث الكلي الشامل الذي يتضمن إدخال أفكار جديدة في النظام الاجتماعي. (الجميلي، مرجع سابق، ص 68)

ومما سبق ذكره نجد أن هناك تعريفات للاتصال في صورته العامة نذكر منها ما يأتي:
(حجاب، مرجع سابق، ص 20)

يعرف جورج ليندبرج الاتصال بأنه التفاعل بواسطة الرموز والإشارات التي تعمل كمنبه أو مثير يثير سلوكاً معيناً عند المتلقي أما كارل هو فلاند فيري يعرف الاتصال بأنه عملية يقوم بمقتضاها المرسل لإرسال رسالة لتعديل سلوك المستقبل أو تغييره.

ويرى شانون وويفر أن للاتصال يمثل كافة الأساليب والطرق التي يؤثر بموجبها عقل في عقل آخر باستعمال الرموز.

ويعرف فرانك دامس الاتصال بأنه العملية التي يتفاعل عن طريقها المرسل والمستقبل في إطار اجتماعي معين.

وتعرف الدكتورة جيهان رشتي الاتصال بأنه العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة في مضامين اجتماعية معينة، وهذا التفاعل يتم بأفكار ومعلومات بين الأفراد عن قضية معينة.

ويعني هذا الاتصال الفعال في مجال العلاقات العامة هو الاتصال الذي يؤدي إلى خلق نوع من الاستجابة اتجاه أهداف المنشأة حتى تحقق هذه الأهداف بأحسن الوسائل وأقل التكاليف، وهو بالنسبة لأعضاء المنشأة يعد السبيل الوحيد لديناميكية الجماعة والتغلب على النزاع الذي ينشأ بين أفراد التنظيم على المستويات، فبدون الاتصال أهم العمليات الإدارية فهو يجعل العملية الإدارية تتم ببسر وسهولة، ويساعد على الإنجاز للتخطيط الإداري بفاعلية. (حجاب، مرجع سابق، ص110)

يعد الاتصال فناً شخصياً ، وهذا الفن يتلخص كما يقول لازويل في العناصر الآتي: (حجاب ووهبي، 2000، ص48)

- من ؟

- يقول ماذا ؟

- عبر أي وسيلة ؟

- لمن .

- بأي تأثير ؟

من هذه العناصر الخمسة الأساسية تتضح عملية الاتصال التفاعلي ما هي إلا إيصال فكرة أو مهارة من شخص لآخر بقصد التأثير عليه عبر وسيلة.

إن كلمة اتصال (communication) مأخوذة من الأصل اللاتيني لكلمة (communes) وتعني عام أو مشترك، لهذا فهي تكون قاعدة، مشتركة عامة وللاتصال وظيفة دقيقة ومحددة ألا وهي المشاركة في تبادل الحقائق والأفكار والآراء أي الترويج لفكرة أو موضوع أو سلعة أو خدمة أو قضية أو فرد ... الخ، عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو المواقف من شخص (فرد) أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم لدى الطرفين المرسل (sender) أو المستقبل (receiver) فقد عرف مايكل ويسترون

(M.Weastroun) الاتصال بأنه "نقل المعاني وتبادلها بأسلوب يفهمه أطراف الاتصال ويتعرفون وفقه بشكل سليم". (العلاق، 2009م، ص16-17)

ويرى أفرون أن الاتصال يعني مجموعة الأفعال والتعبيرات والأشكال التي تتم بين بني البشر بغرض الإبلاغ والإيحاء والإملاء للعواطف والأفكار ونقل المعاني المشتركة لأغراض الإقناع المبني على الحقائق والأدلة والشواهد. كما عرف العلاقة الاتصال بأنه إحدى ركائز التوجيه حيث ينطوي على تدفق المعلومات والتعليمات والتوجيهات والأوامر والقرارات من فرد أو مجموعة إلى أفراد أو مجاميع بغرض الإبلاغ أو حدث التأثير أو إحداث التغيير باتجاه بلوغ أهداف محددة مسبقاً. (العلاق، مرجع سابق، ص17-18)

في الوقت الحاضر الاتصال التفاعلي هو توثيق الصلة بالانترنت كشبكة اتصالات عالمية ضخمة تحدد خصائص وميزات تكنولوجيا الانترنت واختلاف الخدمات التي تقدمها الشبكة خصائص الأفراد المتعاملين معها وطبيعة استخدامهم لها فاهتمامات الباحثين تجعلهم ينظرون إلى الانترنت على أنه مكتبة عالمية هائلة تضم المراجع والمؤلفات والموسوعات والدوريات وما إلى ذلك أما بالنسبة للمستخدمين الآخرين فإنهم يرون في الانترنت مجالاً للتراسل عبر البريد الإلكتروني وفي إطار تلك الصلة بين مصطلحي الاتصال التفاعلي وتكنولوجيا الانترنت يمكن إيضاح أن الاتصال التفاعلي يتصل بالكيانات الرقمية الجديدة في الفضاء الإلكتروني وكما يرتبط بشكل وثيق بتطور استخدامات الاتصال الحديثة عبر شبكة الانترنت والتي تتركز خدماتها لمستخدمي الشبكة في كل من خدمة (الاتصال) (التفاعل) (الإعلام والمعلومات) الذي يعني استخدام الأفراد للانترنت لنشر واسترجاع المعلومات لتغطية مجال واسع من جوانب الأنشطة الانسانية والمعرفية. ويتخذ الاتصال التفاعلي عدة أشكال (كحلقات النقاش الحية، وحجرات المحادثة، ولوحة الرسائل، ومواقع تبادل رسائل البريد الإلكتروني). (العلاق، مرجع سابق، ص16)

التفاعلية في تكنولوجيا الاتصال الحديث:

(<http://ar.m.wikipedia.org>- 28-04-2017-6:00Am)

إن معنى التفاعلية يكمن في التبادل والتفاعل ويتم من خلال الاتصال بين شخصين إذن فهي فعل اتصالي قديم لكن مفهوم التفاعلية في استعمالاته بالإشارة إلى الوسائط المتعددة يعتبر حديث العهد نسبيا ووليد العلاقات بين الناس والآلات ولقد تداول الوسط الفكري والعلمي والصحفي هذا المفهوم "التفاعلية" في بداية ال90 من القرن الماضي نتيجة التقدم الهائل الذي تعرفه التكنولوجيات الرقمية والذي تم بفضل المعلوماتية. ولقد غيرت تكنولوجيات الاتصال الحديثة من مهام المتلقي وأكسبته خاصية المشاركة في الفعل الاتصالي مثله مثل المرسل حيث أصبح فاعلا في العملية الاتصالية بعدما كان شكل التفاعلية في وسائل الإعلام التقليدية محصورا في الرسائل الموجهة إلى القائم بالاتصال في tv أو الإذاعة - الجريدة بالإضافة للمكالمات الهاتفية أو الحضور في الاستديو وفي خضم هذه التطورات التكنولوجية أصبح مفهوم التفاعلية مرتبطا أكثر فأكثر بالوسائط المتعددة، وهناك مفاهيم متعددة للتفاعلية (التفاعلية من حيث المستخدم) وهي طريقة المعالجة التفاعلية بالحوار وتعديل اشتغال البرامج من خلال مراقبة النتائج، (التفاعلية من حيث العلاقة بين المرسل والمتلقي) تطلق على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين واستطاعتهم تبادلها ويطلق على هذه الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، وهي تفاعلية بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية (التفاعلية من حيث الوسيلة) هي صفة الأجهزة والبرامج وظروف الاستغلال التي تسمح بأفعال متبادلة في نمط الحوار وأنها ميزة الوسيلة التي يكون فيها المستعمل قادرا على التأثير في شكل أو محتوى عرض وساطي أو تجرية، و يعتبر التفاعل مفهوما محوريا في أعمال رواد مدرسة التفاعل الاجتماعي فحسب هذه الأعمال يتواصل الناس عن طريق تأويل الرموز التي تصدر عن الناس الآخرين، وتموضع تأويلاتهم دائما في السياقات الاجتماعية ومشروطة بها. إذ يرى Mead

(مؤسس مدرسة التفاعلات الرمزية) أن الفعل الاجتماعي يتمحور في " التفاعل الاجتماعي الذي يتوقف على مقدرة أفراد المجتمع على استخدام الرموز (لغوية في معظمها) في هذا التفاعل والانتقال إلى الفعل بناءً على ذلك".

البعد الإدراكي للتفاعلية:

لقد دفع تطور الاتصال بواسطة الحاسوب، بالباحثين لدراسة كيفية تأثير الوسائط المتعددة على مختلف مظاهر الاتصال الإنساني، ولقد انصب اهتمامهم على عملية التفاعل الإنساني عبر الوسائط المتعددة والمتمثل في " التفاعلية الحديثة" أو عبر وسائل الاتصال الجماهيري والذي يطلق عليه " التفاعلية التقليدية"، حيث ركز بعض الباحثين على طبيعة شخصية المستخدم وقدراته الإدراكية.

البعد النفسي الاجتماعي:

يقوم البعد النفسي - الاجتماعي للتفاعلية، على النموذج الاجتماعي التماثلي الذي يربط الاتصال بواسطة الحاسوب بذلك الذي يحدث في التلفزيون، إذ يتفاعل المستخدمون ضمناً مع آخرين افتراضيين عن طريق الحاسوب، وحبثهم تكمن في أن الأفراد يتصورون ذهنياً كأننا إنسانياً داخل الحاسوب إذا الناس يتفاعلون اجتماعياً مع الحواسيب، فنستنتج أن التفاعل مع الحاسوب اجتماعي ويشبه الاتصال الشخصي أكثر من الاتصال الجماهيري.

البعد التكنولوجي للتفاعلية:

إن التفاعلية من منظور البعد التكنولوجي تروج لها الصناعة وإعلاناتها حول التكنولوجيات الجديدة، ويركز هذا البعد على الخصائص الجوهرية في الوسائط التكنولوجية وليس على الرسالة أو المستخدم أو حتى العملية الاتصالية التفاعلية.

فالتفاعلية هنا تشير إلى المستوى العالي نسبياً للوسائط الإلكترونية والإمكانات الملائمة التي تسمح بها للتبادلات المتعددة الاتجاهات، وتتحدد التفاعلية حسبما إذا كان الوسيط الإلكتروني:

- 1- يجعل الاتصال متعدد الاتجاهات.
- 2- يسمح للمشاركين بالتحكم في الفعل الاتصالي.
- 3- يدعم تبادل الأدوار بين المشاركين في العمليات الاتصالية والتواصل بين المرسل والمتلقي في الوقت نفسه.

أشكال التفاعلية الرقمية:

- التفاعلية الإرشادية: هي التي ترشد المستخدم بالتوجه إلى الصفحة الموالية أو السابقة، أو العودة إلى الأعلى أو إلى صفحة الاستقبال أو غيرها.
- التفاعلية الوظيفية: وهي التي تتم عبر البريد المباشر أو الروابط، أو مجموعات الحوار.
- التفاعلية التكميلية: وهي التي تمكن موقع من المواقع أن يكيف نفسه مع سلوك المستخدمين.

أهداف الاتصال التفاعلي:

إن عملية الاتصال التفاعلي تسعى لتحقيق هدف عام وهو التأثير في المستقبل حتى تحقق المشاركة في الخبرة مع المرسل، وقد ينصب هذا التأثير على أفكاره لتعديلها وتغييرها أو على اتجاهاته أو على مهاراته لذلك يمكن تصنيف أهداف الاتصال إلى: (فهيمي، 2008، ص32-

(34)

١ - الهدف التوجيهي :

وهذا النوع من الأهداف يمكن أن يحقق حينما يتجه الاتصال إلى إكساب المستقبل اتجاهات جديدة أو تعديل وتثبيت اتجاهات قديمة موجودة عنده ومرغوب فيها ولقد اتضح من خلال الدراسات العديدة التي أجريت في هذا المجال ان الاتصال الشخصي أقدر على تحقيق هذا الهدف.

٢ - الهدف التثقيفي:

يتحقق هذا الهدف أو النوع من الأهداف حينما يتجه الاتصال نحو توعية المستقبلين بأمر تهمهم ويقصد منها مساعدتهم وزيادة معارفهم واتساع أفقهم لما يدور حولهم من أحداث.

٣ - الهدف التعليمي:

حينما يتجه الاتصال نحو إكساب المستقبل خبرات أو مهارات أو مفاهيم جديدة.

٤ - الهدف الترفيهي أو الترويحي :

ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو إدخال البهجة والسرور والاستمتاع إلى نفس المستقبل.

5- الهدف الإداري:

ويتحقق هذا الهدف عندما يتجه الاتصال نحو تحسين سير العمل وتوزيع المسؤوليات ودعم التفاهم بين العاملين في المؤسسة أو الهيئة.

6- الهدف الاجتماعي:

حيث يتيح الاتصال الفرصة لزيادة احتكاك الجماهير بعضهم ببعض الآخر، وبذلك تقوى الصلات الاجتماعية بين الأفراد وفي الواقع أن الاتصال قد يجمع بين أكثر من هدف في وقت واحد.

الأهداف العامة والأهداف الخاصة للاتصال:

للاتصال أهداف كثيرة، ولكن يمكن تقسيمها إلى أهداف عامة وأهداف خاصة، وهناك أهداف عامة بالنسبة لكل عملية اتصال أياً كان نوع هذا الاتصال أو المجال الذي يتم فيه وهناك أهداف خاصة لعملية وهذه الأهداف الخاصة تختلف حسب الظروف والمكان الذي يتم فيه هذا الاتصال وحسب طبيعته وهي كما يلي: (إبراهيم، 2004م، ص 36-37)

الأهداف العامة للاتصال:

يمكن تقسيم الأهداف العامة للاتصال إلى:

1. أهداف معرفية عندما يكون الهدف أساسياً توصيل المعلومات أو الخبرات.
2. أهداف اقناعية عندما يكون الهدف أساساً تغيير وجهة نظر أو إقناع بشيء.
3. أهداف ترويجية وتوحي أساساً للترويج عن النفس والتخفيف عنها وهذه الأهداف وإن كانت موجودة بالنسبة لكل عملية اتصال إلا من أحد الأهداف قد تغلب قيمته ووزنه على الآخر في عملية اتصال معينة.

الأهداف الخاصة بالاتصال:

هناك أهداف خاصة بكل مؤسسة تتوقف هذه الأهداف على نوعية المؤسسة ولذلك سوف نتناول الأهداف الخاصة بالاتصال في المؤسسات الاجتماعية وتعتمد المؤسسة الاجتماعية على العنصر البشري بالدرجة الأولى، لذلك نجد الاتصال بين أفراد الفريق العامل بالمؤسسة عنصر هام يتبع لأفرادها تبادل الخبرة ومعرفة حقيقة ما يقوم به الآخرون من أعمال وما يبذلونه، من جهد وما يسمح بالتنسيق من جهودهم ويمكن توضيح بعض الأطراف الخاصة للاتصال في المؤسسات الاجتماعية. (الجميل، مرجع سابق، ص 35)

أهداف الاتصال بالنسبة للعاملين:

يهدف الاتصال داخل المؤسسة التي تؤدي إلى تعريف العاملين بما يجري داخل المؤسسة الأمر الذي يؤدي زيادة الثقة والتفاهم مما ينعكس على زيادة الإنتاج، ولا شك أن تزويد العاملين بالقدر الكافي من المعلومات يؤدي إلى التقليل من الشائعات بين تضييع الوقت في أحاديث لا تقوم على أساس من الصحة. وهناك أربعة مجالات لتقديم المعلومات للعاملين في المؤسسة.

أ. معلومات عن المؤسسة - إنتاجها - مستقبلها - القرارات الهامة للمؤسسة.

ب. معلومات عن سياسات المؤسسة خاصة ما يتصل بوظائفهم.

ج. معلومات تتصل ببعض المشكلات الطارئة التي تقابل المؤسسة.

د. معلومات تتصل بنشاط العاملين الوظيفي وظروف المؤسسة الاقتصادية

أهداف الاتصال بالنسبة للقيادات الإدارية: (المرجع نفسه، ص36)

يحقق الاتصال الجيد مزايا كثيرة بالنسبة للقائد الإداري الناجح من خلال المشاركة مع العاملين الذين يقودهم والتأثير فيهم بالصورة الكافية، فالقيادة تمثل القدرة على التأثير في الناس أفراد وجماعات بتوجيه السلوك الفردي والجماعي من أجل تحقيق هدف مشترك ويجب أن يكون هناك شعور جماعي من جانب الجماعة من خلال علاقة وظيفية بينه وبين الجماعة التي يحاول قيادتها تقتنع فيه الجماعة بوجود مواصفات القيادة التي تجعله في نظرهم أحق بالقيادة وأهم ما يحققه الاتصال من أهداف وفوائد بالنسبة للقيادات الإدارية هي: (إبراهيم، 2004م،

ص38-39)

أ- تمكن القائد من توجيه والإشراف والتأثير على العاملين.

ب- التعرف على حقيقة ما يحدث داخل المؤسسة بصورة صادقة.

ج- التعرف على الحقائق والمعلومات والبيانات الصحيحة.

د- تحقيق التنسيق الكامل بين أنشطة الإدارات المختلفة داخل المؤسسة.

أهداف الاتصال بالنسبة للجمهور:

للجمهور أهمية بالنسبة للمؤسسة لذلك فالمؤسسة يهتما إقامة نظام للاتصال بالجمهور، يمكنها من أن توصل حقيقة هذه الجهود التي تبذلها. يهتما بالدرجة الأولى التعرف على رأي الجمهور في نشاطاتها، وكذلك تسعى المؤسسة إلى التعرف على شكاوي ومقترحات الجمهور لتحسين خدماتها. (إبراهيم، مرجع سابق، ص39)

نموذج الاتصال الناجح: (الجميلي، مرجع سابق، ص37-38)

1. وجود اتفاق فكري بين طرفي الاتصال، فإن الفكرة التي تصل للمستمع أو القارئ إذا لم تكن هي الفكرة المقصودة فإن الاتصال لن يتم ، إلى أن يكون الاتصال من اختصاصات كل من المرسل والمستقبل.
2. وجود لغة مشتركة تعاون على سهولة فهم مضمون الرسالة وأبعادها على النمو الذي يقصده المرسل.
3. إن نجاح عملية الاتصال تتوقف على درجة تقبل المستقبل لمضمون الرسالة وفي ضوء حالته النفسية.
4. أن يكون المرسل كمصدر للرسالة مدركاً بحقيقة ما يريد أن ينقله للغير وملماً جيداً بأبعاد الرسالة وأهدافها.
5. هيبة المصدر وهيئته وأسلوبه يساعد على تشكيل صورة طيبة للمتكلم ويكون له تأثير أكبر على اتجاهات المستمع وسلوكه.
6. أن يتم الاتصال في الوقت المناسب وبالوسيلة المناسبة التي تمكن من إحداث الاتصال لأثره.
7. أن يكون الاتصال محدود ومباشر يعبر عن مستوى الفهم وفي إطار مجال الخبرة المشتركة، بمعنى تشابه خبرات المستقبل مع خبرة المرسل المتصلة بموضوع الرسالة وكلما حدث هذا الالتقاء الفكري ازداد فهم المستقبل وتحقق التأثير المرغوب.

أما هاوولد لازويل H. Lasweel فقد حدد أهداف الاتصال في: (إسماعيل، 2003م، ص81-86)

1- مراقبة البيئة:

من أهداف الاتصال مراقبة البيئة وما يجري فيها وخارجها والمراقبة ليست غاية في حد ذاتها، وإنما هي وسيلة لتوفير المعلومات والبيانات اللازمة التي تساعد المجتمع على اتخاذ القرارات المناسبة.

فالفرق الوحيد بين مهام الاتصال القديمة والحديثة أن وسائلنا الحديثة أكثر تطوراً.

2- الترابط:

إحداث الترابط بين أعضاء المجتمع هو الهدف الثاني للعملية الاتصالية عند لازويل، وهذا الترابط يؤدي إلى تحقيق هدف أكبر وهو إيجاد الرأي العام، فبدون الترابط لا يتكون الرأي العام خاصة تجاه القضايا المجتمعية الكبرى.

3- نقل التراث الاجتماعي من جيل لآخر:

وهو أهم أهداف العملية الاتصالية، وهو أساس استمرار وتطور المجتمع، ونقل التراث إلى الأجيال الجديدة يدعم ثقافة المجتمع ويحفظها أمام تيارات الثقافات الأخرى.

4- التنمية:

ويؤكد ولبورشرام على هدف التنمية..مشيراً إلى أن وسائل الإعلام تهدف إلى تهيئة المجال لعملية التنمية، بما تبثه من أفكار جديدة حولها، وبما تحشده من تأييد له .

وقد لخص د. فاروق أبو زيد في هذا الإطار هدف الإعلام في مجالين اثنين: الأول: أن يقوم بدور المنبه للتنمية، من خلال إثارة اهتمام المواطنين بالقضايا المتعلقة بالتنمية، والثاني: حشد الدعم الشعبي للتنمية التي تفقد مضمونها دون مشاركة شعبية فعلية.

5- الدبلوماسية المعلنة وغير الرسمية بين الدول:

فوسائل الإعلام الجماهيرية، فرضتها الظروف الدولية وطبيعة النظام العالمي الجديد، فوسائل الإعلام الجماهيرية يمكن أن تلعب دور الدبلوماسية غير الرسمية والمعلنة بين الدول، وبالذات في أوقات الأزمات، حين يشارك مندوبو أو مراسلو الصحف ووكالات الأنباء في المؤتمرات الصحفية مع الزعماء والقادة والسياسيين المعنيين بالقضية لكي يطرح هؤلاء الزعماء وجهة نظرهم في المواقف أو الأزمة ، فيتلقاها الطرف الآخر ويرد عليها في مؤتمر صحفي.

6- التنشئة الاجتماعية والثقافية والسياسية:

على رأس تلك الأهداف، المساعدة في تنشئة أفراد المجتمع في كافة النواحي وخاصة الأطفال والشباب منهم، والتنشئة الاجتماعية تساعد على الترابط، ويرتبط بهذا الهدف التربوية والتعليمية والتنشئة المتعددة.

ويرى بروفيسر علي شمو أن احتياجات السوق الدولية لمجتمع المعلومات والمعرفة الذي يعتمد في كل حركاته وفعاليته على تقنية الاتصال والمعلومات يتطلب وجود إنسان يستطيع أن يستخدم هذه التقنية الاتصالية وفعاليتها، بكفاءة. لذلك فإن شروط توفر المهارات الاتصالية أصبح ضرورياً ولكل واحدة من هذه المهارات التي تمكن علماء الاتصال والمعلومات والمعرفة من رصدها واستقرائها وهي تصب في النهاية في الأسلوب الذي يتعامل به إنسان هذا العصر من تقنية المعلومات والاتصال وهي كما يلي: (شمو، 2006م، ص208-210)

1/ المعرفة الوظيفية:

التي تقضي توافر القدرة على حل شفرات المعاني وعلى التعبير عن الأفكار بطرق متعددة وفي وسائل مختلفة تشمل جميع الأشكال المرئية والمسموعة والفيديو والصور الثابتة، بالإضافة للمعرفة المهنية.

2/ المعرفة العلمية:

فتشمل القدرة على التفريق بين الجانب النظري والجانب التطبيقي في العلوم.

3/ المعرفة التقنية:

تشمل المهارة التكنولوجية أو المعرفة التكنولوجية تشمل المعرفة والمقدرة على الحصول على المعلومات وتقويمها واستخدامها بطريقة مثلى ومناسبة بما في ذلك استخدامها من خلال تقنية الاتصال وتقنية المعلومات.

4/ المعرفة الثقافية:

فركز على تقديم واستيعاب التنوع الثقافي وتسخيره لخلق مجتمع يمتاز بالسعة الثقافية والثراء الحضاري والفكري، الأمر الذي يجعله في مقدرة المجتمعات الأخرى.

5/ الوعي الكوني:

فإن الوعي العالمي يعني أن يكون لدى الإنسان المعرفة والتفهم وحسن الإدراك للكيفية التي أدت إلى أن تصبح الأمم والشعوب والمؤسسات والمجتمعات في كل أنحاء العالم متصلة ببعضها البعض وبالتالي ينشأ الاعتماد المتبادل.

6/ الاتصال الفعال:

فلا بد أن يتصف المتعامل مع تقنية المعلومات والاتصال بالقدرة على التعامل مع الآخرين ضمن فريق واحد. وأن يكون قادراً على التفاعل مع أعضاء ذلك الفريق بسهولة ويسر وأن يعمل معهم بفاعلية وجدية، ولا بد أن يتمتع الاتصال التفاعلي بالمقدرة والطاقة والتي تمكنه من نقل وإرسال وتوفير فرصة النفاذ (Access) لمواقع المعلومات لمن يريد الحصول عليها مع التمتع بالقدرة على فهم المحتوى المعلوماتي الذي هو موجود أصلاً في النظام.

7/ وأخيراً فإن مهارة الإنتاجية العالية تتركز في القدرة على وضع الأولويات والخطط وحسن الإدارة للبرامج والمشاريع بالطريقة التي تقود في النهاية إلى الحصول على النتيجة المرغوبة. فالمطلوب الآن هو الإحاطة بهذا النوع من المهارات وتعلمها حتى يكون إنسان هذا العصر قادراً على المنافسة في السوق العالمية.

وتخلص الباحثة مما سبق إلى أن هذا المبحث تناول مفهوم الاتصال التفاعلي وتعريفه من قبل الكُتاب والباحثين كما تناول أيضاً مفهوم التفاعلية بكل أنواعها لذلك نجد أن جملة التعريفات التي تطرق لها الكُتاب نحو تعريف الاتصال التفاعلي يعني تغير فكرة ونقلها وتأثير المتلقي بهذه الأفكار وترى الباحثة أن الاتصال التفاعلي بالانترنت يعني انتقال الأفكار والآراء من شبكة الانترنت التي تضم كم هائل من المعلومات الإيجابية والسلبية وتأثيرها وتغييرها لمفهوم الطالب الجامعي وتفاعله مع العالم الرقمي وترى أن مفهوم الاتصال التفاعلي في الشبكات الاجتماعية هو انعكاس التعامل الإلكتروني على حياة الطلاب وبالتالي تغيير الاتجاهات والأفكار والآراء. كما تناول أيضاً أهداف الاتصال التفاعلي المتمثلة في الأهداف التوجيهية والتعليمية والثقافية والاجتماعية ..الخ وترى الباحثة أن الاتصال التفاعلي بالانترنت تكمن فيه أهداف عديدة خاصة أن عملية الاتصال تتضمن بعض الرموز والإشارات التي تعني ثقافات مختلفة وغزو فكري ينتقل بكل أريحية لأفكار المتلقين وذلك لما تتضمنه الأهداف من ميزة الصور مثل رموز تعني علامة الضحك، أو الدين أو الإسلام وأهداف القصد منها التعلم وشبكة الانترنت تحقق عنها كافة أهداف الاتصال التفاعلي وبالتالي يحدث التغير الذي توحى إليه الأهداف. كما ترى الباحثة أن التفاعلية في هذا العصر أصبحت اتصال مزدوج في عالم افتراضي ويمكن القول أن الشبكات تشكل كافة الوسائل الإعلامية حيث يمكن أن تشاهد التلفاز عبر هذه الشبكات الاجتماعية والتفاعل معه واستماع الراديو والتفاعل معه وقراءة الصحف والتفاعل معها، لذلك أصبحت المواقع الاجتماعية أكثر فاعلية من وسائل الإعلام التقليدية وتعتبر شريحة الطلاب هي أكثر فئات المجتمع استخداماً للإعلام الإلكتروني والتفاعل معه ومع توضيح هذه المفاهيم انتهى المبحث الأول.

المبحث الثاني

أنواع الاتصال التفاعلي

هنالك تصنيفين مختلفين لأنواع الاتصال، الأول: يقوم على أساس اللغة المستخدمة من حيث الاتصال اللفظي وغير اللفظي، الثاني يعتمد على مستوى الاتصال من حيث هو ذاتي، شخصي، جمعي، ووسطي وجماهيري. (مكاوي، السيد، 2006م، ص26).

أولاً : نوع الاتصال من حيث اللغة المستخدمة:

يرى المهتمون بالاتصال الإنساني إن كلمه لغة لا ينبغي أن تقتصر على اللغة اللفظية وحدها، ولذلك فهم يعتبرون كل فهم منظم ثابت يعبر به الإنسان عن فكره تجور بخاطره أو إحساس يجيش بصدرة، إنما هي لغة قائمه بذاتها. وعلى ذلك فان التعبير بالصور والموسيقى والحركة واللون يصبح لغة إذا حقق للإنسان هدف في نقل أحاسيسه وأفكاره إلى الغير، وترى (سوزان لانجر) ضرورة توافر خاصيتين أساسيتين في اللغة هما :

1. تتكون اللغة من مجموعة من المفردات تحكم تركيبها وترتيبها قواعد خاصة تمنح هذه

المفردات معاني خاصة.

2. أن يكون لبعض هذه المفردات نفس المعنى الذي تعبر عنه مجموعه من المفردات

الأخرى ، يستطيع الإنسان ان يعبر عن معظم المعاني بطرق مختلفة، ويلاحظ أن فكره

إنشاء القواميس والمعاجم تعتمد على هذه الخاصية.

يمكن تقسيم الاتصال :

1/ طبقاً للطريقة المستخدمة في الاتصال أو اللغة:

أ. الاتصال غير اللفظي

ب. الاتصال اللفظي.

2 طبقاً لعدد المشاركين في العملية الاتصالية:

أ. الاتصال الذاتي

ب. الاتصال الشخصي

ج. الاتصال الجمعي

د. الاتصال الجماهيري (إسماعيل، 2003م، ص66).

يمكن تقسيم الاتصال حسب اللغة المستخدمة إلى مجموعتين هما: (فهيم، 2010م، ص89)

الاتصال اللفظي:

يدخل ضمن هذا التقسيم كل أنواع الاتصال التي يستخدم فيها اللفظ كوسيلة لنقل رسالة من المصدر إلى المتلقي، ويكون هذا اللفظ منطوقاً فيدركه المستقبل في حاسة السمع. وقد تكون اللغة اللفظية مكتوبة ومن الأمثلة على استخدام اللغة استخدامها في المحاضرات والندوات والمناقشات والمقابلات الاجتماعية وغيرها ومن أمثلة الوسائل التي تستخدم فيها اللغة اللفظية المكتوبة، الكتب والمجلات والصحف.

الاتصال غير اللفظي:

وتشمل هذه المجموعة كل أنواع الاتصال التي تعتمد على اللغة غير لفظية فتتمثل هذه اللغة في الإشارات والحركات التي يستخدمها الإنسان لنقل فكرة أو معنى معين إلى إنسان آخر حتى يصير مشترك معه في الخبرة.

ويقسم بعض العلماء اللغة غير اللفظية التي يستخدمها الإنسان في التعبير عما يجول في ذهنه من معاني إلى ثلاثة لغات هي:

1. لغة الإشارة: وهي تتكون من الإشارات المختلفة التي يستخدمها الإنسان في التفاهم مع

غيره ابتداء من الإشارات البسيطة الأحادية إلى الإشارات المعقدة كإشارات التفاهم مع

الصم.

2. لغة الحركة أو الأفعال: وهي تضمن جميع الحركات التي يأتيها الإنسان لينقل إلى الغير ما يريد من معاني أو أحاسيس ومن أمثلة ذلك ما يؤديه الممثل من حركات على المسرح دون أن يصاحبها ألفاظ، رغم ذلك تستطيع أن تفهم ما يعنيه فإذا كان بيده شبكة ويقوم بأداء حركات بها يمكن أن يفهم أنه يقوم بدور صيد الأسماك مثلاً.

3. لغة الأشياء : ويقصد بها ما يستخدمه مصدر الاتصال غير الإشارة و الأدوات والحركة، للتعبير عن معاني أو أحاسيس يريد نقلها إلى المستقبل فارتداء اللون الأسود في كثير من المجتمعات يقصد به إشعار الآخرين بالحزن الذي يعيش فيه من يرتدي الملابس السوداء.

مما سبق نوضح أن اللغة اللفظية أو المكتوبة كأداء من أدوات الاتصال ليس سوى طريقة واحدة من طرق متعددة لنقل الأفكار والاتصال بين الأفراد والجماعات والاتصال ليس كما يعتقد البعض مسألة كلمات فحسب فقد تمثل صرخة الطفل الرضيع رسالة لأمه يعتبر بها لما يحس به من ألم الجوع أو البلل وتعتبر اللغة اللفظية ضرورية لكل مجتمع إنساني وترجع أهميتها إلى: (المرجع نفسه، ص 91-92)

أ. اللغة اللفظية هي التي تصنع الفكرة وهي أساس الاتصال والتفكير والتخطيط والبحث

وبدونها يصعب علينا أن نتصور الثقافة الإنسانية على الصورة التي نجدها اليوم.

ب. لقد أمكن بواسطة اللغة تسجيل الجزء الأعظم في التراث الإنساني ونقله للحاضر

وبواسطتها يمكن المحافظة عليه ونقله للأجيال المقبلة مع تميمته وتطوره.

ج. يعتبر استخدام الألفاظ وسيلة اقتصادية للتعبير عن الأفكار والاتصال وذلك عن

طريق الكلام والكتابة، إذ من الممكن أن تحتوي جملة قصيرة على عدد كبير من

المعاني، ويتوقف اعتبار اللغة اللفظية على مدى ما يوجد بها من معرفة ومعلومات

وخبرات مشتركة سابقة وموحدة بين المصدر والمستقبل، كما يؤدي إلى حفظ الفرد لكلمات لا يدرك معناها.

هنالك عناصر ضرورية يلزم توافرها حتى تصل اللغة المحددة ويوضح الهدف منها ومن أبرز هذه العناصر: (فهمي، المرجع السابق ، ص104)

1. التدقيق في صياغة الكلمات والألفاظ والرموز والإشارات والصور بحيث تكون في قالب ملائم يصلح لعملية الإرسال من ناحية وتكون محددة وواضحة فلا تحمل مدلولات مختلفة أو متناقضة.

2. أن يختار المرسل الوسيلة الأكثر ملائمة لنقل رسالته فمثلاً، الصفحات المطبوعة تختلف عن شاشات السينما والتلفزيون أو الإذاعة المسموعة ويختلف شكل الصياغة والقالب الذي تتخذه الرسالة باختلاف الوسيلة وعلى المرسل أن يختار الوسيلة الأنوية على نقل الرسالة بما يحقق الهدف كاملاً.

3. يجب أن تصل الرسالة كما هي إلى المستقبل لكي يضعها ويدرك مضمونها بحيث لا يتعرض للتحريف أو التشويه لذا يلزم اختيار اللغة المناسبة بمعنى وهدف الرسالة.

هذا وتعاني بعض المجتمعات من اختلافات أساسية في اللغات السائدة فيها فالكثير من الدول الأفريقية والآسيوية تضم جماعات أو قبائل تتحدث كل منها لغة خاصة بها وتبقى اللغة بعد ذلك كله ومع رسائل، النشر المتقدمة في حضارتنا المعاصرة هي أقوى وأهم وسيلة اتصال وهي من الأهمية والأثر بحيث يستحيل حصر الدور الذي لعبته في تقدم البشرية.

ويذهب (ران دال هاري سون) Randall Harrison إلى أن الاتصال الغير اللفظي يمتد ليشمل تعبيرات الوجه والإيماءات والأزياء والرموز والرقص والبروتوكولات الدبلوماسية .

ويقسم هاري سون أنواع الإشارات الغير لفظية إلى أربعة هي: (مكاوي، السيد، 2006م، ص27-29).

1. رموز الأداء: وتشمل حركات الجسد مثل تعبيرات الوجه، وحركات العيون والإيماءات وكذلك ما أطلق عليه (شبه اللغة) مثل نوعيه الصوت، والضحك والكحة.

2. رموز اصطناعية: مثل نوع الملابس وأدوات التجميل والأثاث والمعمار والرموز المعبرة عن مكانه الإنسان.

3. رموز إعلامية: نتيجة الاختيارات والترتيب والابتكارات من خلال استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية مثل : حجم البنط ونوع الصورة والألوان والظلال ونوع اللقطة التليفزيونية بعيده أو متوسطة أو قريبة.

4. رموز ظرفية: وتتبع من استخدامنا للوقت والمكان، ومن خلال ترتيب المتصلين والأشياء حولهم مثل : ترتيب جلوس الزوار حسب أهميتهم الاجتماعية، أو تجاهل شخص نعرفه بطريقه متعمده.

يعرض مارك ناب Mark Knapp المهام التي يؤديها الاتصال غير اللفظي في علاقته بالاتصال اللفظي على النحو التالي: (مكاوي، السيد، مرجع سابق ، ص28)

1. التكرار أو الإعادة: حيث يقوم الاتصال غير اللفظي بإعادة ما قلناه لفظياً ، ومثال ذلك

حين نذكر لشخص عن وجود شيء ما بالقول " هنا" ، ثم نشير إلى مكان هذا الشيء .

2. التناقض: يمكن للسلوك غير اللفظي أن يناقض السلوك اللفظي، مثل المدير الذي

يطلب من موظف أن يحضر أوراقاً معينة أمام أحد العملاء، ثم يعطي الموظف إشارة

ما بعدم إحضار هذه الأوراق، ويعود الموظف ليخبر المدير أنه لم يجد تلك الأوراق، في

هذه الحالة تلقى الموظف رسالتين إحداهما لفظية، والثانية غير لفظية.

3. البديل: يمكن للاتصال غير اللفظي أن يكون بديلاً للاتصال اللفظي، فتعبيرات الوجه أحياناً تغني عن الاتصال اللفظي.
4. مكمل أو معدل: يمكن للاتصال غير اللفظي أن يكون مكملًا للاتصال اللفظي، مثل الابتسامة بعد أن نطلب شيئاً من شخص أو التجهم.
5. التأكيد: مثل أن يقوم الشخص بالتركيز صوتياً على كلمات معينة للتأكيد على الرسائل اللفظية، وقد يصاحب ذلك تعبيرات الوجه الدالة على التأكيد.
6. التنظيم: يمكن للاتصال غير اللفظي أن ينظم الاتصال بين المشاركين مثل حركة الرأس أو العينين أو تغيير المكان، أو إعطاء إشارة لشخص ليكمل الحديث أو يتوقف عنه، وكلها وظائف تنظيمية يقوم بها الاتصال غير اللفظي.

أنواع الاتصال:

يمكن أن نقسم الاتصال من حيث حجم المشاركين إلى ستة أنواع هي: الاتصال الذاتي والشخصي والجمعي والجماهيري. (مكاوي، السيد، مرجع سابق ، ص29-100)

أولاً: الاتصال الذاتي **personal communication**:

الاتصال الذاتي هو ما يحدث داخل الفرد، حيث يتحدث الفرد مع نفسه، وهو اتصال يحدث داخل عقل الفرد ويتضمن أفكاره، وتجاريه ومدركاته ويتضمن الاتصال الذاتي الأنماط التي يطورها الفرد في عملية الإدراك، أي أسلوب الفرد في إعطاء معنى وتقييم للأفكار والأحداث والتجارب المحيطة به، ويعتبر فهم العملية التي تحدث بين الفرد وذاته أساس فهم عملية الاتصال ذلك أن، رد الفعل تجاه أي رسالة يستقبلها الفرد في أي شكل من أشكال الاتصال الأخرى يتوقف على نتائج هذه العملية التي تحدث ذاتياً في جميع المواقف وتتأثر بالمخزن الإدراكي لدى الفرد عن الأشخاص والرموز التي يتعرض لها الفرد في عملية الانفعالية. (المرجع نفسه ، ص29-30)

فأنظر كيف سجل القرآن الكريم تفاعل يعقوب عليه السلام مع رائحة قميص ابنه يوسف الذي
نسبة له في كلنا دبا المفقودين مما أفقده بصره حزناً عليه (اذْهَبْ وَأُبْقِمِ صِدِّي هَذَا فَأَلْقُوهُ عَلَى
أُتُونِي بِأَهْلِكُمْ أَجْمَعِينَ * وَلَمَّا فَصَدَّتِ الْعَيْرُوهُ قَمَالَ إِنْذَابِي لِأَجْدُ رِيحِ
رَنِ ي* وَقَدَّالُوقَ تَاللَّوْ لِإِلْتِكْ تَلْفِي ضَلَالِكَ الْقَدِيمِ * فَلَمَّا أَنْ جَاءَ الْبَشِيرُ أَلْفَقَ عَلَى
أَقَالَ أَلَمَ أَقُلْ لَكُمْ إِنْذِي أَعْلَمُ مِنْ اللَّهِ مَتَعَالَامُونَ) [سورة يوسف: الآيات 93-

[96

فهذا تفاعل يعقوب عليه السلام مع حاستي الشم واللمس فعن طريق الشم عرف أن يوسف ما
زال على قيد الحياة وعن طريق اللمس ارتد إليه بصره.

ثانياً: الاتصال المواجهي **Face to face communication**: (الطرابيشي وآخر،
2006م، ص20)

وهو الشكل الذي يتم بين الأفراد مواجهة سواء كان بين فردين أو بين فرد وآخرين وينقسم هذا
الشكل إلى:

أ. الاتصال الشخصي **Interpersonal communication**:

ب. الاتصال بالجماعات الصغيرة **Micro Group Communication**.

أ/ الاتصال الشخصي: (حسين، 1996م، ص105-106)

يعتبر الاتصال الشخصي من أقوى أشكال الاتصال في الدول النامية بصفة عامة وفي
المناطق التي تزداد فيها درجة الأمية وانخفاض المستوى الثقافي بصفة خاصة. ويعتبر
الاتصال الشخصي من أهم أشكال الاتصال التقليدية في المناطق الريفية ومعظم المناطق غير
الحضرية بصفة عامة وتتمثل أبرز أشكال الاتصال والتأثير الشخصي في القرى والمناطق غير
الحضرية في الأكال التالية:

- تأثير علماء الدين على نسبة عالية من المواطنين ودرجة الاحترام العالية التي تلقاها أفكارهم وآرائهم وتفسيراتهم بين الأفراد.
- تأثير الأفراد المتحصلين على درجة عالية نسبياً بالقياس إلى أفراد المجتمع المحلي في التعليم والثقافة ووجود درجة عالية من التقدير لآرائهم وأفكارهم فضلاً عن الالتفاف حولهم أثناء عملية قراءة الصحف على مسامح مجموعة كبيرة من غير المتعلمين والإنصات التام والاقتران الكامل بكل ما يبدو منه من تعليقات وتفسيرات بخصوص المادة المنشورة.
- تأثير ذوى النفوذ وكبار السن من القيادات الطبيعية في المجتمع المحلي .
- تأثير بعض الفئات المهنية في المجتمع على الرغم من انخفاض مستواها المعرفي والثقافي.

ب/ الاتصال بالجماعات الصغيرة: (الطرابيشي وآخر، مرجع سابق، ص 21)

ويتم بين فرد وآخرين أو مجموعة من الأفراد مثل الفصل الدراسي، حلقات البحث والنقاش، الاجتماعات والندوات، وتتاح فيه فرصة المشاركة للجميع في الموقف الاتصالي ويتميز الاتصال المواجهي بـ:

1. قلة عدد الأفراد المشاركين في العلاقة الاتصالية ومن ثم ضمان سريان المعلومات في اتجاهين.
2. زيادة فرص تأثير المرسل أكبر لأنه تزداد ثقة الأفراد في الذين يعرفونهم ويقابلونهم وجهاً لوجه.
3. يتميز الاتصال بالتفاعل وتبادل الأدوار مما يعكس خاصية الاتصال الدائري وبالتالي الكشف عن رجع الصدى والتعرف على الاستجابة بشكل فوري.
4. توافر عنصر المرونة والتلقائية في الموقف الاتصالي، حيث يمكن تعديل الرموز والرسائل بما يتفق والاستجابات التي تحدث أثناء التفاعل الاتصالي.

5. توافر مراقبة مباشرة ومتبادلة بين المرسل والمستقبل نتيجة لتوافر عنصر المواجهة واختفاء الوسيط التكنولوجي ومحدودة العلاقة.

6. للرقابة الشخصية دور في هذا النوع من الاتصال لا تقل عن محتواه ومضمونه حيث تلعب العلاقات الشخصية دور في قبول الفرد لرسالة معينة.

7. يستطيع المرسل تحقيق هدفه إذا كانت له مكانة عند المستقبل.

ثالثاً: الاتصال الرسمي: (عدلي، عبيد، 1997م، ص40).

عرف معجم مصطلحات الإعلام، بأنه الاتصال الذي يتم بين المستويات الإدارية المختلفة في هيئة أو مؤسسة بطرق رسمية متفق عليها في نظمها وتقاليدها.

رابعاً: الاتصال غير الرسمي:

هو الاتصال الذي يتم التفاعل فيه بطريقة غير رسمية بين العاملين بتبادل المعلومات والأفكار أو وجهات النظر في الموضوعات التي تتصل بعملهم أو تبادل المعلومات من خارج منافذ الاتصال الرسمية.

كما أضاف لازويل: الاتصالات السرية: (زويل، 2010، ص22)

تسد حاجة الموظف أو العامل من المعلومات ذات الأهمية العامة والتي تمس حياة العاملين الخاصة.

وهذه المعلومات قد تكون حقائق أو أنصاف حقائق أو أكاذيب أو إشاعات أو آراء وعادة ما يزيد اعتماد العاملين على الاتصالات السرية، إذا كانت شبكة الاتصالات الرسمية تشبع حاجاتهم إلى المعلومات الصحيحة.

ويمكن استغلال شبكة الاتصالات السرية بتزويدها بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة وبأقل درجة من الإشاعات وبذلك تساعد في إشاعة روح التفاهم والتعاون بين العاملين والتقارب بينهم وترفع روحهم المعنوية وتزيد من شعورهم بالانتماء للمنشأة.

أوجه الاختلاف ما بين سبل الاتصالات الرسمية وغير الرسمية: (ميدوز، ب ت، ص129)

الرسمية	غير الرسمية
عامة عدد كبير من الرواد المحتملين	خاصة عدد محدود من الرواد
يتم اختزان المعلومات في شكل دائم لتسترد فيما بعد	المعلومات غير قابلة للاختزان
معلومات قديمة نسبياً	المعلومات حديثة
مستفيد هو الذي يختارها أساساً	مصدر المعلومات هو الذي يتحكم في مسارها
تنطوي المعلومات على قدر معقول من التكرار	تيناياً ما تنطوي المعلومات على قدر كبير من التكرار
أدراً ما يتلقى المصدر تغذية مرتدة	ن الممكن أن يتلقى المصدر قدراً هائلاً من التغذية المرتدة

عادة ما يخطي الاتصال بشكل أو بآخر بنصيب لا يستهان به من حياة الباحث فالمعلومات التي يتم الحصول عليها أو تداولها أما أن تتكون من بيانات أو حقائق متفرقة (كدرجة غليان مركب معين) مثلاً أو معلومات تعميمية (تحليل ظاهرة معينة أمكن ملاحظتها) ويختلف الحاجة إلى المعلومات في مجال علمي آخر. (المرجع نفسه، ص126)

الوسائل المساعدة للاتصال الرسمي: (المرجع نفسه، ص150)

1. الإطلاع على المجلات بانتظام.

2. حضور المؤتمرات والندوات العلمية.

3. الاتصالات الشخصية بالزملاء

المصادر غير الرسمية للمعلومات: (المرجع نفسه، ص167)

لا زال التراسل الشخصي - أقدم أشكال الاتصال العلمي المكتوب - يستعمل بقوة على الرغم من ما حدث من تطور في مجال تداول المعلومات، فقد تبين في دراسة من المتخصصين في

الفلك وعلوم الفضاء في بريطانيا، أن أقل من 20% من المتخصصين يحصلون على مناسبة لأبحاثهم عن طريق المراسلة وعلى الرغم من أن مراسلات كبار الباحثين تغطي شتى أنحاء العالم، فإن معظم ما يرد عن طريق التراسل من معلومات علمية في البحث العلمي على الأقل يرد من داخل الدولة نفسها وليس من خارجها.

أنواع الاتصال من حيث اتجاهه: (عدلي ، عبید، 1997م، ص40-41)

يقسم العلماء أنواع الاتصال من حيث اتجاهه إلى ثلاثة أنواع:

أ - الاتصال الهابط:

المقصود به الاتصال من الأعلى إلى الأسفل ويتم بين الإدارة العليا و أعضاء الإدارة الوسطى وبين هؤلاء ورجال الإدارة المباشرة أو المشرفين وبين الآخرين والعاملين في مستوى التنفيذ ويأخذ شكل التعليمات والأوامر و التوجيهات والقرارات بغرض تنظيم وتوجيه الأعمال بمشروع.

ب - الاتصال الصاعد:

تبدأ فيه عملية التفاعل من المرءوسين لتتجه إلى المستويات الإدارية العليا كأن يقدم المرءوسون اقتراحات وبيانات أو شكاوى لرئيسهم مما يشير إلى انه عكس نوع الاتصال السابق.

ج - الإتصال الصاعد الهابط:

وهو الذي يسير فيه التفاعل في اتجاهين وفيه لا يضع الرؤساء خطة أو يتخذونا قرارا أو يحددون برنامجا لمن يشرفون عليهم قبل أن يعرفوا رأيهم ويجمعوا البيانات اللازمة منهم ثم مناقشتهم فيما يهم العمل.

د - الاتصال Group Communication (الطرابيشي وآخر، مرجع سابق، ص22)

وهو الاتصال الذي يتم بين شخص وجماعة محددة من الأفراد، ويجمعهم مكان واحد. أو تربطهم علاقة واحدة، كما هو الحال في الالتقاء مع طلبة المدرسة أو أثناء محاضرة أو ندوة أو لقاء المرشحين مع مواطنين الدوائر الانتخابية وفي هذا النوع من الاتصال تحقق المواجهة بين

الطرفين المرسل والمتلقي بدون وسيط وتتسحب على هذا النوع خصائص الاتصال المواجهي، لكنه لا يشترط معرفة القائم بالاتصال في أفراد هذه الجماعات.

خامساً: الاتصال الثقافي (الاتصال بين الثقافات): Intercultural communication (أبو عرقوب، 2010م، ص 140-143)

هو الاتصال الذي يتم بين أبناء الثقافات المختلفة، والثقافة هي مجموعة من القواعد المشتركة التي ترشد فكرنا وسلوكنا واتجاهاتنا وتساعدنا على تقييم سلوك واتجاهات الآخرين.

فالثقافة هي الإنتاج الإنساني الفكري والمادي وهي طريقة الحياة المشتركة بين مجموعة من الناس فحياتنا ولغتنا وطعامنا وتفكيرنا وسلوكنا وعلاقاتنا بالآخرين تتأثر بالثقافة وتتغير الثقافة بتغير الأزمان والأماكن والناس. أما الاتصال بين الثقافات ف هو الاتصال الذي يتم بين

أعضاء ثقافات مختلفة ويهدف هذا النوع من الاتصال إلى إحلال التفاهم والتخلص من الصراع أو سلوفا لثقافتها لهم بختلفة بناقال تعالى: (يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ

قَوَدَ أَتَيْلِي وَلَتَجَعَلَ عَارِزًا رِزْقًا وَإِنَّ آكُرَ مَا كُرَ مَا عِنْدَ اللَّهِ أَتَقَاكُمُ). [سورة الحجرات الآية 13]

ويجب على القائم بالاتصال الثقافي مراعاة ما يلي:

1. يجب أن يحترم ثقافة الجمهور المستهدف بنفس الاحترام الذي يمكنه لثقافته.
2. يجب ألا يحكم على قيم واعتقادات وعادات الثقافة الأخرى من خلال قيمه.
3. يجب أن يتنبه دائما إلى حاجته لفهم الأسس الثقافية لقيم الثقافة الأخرى.
4. يجب ألا يفترض سمو دينه فوق دين الشخص الآخر (أما نحن كمسلمين فيجب علينا أن نبلغ دعوة الحق إلى العالم اجمع بالحكمة والموعظة الحسنة).
5. يجب ان يحاول فهم عادات الأكل للناس الآخرين التي تطورت بناء على حاجاتهم وثروتهم ودخولهم.

سادساً : الاتصال الجماهيري :

هو عملية الاتصال باستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية وله القدرة على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات، والأفراد غير معرفين للقائم بالاتصال، تصلهم الرسالة في نفس اللحظة وبسرعة مدهشة، مع مقدرة على خلق رأي عام وعلى تنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلاً، والمقدرة على نقل المعارف والمعلومات، فالالاتصال الجماهيري اتصال منظم ومدروس يقوم على إرسال رسائل علنية عامة صادرة عن مؤسسة للاتصال الجماهيري مؤسسة إذاعية أو صحفية أو وكالة سمعية بصرية إلى جمهور عريض من الناس بقصد التأثير على معلوماتهم واتجاهاتهم وسلوكهم. (الهاشمي، 2012، ص63)

خصائص الاتصال الجماهيري : (أبو عرقوب، مرجع سابق، ص129-133)

1 يحتاج الاتصال الجماهيري إلى مؤسسة إعلامية معقدة لإعداد وإنتاج الرسالة الاتصالية المنظمة والمدروسة والمؤثرة، هذا يتطلب عدداً كبيراً من الأشخاص ذوي المهارات المختلفة الذين يعملون كفريق واحد لإتمام العمل.

2. يسير الاتصال الجماهيري في اتجاه واحد حيث يقوم مرسل واحد بإرسال رسالة اتصالية علنية إلى جمهور عريض من المستقبلين قد يكونون بالملايين ومن هنا نرى أن الاتصال الذي يسير في اتجاه واحد سريع وغير معقد ومن السهل القيام به ويعطي المرسل سيطرة المستقبلين، لكن عيوبه أنه لا يسمح للمرسل بمعرفة ما إذا فهمت رسالته بشكل دقيق أو لم تفهم.

3. المشتركون في الاتصال الجماهيري لا يعرفون بعضهم لأن الرسالة الاتصالية عامة للجميع فهم يشاهدون نفس الرسالة الاتصالية في آن واحد ولكنهم يعيشون في أماكن مختلفة متباعدة، وهناك اتصال بين المرسل والمستقبل في المكان.

4. جمهور الاتصال الجماهيري غير متجانس فهو متنوع الفئات ومختلف الثقافات والميول والاتجاهات والظروف الحياتية، ففي الاتصال الجماهيري يتم مراعاة هذه الاختلافات أو الفروقات عند إعداد الرسائل الاتصالية.
5. تتسم الرسائل الاتصالية الجماهيرية بالفورية، أي نقل الأخبار والأحداث فور وقوعها كما يتم توزيع الرسائل بسرعة هائلة. فالأقمار الاصطناعية جعلت العالم قرية كونية، وبذلك انطوت المسافات مما مكن الأمم من تبادل المعلومات والثقافات.
6. الرسالة الاتصالية عرضة للرقابة من قبل حارس البوابة وهو الشخص أو مجموعة الأشخاص الذين يتكلمون في انتقال الأخبار عبر وسيلة اتصال جماهيرية كالمحرر والمخرج التلفزيوني مثلاً.
7. تكون الاستجابة أو التغذية الراجعة في الاتصال الجماهيري ضعيفة وحيث تأتي بعد استقبال الرسالة بيوم أو يومين، فعندما نقرأ مقال في صحيفة ما ونريد توجيه نقد لها نقوم بإرسال رسالة إلى المحرر بعد يوم أو يومين من نشرها. (أبو عرقوب، مرجع سابق، ص129-133)

خلُص هذا المبحث إلى أن أنواع الاتصال التفاعلي التي أدلى بها الكتاب والباحثين وترى الباحثة أن الاتصال التفاعلي بالانترنت يضم كافة أنواع الاتصال شخصي وذاتي وجمعي وجماهيري...الخ فشبكة الانترنت بيئة جاذبة لكل أنواع الاتصال وذلك لما تتميز به من صور وإشارات ورموز وتعبيرات تعني لغات مختلفة يمكن عبرها تتم عملية الاتصال اللفظي عن طريق الصوت والصورة والإشارة كذلك الاتصال الغير لفظي حسب اللغة المستخدمة كذلك يمكن أن تتم عملية الاتصال بشخص أو بمجموعة وهذا ما يسهل سرعة التفاعل ورجع الصدى من قبل المتلقي أو المستقبل وبالتالي يحدث التغيير.

المبحث الثالث

خصائص وعناصر الاتصال التفاعلي

خصائص الاتصال التفاعلي: (حسين، 1996م، ص 60-62)

1. يأخذ الاتصال عدة أشكال مختلفة، وتختلف هذه الأشكال فيما بينها من حيث طبيعتها ومتطلباتها.
2. تتكون شبكة الاتصال في أبسط صورها من ثلاث عناصر هي المرسل والرسالة والمستقبل، وقد يكون المرسل أو المستقبل فرداً أو جماعة كما قد يكون المستقبل مجموعة من الجماهير وفي حالة الاتصال الجماهيري يضاف عنصر رابع هو الوسيلة أو مجموعة الوسائل الاتصالية التي تنقل الرسالة إلى جماهير المستقبلين.
3. يتخذ الاتصال اتجاهات يتأثر بشكل الاتصال، وهو إما اتجاه واحد كما في معظم حالات الاتصال الجماهيري أو اتجاهين كما في معظم حالات الاتصال الشخصي والجمعي، ولو أن الاتصال ذو اتجاهين هو النمط الأمثل في عمليات الاتصال بأشكالها المختلفة.

يتركز النموذج الاتصالي في أبسط صورته في ثلاثة خطوات أساسية هي:

1. الترميز وهي العملية التي يقوم بها المرسل وتشمل وضع الفكرة في شكل رسالة أي صياغة الكلمات والصور والرموز .
2. بث الرسالة : وهي العملية التي يقوم بها المرسل وتعني إرسال الرسالة الاتصالية إلى المستقبل سواء بطريقة شخصية أم باستخدام وسائل اتصالية .
3. استقبال الرسالة: وهي العملية التي تتم في عقل المستقبل أو جمهور المستقبلين وتتمثل في تلقي الرسالة وتفسيرها وفهمها ويختلف الاتصال الجماهيري عن غيره من أشكال الاتصال الأخرى ويتميز بمجموعة من الخصائص أهمها: (المرجع نفسه، ص 62-63)

- يعتمد الاتصال الجماهيري في خطوة بث الرسائل الاتصالية على وسائل الاتصال بالجماهير نظراً لانعدام الصلة المباشرة بين المرسل وجمهور المستقبلين كما في حالة الاتصال الشخصي.
- تم معظم عمليات الاتصال الجماهيري من طرف واحد حيث يفنقر إلي رجع الصدى الفوري أو المباشر الذي تتم به عمليات الاتصال الشخصي، ويعتمد القائمون بالاتصال الجماهيري على قياس ردود الفعل والتأثيرات المرتدة لدي الجماهير عن طريق الاستقصاءات والدراسات الميدانية.
- يتأثر الاتصال الجماهيري بالعنصر الاختياري الذي يتمثل في وجود عدد كبير ومتنوع من الوسائل والمواد الإعلامية المتاحة للجمهور والتي لا يمكنه أن يتشبع بها في وقت واحد.
- يؤثر نزوع الجماهير وقابليتها بشدة في عمليات الاتصال الجماهيري، حيث تميل الجماعات السياسية مثلاً إلي الاهتمام بالأخبار والمواد الإعلامية الخاصة بها، فضلاً عن أن الجماعة تستجيب عادة للمواد الإعلامية التي تتمشي مع اتجاهاتها ومعتقداتها وميولها.
- لا تقوم عمليات الاتصال الجماهيري على جهد فردي أو جهد مجموعة صغيرة، وإنما تقوم على جهد مؤسسات متكاملة كوسائل الإعلام، والشركات والمؤسسات وغيرها.
- يتأثر الاتصال الجماهيري بعدة عوامل كالميول والعادات وعضوية الجماعات المختلفة، والعمليات الاختيارية، وهي ما يمكن أن تساعد الاتصال على تدعيم المعتقدات والاتجاهات السائدة وأن تجعله تحت ظروف معينة وسيلة أساسية للتغيير الاجتماعي أو الثقافي أو الاقتصادي.

عناصر الاتصال التفاعلي: (المسلمي، 2005، ص31)

ربما تكون أكثر الطرق شيوعاً في النظر لعملية الاتصال بصورة منتظمة تتمثل في الرجوع إلى النموذج الشهير (لهاولد لازويل) والذي يحوي التساؤلات من يقول؟ ماذا يقول؟ بأي وسيلة؟ لمن؟ بأي تأثير؟ ولذلك يمكن أن نقول في أي وضع اتصالي أن هناك مصدراً يصنع الرسالة ويبثها عبر قناة إلى جمهور مستمعين ثم أضاف البعض بعد ذلك تساؤلاً مهماً عن رد الفعل عند المستقبلين (رجع صدى) للرسالة وعلى ذلك تصبح أركان العملية الإعلامية هي:

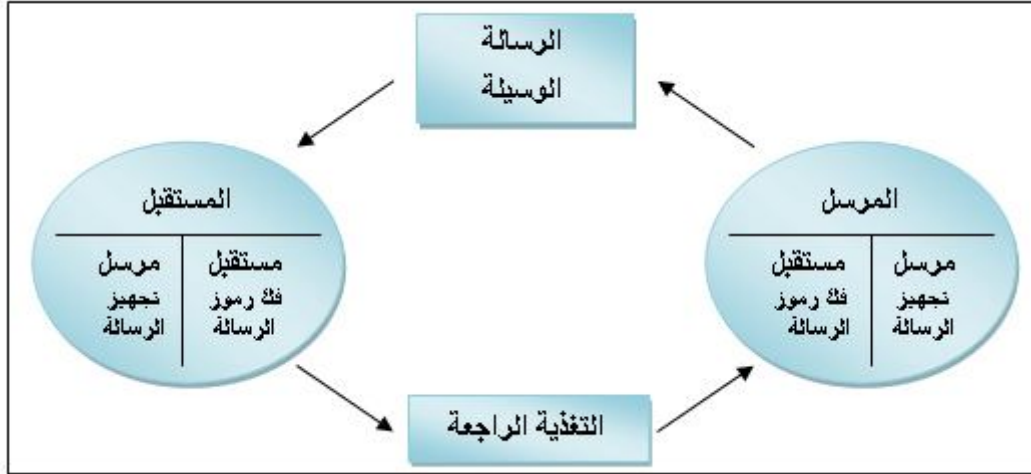
1. المصدر.
2. الرسالة.
3. الوسيلة .
4. المستقبل أو (المتلقي).
5. التأثير.
6. رد الفعل (رجع صدى).

عناصر العملية الاتصالية عند محمود حسن إسماعيل: (إسماعيل، 2003، ص94-95)

للاتصال خمسة عناصر متداخلة ومتكاملة ولا يتم الاتصال إلا بوجود هذه العناصر الخمسة ويشترط أن يكون بينهم تفاعل هي:

1. يقوم المرسل بوضع فكرته المراد نقلها في صورة رموز (كود) فتصبح لديه رسالة.
2. أن تأخذ الرسالة طريقها عبر وسيلة
3. إلى المستقبل
4. الذي يقوم بدوره بفك رموز الرسالة ويتفاعل معها وينتج هذا التفاعل رجع صدى.
5. يصل إلى المرسل الذي يحدد موقفه ومدى نجاحه في التعبير عن فكرته.

وهذه العناصر (المرسل - الرسالة - المستقبل - الوسيلة - رجع الصدى) ويمكن توضيحها في الرسم التالي:



شكل رقم (1) يوضح عناصر العملية الاتصالية

ومن جانب آخر وصف كل من (كولمان Coleman ومارش Marsh) عملية الاتصال من خلال تحليلهم لمفهوم الاتصال بأنها عملية أساسية تتضمن خمس عناصر رئيسية وهذه العناصر يمكنها أن تحدد بشكل مباشر، الفاعلية الممكنة لهذه العملية وهي: (إبراهيم، 2004م، ص23)

1. الشخص أو الجماعة التي تبادر بإرسال الرسالة ويطلق على مثل هذا الشخص أو الجماعة المتصل Source Communication.
2. محتوى الرسالة أو مضمونها Content.
3. الوسيلة المستخدمة في عملية الإرسال أو النقل media.
4. المستقبل أو المتصل به Receiver Communication.
5. الاستجابة التي يعكسها هذا المستقبل Response.

ويرى كل منهما أن عملية الاتصال تصبح عديمة الفاعلية عند فقد أي عنصر من هذه العناصر الخمسة السابقة.

بينما حاول شرام Schramm أن يطور إطار نظرياً لعملية الاتصال من خلال المعنى المتضمن لكلمة الاتصال في الأصل اللاتيني للكلمة الانجليزية communication والذي يعني اشتراكاً في موضوع معين أو خبرة معينة أو فكرة أو اتجاهاً أو رأياً سياسياً، وهو يستهدف من ذلك تحليل فكرته حول عملية الاتصال والتي يعني بها خلق نوع من الاتحاد بين المرسل والمستقبل حول رسالة معينة، كما أنه أشار قائلاً أن عملية الاتصال الأساسية تتضمن ثلاثة عناصر رئيسية: (المرجع نفسه ، ص 24)

1. المصدر source.
2. الرسالة Message.
3. الوجهة أو القصد (الهدف) Destination.
4. ويذكر (شرام) في هذا الصدد بعض المتطلبات العامة التي لا بد من انجازها حتى تؤدي عملية الاتصال دورها بقدرة وفاعلية منها:
 - أ. أن يكون المرسل متأكد من كتابة معلوماته ووضوحها.
 - ب. أن تكون الرسالة على درجة عالية من الدقة من حيث استخدام الرموز والإشارات ومدى قابليتها للانتقال بسرعة وبكفاءة عالية.
 - ج. أن تكون الرسالة مفسرة لموضوعها أو الغرض منها.
 - د. أن تعالج هذه الرسالة مصدرها. أي تحدث الاستجابة المطلوبة منها وفي حالة عدم توافر هذه المتطلبات أو عدداً منها فإن هذا يقلل من كفاءة عملية الاتصال، وعلى المسؤولين معالجة هذا بكل دقة.

وكما أوضح (شرام) أنه من الخطأ التفكير في عملية الاتصال بوصفها عملية تبدأ في مكان ما وتنتهي في مكان آخر، لأنها عملية لا نهائية ويعد الناس (البشر) مجرد (مراكز فيه): وأن التفكير الدقيق في عملية الاتصال هو الذي يتم بتحليل هذه العملية، باعتبارها عملية تمر من خلال الإنسان وتتغير بواسطة تفسيراته وعاداته وقدراته. (الدسوقي إبراهيم، مرجع سابق، ص 25)

وقد ركزت بعض الآراء على تحديد الشروط الدنيا لأي عملية اتصالية تحديداً منهجياً كما يلي:

1. وجود علاقة بين طرفين على الأقل.
2. القدرة على الإرسال.
3. القدرة على الاستقبال.
4. وفرة وامتلاك رصيد من العلاقات والرموز.
5. وسيلة الاتصال.
6. الفهم الموحد أو الدلالة الموحدة لعملية الاتصال وينظر الآن على مكونات عملية الاتصال على حده. (فهيم، 2006، ص 29)

أولاً : المرسل Sender:

المرسل هو مصدر الرسالة أو النقطة التي تبدأ عندها عملية الاتصال عادة وقد يكون هذا المصدر هو الإنسان أو الآلة أو المطبوعات أو غير ذلك ويحول هذا المصدر الرسالة التي يريد أن يبعثها إلى رموز تأخذ طريقها من خلال قنوات الاتصال المختلفة.

ثانياً : الرسالة message:

وهي عبارة عن الأفكار والمبادئ والمفاهيم والإحساسات أو المهارات أو الاتجاهات التي يرغب المرسل في نقلها للمستقبل بوسيلة معينة أو بأكثر من وسيلة ويراعى في ذلك ما يلي:

- أن تكون الرسالة واضحة حتى يسهل فهمها.
- أن تحسن اختيار الزمان والمكان لاستقبال الرسالة.
- ينبغي أن تثير الرسالة في النفوس شعور بالحاجة إليها.
- أن يكون محتوى الرسالة مناسباً للمستقبل.

ثالثاً: الوسيلة:

يحتاج أي اتصال إلى وسيلة لتوصيل الرسالة من المرسل إلى المستقبل وقد تكون الوسيلة طبيعية كما في الاستعمال الشخصي والجمعي وقد تكون صناعية كما في الاتصال الجماهيري الذي يعتمد على وسائل - تكنولوجية ولكي تستحوذ أي وسيلة إعلامية على الجمهور وتشد انتباهه.

تمر دورة وسائل الاتصال بست مراحل: (إسماعيل، مرجع سابق، ص113-116)

1. التهيئة: بمعنى تحضير الجمهور ذهنياً وعاطفياً.
2. الانتباه: بمعنى أخذ الجمهور إلى الفعل والمشاركة، ولا يقصد بالانتباه مجرد الإثارة والانبهار.
3. العاطفة: بمعنى إثارة العواطف بالتركيز على الأسلوب الدرامي، الذي يساعد على التقمص الوجداني للفرد.
4. المعلومات: بمعنى تجميع المعلومات عن الموضوع أو الحدث، يراعي أن تشبع بقدر الإمكان حاجات الجماهير.
5. الاستنباط: فلا يتوقف الإنسان عند مجرد الحصول على المعلومات بل يذهب إلى أبعد من ذلك حيث يستنبط ويحلل ويستنتج ويكون الآراء.
6. الفعل: بمعنى استعداد الجمهور لأداء الفعل حيث تتطلب الدوافع التي توقظها فينا وسائل الاتصال للتعبير عنها بالفعل، مثل برامج العنف وتأثيرها على الأطفال.

رابعاً : المستقبل:

وهو إما أن يكون فرد أو جماعة (جمهور) ويتوقف تفسير الرسالة على مدى وعيه وإدراكه والخبرات السابقة له ومدى إحساسه بالرسالة وحاجته إليها أو شعوره بأهميتها وأن تتم على مراحل حتى يتم فهمها بأكملها وهذا يعتمد على حاجة المستقبل لها ظروفه النفسية والاجتماعية والصحية ومستوى النشاط الإدراكي للمجال الذي تدور حوله.

خامساً : رجع الصدى أو (التغذية المرتدة): (الجميل، مرجع سابق، ص22)

هي الإجابة أو الرسالة المعادة التي يرسلها المستقبل رداً على رسالة المرسل أو هي الاستجابة التي تبدو على المستقبل نتيجة لوصول الرسالة التي يرغب المرسل في توصيلها له، ويظهر الرجوع في أنساق حركية ولفظية كأن يقول المستقبل نعم هذا صحيح أو يهز رأسه علامة على الموافقة.

وقد أدخل كل من "شانون ووفير" نموذجهما عنصر التشويش Noise والدخل بين المصدر والهدف، أي قبل أن تدخل الرسالة في مرحلة البث وقبل أن تصل إلى المتلقي، والتشويش والتداخل يقصد بهما أي ظروف أو مؤثرات خارجية أو حتى عناصر عملية الاتصال ذاتها تعوق نجاحها إذ يعد عدم وضوح الصوت في الراديو أو التلفزيون تشويشاً ويعد سوء طباعة الصحيفة تشويشاً كما أن المرسل أو المتلقي يعد تشويشاً ويؤثر في الاتصال ويوقف حركته كما ينبغي. (شمو، مرجع سابق، ص23)

كما البحوث الحديثة أن لكل وسيلة من وسائل الإعلام خصائصها في الاتصال التفاعلي ومزاياها الفريدة وتقوم بعض هذه الخصائص على مجرد التأمل النظري بينما يقوم البعض الآخر على أساس تجريبي وتستخدم في عجلة سريعة ومن أهم هذه الخصائص هي: (بيتر، ب ت، ص34).

1. إن هذه الوسائل المطبوعات بأن يتحكم القارئ في وقت قراءتها وفرص هذه القراءة كما تمكنه من إعادة الإطلاع على مضمونها وتسمح بالتأتي إلى حد كبير.

2. يصل الراديو إلى الجمهور بطريقة مختلفة غالباً عن الطرق التي تصله بها الوسائل الأخرى، يتميز الراديو بقدرات عالية في الإقناع والتأثير لأنه عادة ما يكون الوسيلة الأولى في تقديم المواد للجمهور إلا أنه ليس هناك من البحوث ما يدعم هذا الحديث عن الراديو أو يرفضه.

3. من المعتقد بأن الشاشة تتميز باقتناع فريد ومميزات شعبية حيث أنها تقدم المادة مرئية وبطريقة ملموسة غير مجردة. حيث أنها تقدم المادة مرئية وبطريقة ملموسة غير مجردة ومن المعتقد أن هذه الأوضاع الملموسة بالإضافة إلى عوامل أخرى تجعل القلم قادراً على السيطرة الوجدانية وبخاصة على الأطفال كما نجد آثار السينما على الجماهير العادية ما زالت بحاجة إلى دراسة، وما زال هناك تساؤل أيضاً حول الفعالية المتباينة لوسائل الاتصال الأخرى.

4. ينظر إلى الاتصال الشخصي أو الاتصال الوجه لوجه بوصفه أكثر الأدوات فعالية بالنسبة للناس وفيما يتعلق بعملية الإقناع والتأثير لما يتميز به من قدرات ومرونة، وعرض إنما للجزاء والعقاب بالإضافة إلى الخصائص الأخرى النابعة من العلاقة الشخصية المتضمنة في عملية الاتصال الشخصي.

5. إن استخدام وسيلة من وسائل الاتصال الجمعي مدعمة بالاتصال الشخصي يحقق نجاحاً باهراً، وهو من أهم مميزات الحملات الناجحة وخصائصها ويعتقد بعض الباحثين أن هذه الطريقة تعتبر تدبيراً اتصالياً متفوقاً من حيث التأثير والإقناع.

والذين أشاروا إلى أن عملية الاتصال الشخصي تعتبر من خصائص المجتمعات التقليدية في الدول النامية حيث تغلب الأمية والبدائية والفقر والمرض تجاهلوا أن هذا

الاتصال الشخصي ما زال يعمل بكفاءة عالية في المجتمعات الحديثة، بل أثبتت بعض البحوث والدراسات أن الاتصال الشخصي مكمل للاتصال الجماهيري وأن المعلومات تنتقل من وسائل الاتصال والإعلام لقادة الرأي ومنهم إلى بقية الأفراد.

خصائص التكنولوجيا الاتصالية: (مصطفى، 2007م، ص32-33)

يري (الف نولفر) في كتابه تحول السلطة بين العنف والثورة والمعرفة أن هناك ثمان خصائص للتكنولوجيا الاتصالية:

1. التفاعلية Interactivity: يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على الأدوات

ويستطيعون تبادلها وتسمى هذه الممارسة بالممارسة التفاعلية.

2. اللاجماهيرية Demystification: من الممكن أن توجه الرسالة إلى جماعة معينة أو فرد واحد.

3. اللاتزامنية Asynchronion: إرسال الرسالة واستقبالها في وقت مناسباً للفرد ولا يتطلب استخدام كل الأفراد له.

4. القابلية الحركية Mobility: يمكن استخدامها للاستفادة منها دون التقييد بالمكان كالهاتف السيار.

5. قابلية التوصيل Connectivity: توصيل الأجهزة المتنوعة بغض النظر عن الشركة أو البلد.

6. قابلية التحويل Convertibility: نقل المعلومات من وسيط لآخر

7. الشبوع والانتشار Ubiquity: أي الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم.

8. التدويل والكونية Globalization: على الرغم من التقدم السريع والمثير الذي نشهده فإنه يصعب على المرء في كثير من الأحيان تحليل جوهر لهذا التقدم أو إدراك قوته

الدافعة وأياً ما كان المرء لا يسعنا إلا الاعتراف بأننا أمام تقانة تتكاثر ذاتياً على نحو سريع مثير، ولابد من التحديد والتشديد من (اعتبار التكنولوجيا أداة صالحة لجميع الأغراض قادرة على الحلول محل العمل الاجتماعي والتفوق على الجهود المبذولة من أجل إحداث تحولات بنوية في البلاد المتقدمة والنامية).

ويرى بعض الباحثين مصطلح الاتصال التفاعلي (interactive communication) وهو وثيق الصلة بالانترنت كشبكة اتصالات عالمية ضخمة وتتعدد خصائص ومميزات تكنولوجيا الانترنت بتعدد واختلاف الخدمات التي تقدمها الشبكة وخصائص الأفراد المتعاملين معها وطبيعته استخدامها لها. (الجندي ، 1991، ص40)

1. اهتمامات الباحثين تجعلهم ينظرون إلى الانترنت على أنها مكتبة علمية هائلة تضم المراجع والمؤلفات والموسوعات والدوريات.

2. احتياجات رجال الأعمال تجعل الشبكة في نظرهم مجالاً تسويقياً لأعمالهم ومنتجاتهم وحيث يعد قطاع الأعمال والمال بصورة عامة من أهم المستفيدين من شبكات الاتصال حيث التنافس بشده بين مؤسسات الأعمال وبالنظر إلى الأهمية الحيوية لتبادل المعلومات المالية في الوقت المطلوب فيما بين مختلف أرجاء العالم .

3. أما بالنسبة للكثير من المستخدمين الآخرين فإنهم يرون في الانترنت مجالاً للتراسل عبر البريد الإلكتروني كنظام فعال يسهل عملية الاتصال بين الأشخاص في مواقع أو أماكن جغرافية بعيدة ومجمل القول أن تحديد مدلول تكنولوجيا الانترنت يتفاوت بحسب نظره الأفراد للشبكة تبعاً لطبيعة استخداماتها المتنوعة .

وفي إطار تلك الصلة بين مصطلحي الاتصال التفاعلي وتكنولوجيا الانترنت يمكن إيضاح إن الاتصال التفاعلي يتصل بالكيانات الرقمية الجديدة في الفضاء الإلكتروني وكما يرتبط بشكل وثيق بتطور استخدامات الاتصال الحديثة عبر شبكة الانترنت والتي تتركز خدماتها لمستخدمي في كل من خدمة :

- الاتصال :سواء كان فردياً أم جماعياً ولأغراض بحثية علمية أو احتياجات شخصية ومن أجل تبادل المعلومات أو الحوار أو النقاش .
 - التفاعل :ويتم من خلال استخدام الانترنت بهدف التعلم أو الترفيه والترفيه وبناء على خاصية التفاعل مما يجعل الشبكة وسيلة جماهيرية أكثر تميزاً عن باقي أشكال الاتصال الأخرى إذ تشمل خصائص الاتصال الشخصي والجماهيري معا .
 - الإعلام والمعلومات: يعني استخدام الأفراد للانترنت لنشر واسترجاع المعلومات لتغطية مجال واسع من جوانب الأنشطة الإنسانية والمعرفية.
- ويرى البعض أن خصائص الاتصال التفاعلي بدأت تتسلسل إلى عالم الصحافة الالكترونية عبر الانترنت، خاصة مع نشوء وانتشار صحافه الهواة وعدم اقتصار ممارسة هذا العمل على المؤسسات المحترفة فقط والمتصور في هذا النقطة انه إنشاء في المستقبل مواقع وتجمعات على الشبكة تكون موائلاً لمعلومات وأخبار وبيانات وتقارير ومساهمات شتى يقدمها هواة ومحترفون وأفراد من الجمهور من شتى أنحاء العالم ويمكن لأي صحفي أو إعلامي محترف أو هاوٍ التعامل معها والاستفادة بما يناسب احتياجاته في عالم الصحافة الالكترونية.
- فمن المتوقع أن ينشأ نوع من الصحافة الالكترونية مستقبلاً يمكن أن نطلق عليه الصحافة شديدة التفاعل والتكيف أو التي توفر مستوى من الشخصية يصل بها إلى التكيف بشده وسرعه مع احتياجات ورغبات الجمهور حتى نصل إلى درجة التي يستطيع فيها كل فرد من أفراد الجمهور على حده أن يحدد سلفاً طبيعة ومحتوى صحيفته أو الموقع الالكتروني الصحفي بشكل عميق وشامل .
- ومن هنا يمكن القول أن الانترنت توفر مساحه كبيره من الحرية النقاش وتبادل الرأي من خلال مواقع الدردشة والمواقع الحوارية .

وبما إن الانترنت يتوفر على خاصية التزامنية واللاتزامنية والتي جعلت منها وسيلة اتصاليه تفاعليه فإنها تقدم أشكالاً متنوعه فيما يخص التفاعلية عبر شبكة الانترنت والتي يمكن تقسيمها إلى : (جنيد، ب ت ، ص3-4):

- التفاعلية الإرشادية: وهي التي ترشد المستخدم بالتوجه إلى الصفحة الموالية او السابقة أو العودة إلى الأعلى أو إلى صفحة الاستقبال أو غيرها.

- التفاعلية الوظيفية: وهي التي تتم عبر البريد المباشر أو الروابط أو مجموعات الحور يلخص هذا المبحث في عرض خصائص الاتصال التفاعلي وعناصره، من قبل الكُتاب وترى الباحثة أن عناصر الاتصال التفاعلي تتم عبر شبكة الانترنت يمكنها أن تتميز بسرعة وصول الرسالة من قبل المرسل من حيث طبيعة الرسالة ومتطلباتها وفي أبسط صورة وكذلك يمكن للمتلقي سواء كان فرداً أو جماعة تفاعل بمساحة كبيرة من الحرية والنقاش وتبادل الأفكار والآراء الأمر الذي يجعله يتأثر بما تحويه المادة المنشورة عبر الانترنت من خلال مواقع الدردشة.

الفصل الثالث

تطبيقات التواصل الشبكي

المبحث الأول: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: أنواع وخصائص المواقع الاجتماعية

المبحث الثالث: تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الرابع: الطلاب و التواصل الاجتماعي

المبحث الأول

نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

إن العلاقات الاجتماعية بين الأفراد شمي ضروري^١ بالنسبة لجميع البشر، وقد جاءت الشبكات الاجتماعية لتحقيق التواصل الاجتماعي على مستوى تقنية شبكة الإنترنت وسد احتياج الأفراد لعمل علاقات وإعادة التواصل فيما بينهم رغم فترات العمر المختلفة.

بدأت الشبكة الإلكترونية (الإنترنت) مع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين تشهد انتشارا واسعا، إلى أن أصبحت من أهم وسائل الاتصال شيوعا وإقبالا من قبل الشعوب حيث أدت التطورات المتزايدة في تكنولوجيا المعلومات والإنترنت إلى زيادة أعداد المشتركين في شبكات التواصل الاجتماعي إلى أن حولت العالم بأكمله إلى قرية صغيرة.

وتكمن أهمية الإنترنت في قدرتها على تغيير مفاهيم الاتصال وتوزيع المعرفة ، وقد ازدادت تلك الأهمية مع ظهور وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر (Facebook & Twitter)

والتي استطاعت أن تغير بشكل كبير طريقة تواصل الناس وتفاعلهم، وطريقة تسويق المنتجات وبيعها، وطريقة تواصل الحكومات مع مواطنيهم، وطريقة أداء الشركات لأعمالهم كما أنها غيرت مفهوم العمل التطوعي والكيفية التي يمارسها الناشطون السياسيون والاجتماعيون والحقوقيون أنشطتهم وهذه مجرد أمثلة.

تعريف الشبكات:

قبل ظهور شبكات الحاسوب كان كل جهاز يعمل بمفرده أي بمعزل عن الحواسيب الأخرى وعند الحاجة لنقل البيانات من حاسب إلى آخر يتم نسخها على مجموعة من الأقراص ثم نسخها إلى جهاز آخر ثم جاءت الشبكات لتوفر الوقت والجهد في ربط الأجهزة مع بعض

والحصول على المعلومات والخدمات وسهولة تبادل المعلومات والخبرات بين المستخدمين للشبكة كما أدت إلى المشاركة في المعدات والطرفيات لاستخدام طابعة واحدة والمشاركة في البرمجيات .وأدى ظهور الشبكة العالمية إلى ثورة في المعلوماتية والاتصال جعلت من جهاز الحاسوب المرتبط بالشبكة العالمية وسيلة للبحث عن المعلومات على مستوى العالم والوصول عليها بسرعة فائقة بغض النظر عن البعد الجغرافي.

مفهوم الشبكات

- الشبكات أجهزة حاسوب متصلة مع بعضها للمشاركة في نقل البيانات كالملفات والصور والفيديو .
- مجموعة من أجهزة الكمبيوتر PCs والأجهزة الأخرى المشتركة مع بعضها بواسطة كوابل .
- أجهزة كمبيوتر وأجهزة محيطية(Peripherals) تتصل ببعضها وتوفر لمستخدميها أن يتشاركوا الموارد (Resources) والأجهزة المساعدة مثل الطابعة (Printer) وكورت الفاكس (Modem) ومحرك القرص المدمج
- CD – ROM Driver الشبكات عملية اتصال الحواسيب مع برامج مخصصة للعمل الشبكي لإتاحة التشارك فيما بينها. (<http://mawdoo3.com>) - تاريخ الزيارة 2016/11/15 الساعة السادسة عصراً .

أنواع الربط :

ربط سلكي أو لا سلكي مكونات الشبكات

مكونات الشبكات:

- جهازي كمبيوتر على الأقل
- بطاقة الشبكة(NIC)
- وسط ناقل للإتصال بين عناصر الشبكة

- نظام تشغيل شبكي (NOS)

أقسام الشبكات :

- الشبكات العريضة أو الشبكات الواسعة
- الشبكات المحلية
- شبكة شخصية

العصر البدائي لوسائل التواصل الاجتماعي:

- 1979 أول ظهور لأول شبكة حاسوب غير مركزية لمناقشة مواضيع معينة و تبادل الملفات عبر المجموعات الإخبارية.
- في أواخر السبعينيات ظهرت شبكة BBS كأول موقع يتيح خاصية التسجيل عند الدخول.(Login)
- 1980 ظهور أول شبكة للمحادثات.
- 1984 ظهور أول شركة اتصالات رائدة في مجال الإنترنت و الأخبار.

الإنترنت:

أصبح الإنترنت أو ما يسمى بالشبكة العنكبوتية، أحد الأساسيات في حياة الإنسان، فالإنترنت جعل العالم أشبه بقرية صغيرة، فيمكنك من خلاله التواصل مع الآخرين وكأنهم أمامك، وأصبح أحد طرق التعليم الحديثة لجميع المراحل الدراسية لتوفيره المواقع التي تساعد المستخدمين بالحصول على المؤلفات والكتب، وتشرح لهم الدروس أيضاً، وتعتبر رائدة في مجال الطب فأصبح الطبيب يستطيع إجراء عملياته للمرضى عن طريق الإنترنت، فقد تربع على عرش وسائل الاتصال الجماهيري فأصبح يجمع بين التلفاز والإذاعات والصحف وغيرها الكثير، إذ يتيح للمستخدم أن يشاهد الأحداث العالمية، ومعرفة آخر الأخبار السريعة عن طريق الصحف الإلكترونية ووسائل الاتصال الاجتماعي عبر مواقعها، ويقضي الإنسان يومياً مع الإنترنت

لساعات طويلة دون ملل؛ لأنها أصبحت الرفيق الأول للإنسان. (<http://mawdoo3.com>) -

تاريخ الزيارة 2016/11/15 الساعة السادسة عصراً.)

تطور الإنترنت:

• أطلق الاتحاد السوفيتي أوّل قمر اصطناعي في الفضاء الخارجي والمعروف باسم

سبوتنيك عام 1957 ميلادية.

• اخترعت شركة بل في 1958 ميلادية أول مودم له القدرة على نقل البيانات الرقمية عن طريق خط الهاتف.

• نشر المهندس والعالم الأمريكي ليونارد كلينروك من معهد ماساتشوستس للتقنية أول بحث عن نظرية حزم نقل البيانات، وذلك بتحويل الطرود في نقل البيانات، وكان ذلك في عام 1961 ميلادية.

• أمرت أحد وكالات وزارة الدفاع الأمريكية في أحد الأبحاث بإنشاء شبكة أربانت في عام 1962.

• تمّ تطوير وتعيين مجموعة العمل المسماة شبكة المجرات في عام 1962 ميلادية، حيث تتيح ربط أجهزة الحواسيب بين بعضها البعض.

• نشر ليونارد كلينروك أول كتاب حول طريقة استعمال وتحويل الطرود في بناء الشبكة، وذلك في عام 1964 ميلادية.

• طورت وسيلة إرسال المعلومات من جهاز كمبيوتر إلى آخر في عملية سميت بعلبة التبدل، التي من خلالها تنتقل المعلومات وكان ذلك في عام 1965 ميلادية.

• عقد أول مؤتمر حول أربانت في عام 1967 ميلادية.

• مرّ بطّ جهازين مع بعضهما كل منهما في مكان مختلف عن الآخر، حيث كان الأول في جامعة كاليفورنيا، والثاني في جامعة ستانفورد وكان الكومبيوتر في ذلك الوقت حجمه

يقارب حجم منزل صغير، وتم إرسال رسالة تسجيل الدخول، وانتهت بتحطم الشبكة الوليدة أربانت، وكان ذلك في عام 1969 ميلادية. (<http://mawdoo3.com>) - تاريخ الزيارة 2016/11/15 الساعة السادسة عصراً.)

• ربطت أربعة أجهزة كمبيوتر مرتبطة بشبكة أربانت وكان ذلك في نهاية عام 1969 ميلادية.

• ربطت 23 حاسوباً بشبكة أربانت في عام 1971 ميلادية، وفي نفس الوقت أرسل أول بريد إلكتروني.

• ربطت كل من النرويج في مؤسسة الرادار الملكية و إنكلترا بجامعة لندن بالإنترنت بجهاز واحد لكل فقط لكل منهما وكان ذلك في 1973 ميلادية.

• ظهور بروتوكول الشبكة في عام 1982.

• وصلت عدد الحواسيب المرتبطة بأربانت في عام 1984 ميلادية إلى 1000 جهاز.

• قدم المبرمج السويسري تيم بيرنرز لي الشبكة العالمية كمّا عرفها حالياً، وكان ذلك في عام 1991 ميلادية، وفي نفس الوقت ظهرت مواقع تصميم الإنترنت HTML.

• ابتكر باحثون في جامعة إلينوي متصفح متطور وصفوه الفسيفساء وكان يحمل اسم NCSA Mosaic، وكان ذلك في عام 1992 ميلادية.

• أمّا الآن انتشار هائل للإنترنت وبرامجه الكثير ومتصفحاته ومواقع.

وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها:

"منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات"، حيث باتت شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية في الآونة الأخيرة تسيطر على أوقات وأفكار الشباب حيث إنها تعتبر سيف ذو حدين، فمن وجهة نظر البعض أنها أثرت على العلاقات

الاجتماعية بشكل سلبي والبعض الآخر يرى أن استخداماتها مفيدة كالتعرف على عادات وحضارات وثقافات الشعوب الأخرى.

شبكات التواصل الاجتماعي: هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية". (راضي، زاهر، 2003م، ص23)

"هي مجموعة هويات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي، ويمثلها هيكل أو شكل ديناميكي لجماعة اجتماعية، وهي تنشأ من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنة أو علاقات الصداقة". (مشري، مرسي، 2012م، ص150).

"هي عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت توفر لمستخدميها فرصة للحوار وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشكلات من خلال الملفات الشخصية وألبومات الصور وغرف الدردشة". (الدبيسي، 2013، ص68)

التعريف الإجرائي للباحثة:

من خلال التعريفات السابقة لشبكات التواصل الاجتماعي، تعرف الباحثة شبكات التواصل الاجتماعي إجرائياً بأنها "مواقع على شبكة الإنترنت تسمح لروادها بإنشاء حساب أو صفحات خاصة بهم وربطها بنظام اجتماعي إلكتروني يتيح فرصة الحوار وتبادل الثقافات بين أعضائها".

مهام مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي:

المهام اليومية:

- الرد على الجميع (رسائل، تعليقات، إعادة نشر، منشورات، تقييم، Check-In's)
- جدولة المنشورات لليوم التالي.
- فحص صفحات أخرى تهتمك.
- جلب محتوى يصلح للمشاركة.
- الارتباط و متابعة المشاركات الأهم و التي ممكن خلق عائد على الاستثمار منها.
- الارتباط و متابعة الأصدقاء / الجمهور الجدد على الصفحة.

المهام الأسبوعية:

- القيام بفحص وضع الصفحات بشكل عام.
- متابعة الصفحات المنافسة / العلامات التجارية الكبيرة.
- متابعة الأهداف التي وضعها الفريق للحملات التسويقية.
- عقد جلسة لتقييم إستراتيجية العمل.
- تحديث الإستراتيجيات إن تطلب الأمر و الإعلانات. Ads
- محاولة دراسة و تقييم ارتباط الناس على الصفحات.

المهام الشهرية:

- مراجعة عامة و بناء تقرير عن حالة الصفحات و الحملات.
- وضع أهداف جديدة للشهر القادم.
- خلق تجارب جديدة و مواكبة تغيرات الشبكات الاجتماعية.
- البدء بوضع خطط مستقبلية لشهر أو أكثر إن أمكن.

تطور مواقع التواصل الاجتماعي :

المرحلة الأولى:

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع سكس (دجريزس) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، و كانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها -الدرجات الست للانفصال- ، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، و ظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل "لايف جورنال" و موقع "كايوورلد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، و كان ابرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة و الخاصة بالأصدقاء. (http://.elegypt.com/downloads/2009/amina_heba.doc.2013/1/3).

المرحلة الثانية :

ويشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها...) اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج و التعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت، وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع -ماي سبايس- و هو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفيسبوك. وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم.

حيث ظهرت بعد المحاولات الأخرى إلا أن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع "فرنذر friendster" الذي حقق

نجاحا دفع "غوغل" إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، و في النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "سكا يروك" تحقيق « skyrock » كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، و قد استطاع موقع "سكا ي روك " تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين.

ومع بداية 2005 ظهر موقع "ماي سبايس " الأمريكي الشهير الذي تفوق على "غوغل" في عدد مشاهدات صفحاته، و يعتبر موقع "ماي سبايس" من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم و معه منافسه الشهير "فيسبوك facebook" و الذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع "ماي سبايس"، حتى قام "فيسبوك" في 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا أدى إلى زيادة إعداد مستخدمي "فيسبوك" بشكل كبير، وعلى مستوى العالم، و نجح بالتفوق على منافسه اللوذ "ماي سبايس" عام 2008، أيضا ظهرت عدة مواقع أخرى "twitter" "youtube"، لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع و التطور. (رامي ، 2003، ص23).

النظريات المفسرة لمواقع التواصل الاجتماعي:

توجد عدة دراسات قد أشارت لضياع مفهوم المجتمع المحلي أو الواقعي في تحولات التحديث للمجتمعات البشرية، وبخاصة الدراسات التي ظهرت على يد كل من ماركس ودوركايم أو غيرهما، وذلك بناء على تحليلات علم الاجتماع التقليدي classical sociology الأمر الذي تقاوم في مظاهر التحول والانتقال إلى مجتمعات ما بعد الحداثة كما يقول فوستر 1973 إن علم الاجتماع الحديث يشير إلى ضياع هذا المفهوم خصوصا في المجتمعات الغربية الحديثة والذي عرفه جورج هيلري بعد فحصه لنحو 94 تعريفا سيسيولوجيا وإخضاعها للتحليل الكيفي

والكمي واستخلاصه لهذا التعريف على أنه "مجموعة من الناس يشتركون في تفاعل اجتماعي وبغض الروابط المشتركة بينهم، ويشتركون في الوقت في مساحة ما على الأقل لبعض الوقت. إذن تجد في هذا التعريف خمس عناصر أساسية لتشكل المجتمع المحلي والمتمثلة في المجتمع: التفاعل، الروابط، المكان، الزمان. وعليه فإن التمثيل الرقمي لحركة شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت والويب تحديدا أصبح يحوي مختلف الظواهر الاجتماعية بشكل إلكتروني شاملا بذلك التفاعل الاجتماعي برمته على مستوى الأفراد والجماعات والمنظمات وأيضا المنتجات المعرفية والخدمية بأنواعها والاتصال والنماذج البنائية للمجتمعات الافتراضية التي أصبحت جميعها تتمثل بشكل رقمي مجرد على الشبكة.

النظرية البنائية:

وهي مقارنة اجتماعية تبحث عن عولمة العلاقات الاجتماعية وشبكات التواصل الاجتماعي حسب هذا الاتجاه هي مجموعة من العلاقات التي يكونها مجموعة من الأفراد وتكون ذات نمط خاص و نوعي على سبيل المثال (التعاون، النصح، الرقابة) بين مجموعة من الفاعلين، وعليه فإن تحليل هذه الشبكات يقوم على منهجية لوصف عولمة البناء التفاعلي لهذا المجتمع. فمواقع التواصل الاجتماعي قد جعلت علاقات الأفراد أكثر تداخلا واعتماد بعضها على بعض مما كان عليه الأمر في الماضي، حيث أصبح كل فرد يعيش في الساحة الخلفية للآخر، فشبكة الترابط ونقاط الوصل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تتقاطع خطوطها وتتجاوز الحدود تؤثر تأثيرا حاسما على الأفراد المشاركين فيها، فنحن نعيش اليوم في عالم تزايد فيه اعتمادنا المتبادل مع الآخرين حتى لو كانت الأطراف الأخرى في هذا التشابك المتبادل تعيش على بعد آلاف الأميال منا.

نظرية الحلقة الاجتماعية:

"هي مقارنة تقوم على وصف وربط الشبكات من خلال صفات وسمات داخلية (داخل الشبكة).

فمواقع التواصل الاجتماعي وفق هذه النظرية هو تفاعل مجموع المستخدمين لهذه الشبكة مع بعضهم وفق رموز وشفرات معينة، قواعد توفرها لهم هذه المواقع ما ينجم عنه نظام معرفي داخلي خاص بهذه الأخيرة.

فالتفاعلات الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي هي إطار مترابط العناصر من الأغراض والأهداف والحاجات المشتركة بين الأعضاء، وأيضاً اللوائح و القواعد والسياسات المتبعة والأنماط التي تفرز من خلال هذه التفاعلات بما يدعم الثقافة المشكلة، سواء أكانت في أصولها لدى المشاركين أو إفرازاتها من جراء التفاعلات الجديدة في هذه البيئة العلائقية التي تكونت في المجتمع الافتراضي.

حيث تتعمق الحلقات الاجتماعية بثلاث سمات وهي:

. التماسك الداخلي والذي يمثل قوة العلاقات بين الأفراد والأعضاء المشكلين للحلقة الاجتماعية.

. الهوية التي تميز حلقة اجتماعية عن الأخرى.

. تكامل الأدوار بين الأعضاء المشكلين لهذه الحلقة أو هذا التشابك الاجتماعي كما أن الأفراد

قد ينتمون لعدة شبكات اجتماعية أو لحلقات اجتماعية.

نظرية الشبكة الاجتماعية:

" هي نظرية تتناول بالفحص والكشف والدرس نماذج و خصائص الروابط الاجتماعية وعلاقاتها بحياة الأفراد والمنظمة الاجتماعية". وتستخدم هذه النظرية إطار الدراسة كيف يرتبط الناس بعضهم ببعض، من خلال أواسط شبكات الحواسيب وتتضمن هذه الخصائص تركيب الشبكات، وحجم الشبكات، ومدى الشبكة والتردد الاتصالي بين الناس وكثافة الروابط المتبادلة بين الأشخاص وخصائص الأعضاء وتاريخ الشبكة والمورد المتاح للشبكة كما أشار إلى ذلك ويهان وفرانك.

نظرية رأس المال الاجتماعي الافتراضي:

لقد ترادف مع ظهور الثورة الاتصالية المعلوماتية ثورة مناظرة في المفاهيم منها الانترنت وخصوصا مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أعادت هذه الأخيرة التشكلات التفاعلية التي ظهرت في إطار ما يمكن تسميته بإعادة المفاهيم على نحو افتراضي، ومن هذه المفاهيم رأس المال الاجتماعي في سياقه الافتراضي.

فهذه النظرية ترى أن رأس المال الاجتماعي على الصعيد الافتراضي يتأسس بناء على شبكة من الارتباطات بين أفراد التفاعلات الافتراضية المنتشرة في مواقع التواصل الاجتماعي، إذ أن المجال الافتراضي يتأسس عبر تفاعلات الانترنت التي تشكل آلية التواصل لتحقيق رأس المال الاجتماعي الافتراضي، "وذلك عبر عدة من الخصال والسمات طرحها و هي التبادل المعلوماتي و الدعم الاجتماعي". (أمين ، عبد الواحد، ٢٠٠٩، ص ٥١١ - ٥٣٦)

فأما الأولى فيقصدان بها المجال الذي يساهم في حل المعضلات ذات الأبعاد التقنية و الاجتماعية، في حين أن العنصر الثاني ويعنيان به الدعم الذي يستفيد به الفرد من خلال امتلاكه شبكة من العلاقات عبر تفاعلات المجتمع الافتراضي.

فقوة رأس المال الافتراضي مستمدة من شبكة العلاقات التي تتم في رحاب الانترنت أو بالأحرى في شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تقوم على المصالح المتجانسة والتي يمكن الاستفادة منها في تحقيق مصالح متبادلة بين الأعضاء من ذوي الاهتمامات الواحدة، وتجدر الإشارة إلى أن تفاعلات المجتمع الافتراضي - مواقع التواصل الاجتماعي - لا ترتبط بوقت معين وهذا يعطي رصيد اكبر لشبكة العلاقات .

فعنصر العلاقات المتبادلة وتكامل الاهتمامات المشتركة بين الأفراد في هذه الشبكة عوامل تساهم في تشكيل رأس المال الافتراضي في شبكات التواصل الاجتماعي التي من الممكن تشكيل منافع للأفراد و الجماعات.

مميزات شبكات التواصل الاجتماعي:

تتصف شبكات التواصل الاجتماعي بمجموعة من المميزات والخصائص التي تميزها عن غيرها من الشبكات الأخرى؛ حيث اكتسبت مواقع التواصل الاجتماعي هذه الخصائص والمميزات من السمات والمميزات الخاصة بتقنيات الجيل الثاني للويب عامة، وبسمات وخصائص شبكات التواصل الاجتماعي خاصة، فجعلت من المستخدم منتجاً للمحتوى ومعداً له، كما أتاحت له في الوقت نفسه المشاركة في المحتوى الذي أعده الآخرون، كما مكنت كل مستخدم من المساهمة بما يشاء من ملفات مصورة أو مكتوبة أو مبرمجة، وجعلت من صفحة كل مستخدم سبورة يكتب عليها ما يشاء، وما يكتبه على تلك الصفحة يشاهده الأصدقاء في الوقت نفسه، فعالم التواصل الاجتماعي غير كثيراً في أسلوب التواصل والمعرفة وطريقة عرضها، وجعل الإنسان في اجتماع مستمر وهو في غرفة منزله.

ومن أهم مميزات وخصائص شبكات التواصل الاجتماعي العناصر التالية:

(<http://kenanaonline.com/users/azhar-gaper/posts/713376-15-7-2017-3:00Am>)

1. التمكن من مشاركة المصادر والموارد العلمية :

حيث يتم نشرها بسهولة على مواقع التواصل الاجتماعي المتنوعة على الشبكة، ومن ثم مشاركتها مع الآخرين والحصول على التغذية المرتدة السريعة والمتنوعة والفعالة.

2. توفير التواصل المستمر بين المجموعات المختلفة :

حيث تضمن شبكات التواصل الاجتماعي آلياً الالتحام الإلكتروني بين المشاركين؛ فيظل الجميع على دراية بكل ما يفعله الأصدقاء.

3. تمكين التواصل بين مختلف أطياف المجتمع:

تمكن مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمين ذوي الاهتمامات المشتركة من تكوين حلقة وصل مستمرة بين الخبراء والمتعلمين في مختلف المجالات.

4. إنشاء المجموعات Groups :

تتيح مواقع التواصل الاجتماعي خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، ومن خلالها يتم التواصل بين مجموعة ذات اهتمام مشترك من بين المتعلمين.

5. تقديم آلية جديدة لفهرسة المعلومات:

حيث تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على جمع وتنظيم وفهرسة المعلومات بشكل تعاوني، من خلال الاعتماد على التصنيف الاجتماعي للمعلومات والمحتويات أو ما يعرف بالفهرسة لغرض التشابك. Social Indexing

6. تقديم معرفة جديدة

تعتمد مواقع التواصل الاجتماعي على تجميع مختلف الموارد المعرفية من مصادر متنوعة مختلفة من خلال الشبكة وإظهارها في مكان واحد ثم إعادة بناء معرفة جديدة كخلاصة لكل محتويات المصادر المختلفة.

7. تقدم دعماً للمحادثات التفاعلية بين الأفراد والمجموعات :

حيث تتميز هذه المواقع بتوفير المحادثات التفاعلية بأشكال متنوعة تبدأ من التفاعل في الوقت الحقيقي عبر التراسل الفوري وتستمر حتى التفاعل غير المتزامن عبر مساحات العمل الجماعي على الويب من خلال النقاشات والمنتديات.

8. تقدم دعماً للتغذية الرجعية الجماعية :

فتساعد مواقع التواصل الاجتماعي على تبادل التغذية الرجعية بين المشاركين؛ فهي تسمح للمجموعة أن تقيم مساهمات بعضها بعضاً من خلال التواصل والتفاعل المتبادل.

9. إزالة القيود المفروضة في العالم الحقيقي :

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بإزالة القيود المفروضة على السلوك الاجتماعي والتعاوني؛ والمتمثلة في اللغة والموقع الجغرافي والخلفية الثقافية وقيود الزمان والمكان.

10. توفير مستودعات للمخزون المعرفي للمجتمع :

من أهم مميزات مواقع التواصل الاجتماعي أنها تعتبر مستودعاً للمعرفة؛ من خلال تخزين مجموعات كبيرة من المعارف والمعلومات حول مختلف أشكال المعرفة، بما يشكل أكبر مكتبة تعاونية تشاركية افتراضية حول العالم.

تعرض هذا المبحث لمراحل نشأة مواقع التواصل الاجتماعي والتي تمثلت في مرحلتين هما المرحلة التأسيسية ومرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية وأن فكرة قيام الشبكات الاجتماعية تقوم عالمية الاهتمام ومحلية المردود وتعرض المبحث على بعض التغيرات التي تحدثها المواقع في مجتمعات الطلاب وكيف تؤثر فيهم بهذه المتغيرات تناول المبحث المتغيرات الاجتماعية كما تناولت الباحثة فيه أيضاً عدة تعريفات لمواقع التواصل الاجتماعي تناولها كثير من الكتاب والباحثين نهدي بها للوصول لتعريف يتوافق مع مضمون ما تناولته دراستها في الاتصال واستخدام الطلاب لهذه المواقع ومن ثم التعرض لأشهر المواقع العالمية وتاريخها ونشأتها وأهدافها وكذلك تعرض المبحث لأشهر المواقع التي صممت كبداية لهذه المواقع العالمية الوافدة على هذه المجتمعات ذات السمات والطبائع عن المجتمعات العربية المسلمة التي غزتها تلك المواقع بمحتواها الغربي.

المبحث الثاني

أنواع وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي

أولاً: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

تقصد الدراسة في هذا المبحث الصفحة أو المجموعة أو التطبيق المعين الذي يستخدمه شخص أو مجموعة مميزة يميزه مال أو أي صفة اعتبارية أخرى.

تعددت تقسيمات الشبكات الاجتماعية تبعاً للخدمة المقدمة أو الهدف من إنشائها إلى الأنواع التالية: (مجاهد، 2011م، ص15)

١/ شبكات شخصية أو محلية خاصة بأشخاص معينين:

تقتصر هذه الشبكات على مجموعة من الأصدقاء والمعارف والتي تعمل على التواصل الاجتماعي فيما بينهم بجميع الأشكال حيث يتم إتاحة ملفات لصور الشخصية والمناسبات الاجتماعية فيما بينهم بشكل منتظم للتواصل وعمل حياة اجتماعية من خلال هذه الشبكات وهذه المواقع عديدة وكثيرة وقد تجد مواقع مغلقة على فئة معينة من الأصدقاء لمثل هذه الأمور. وهناك موقع يتم الأول من نوعه حيث تم إنشاؤه لوضع الذكريات الحزينة لدى الأعضاء من فقد عزيز لديه يمكنه أن يضع رثاء خاص به وتحميل صورة مقاطع فيديو وهذا الموقع يفرض مشاركة الأحزان والذكريات (5 Tributes) وغيرها وهناك عدد من المواقع التي تختص بلغة معينة كالهندية والباكستانية وغيرها.

٢/ شبكات خاصة بفئات موضوعية معينة:

هذه الشبكات نشأت لتجميع بعض المهتمين بموضوعات بعينها مثل المهتمين بالطب والهندسة وشبكات مهتمة بالكتب والمكتبات أو شبكات شاركت في التعليم عن بعد لبعض المدارس وشبكات ثقافية مختلفة.

وترى الدراسة أن هذا النوع من الشبكات في الاستعمال التفاعلي يستخدم في السودان مثل جامعة السودان المفتوحة والتي تعنى بالتعليم عن بُعد فتستخدم عن طريق شبكة موقعها الخاص بها.

٣/ شبكات مهنية:

ظهرت وانتشرت مثل هذه الشبكات في الآونة الأخيرة لتواجه البطالة واحتياج دول العالم لتنشيط العمل واستخدام هذه التقنية المتطورة لخلق بيئة عمل وبيئة تدريبية مفيدة وحرفية واستقبال سير ذاتية للمشاركين مع استقبال طلب توظيف من جانب الشركات، وتقديم خدمات على مستوى المهن المختلفة وغيرها وأشهر هذه الشبكات (لينكد إن) (Linked In) وتتنوع أشكال التشبيك من أجل الإبداع لتمضي في مسارات شتى منها ما يلي: (غيطاس، 2011م، ص12).

1. تشبيك أدبي بسيط:

يربط بين الأدباء والقاصين والشعراء والنقاد في مجتمع تخيلي واحد أو عدة مجتمعات تخيلية تلتزم التوجيهين السابقين المتعلقين بحرية تناول المعلومات والمصادر المفتوحة لتبادل المساهمات والآراء لاستعراض الإبداع الجديد للصغار والكبار من الأدباء وإدارة الحوار - الجاد حولها وتحقق مستوى من التواصل الداخلي فيما بينهما وخارجي مع الجمهور العام.

2. تشبيك إبداعي مؤسسي:

يحقق نوعاً من الربط والمشاركة، فيما بين المؤسسات الإبداعية المختلفة بما يفتح الطريق نحو حركة تنسيق جادة في جهود التنمية الإبداعية المختلفة تعتمد على تبادل المنافع وتكامل المصادر والموارد داخل مجتمع بين المجتمعات وبعضها البعض فالبعض يملك ذخيرة تراثية عريقة وحضارية والبعض الآخر يملك موارد مالية وفريق ثالث يملك خبرات وكوادر ذات قدرات متنوعة في العمل الإبداعي من خلال مجمع تخيلي - للمؤسسات الإبداعية بمكان الفقر بعيداً فوق العديد من المشكلات والعوائق الروتينية السائدة والمعضلات السياسية المزمنة والانطلاق في تعاون سريع وسهل يمكن أن يحقق مردوداً إيجابياً قد يبدأ بسيطاً لكنه قابل للتعاظم مع الوقت.

3. تشبيك إبداعي فني:

على صعيد السينما والموسيقى والمسرح يتيح التواصل ومشاركة جادة بين مراكز الإنتاج الفني أو يفتح مجالات للتعاون وتبادل الأفكار والمشروعات المشتركة وإعادة عرض التراث الفني العربي عبر الانترنت.

4. تشبيك بحثي علمي:

يربط مؤسسات البحث العلمي والعاملين بها وتحقق قدر من المشاركة في الأفكار والإبداعات وتبادل النتائج وفتح نقاشات أكاديمية علمية حولها وكذلك تبادل المعلومات.

5. تشبيك ومشاركة سياسية:

خاصة في القضايا ذات الصيغة القومية وهو أمر يهتم بموضوع في المنطقة العربية حيال قضايا الصراع العربي الإسرائيلي واحتلال العراق وقضايا السودان وغيرها حيث تشكلت العديد من الروابط والمطبوعات التي تقيم ناشطين سياسيين في مجال حقوق الإنسان في الوطن العربي وغيرها للعمل بصورة مشتركة.

6. تشبيك في مجال النشر والإعلام والكتب والمكتبات والتراث:

لفتح قنوات تبادل المعارف والكتب في مختلف المجالات من خلال المكتبات الرقمية والمستودعات الإخبارية والإعلامية التخيلية المفتوحة ومستودعات النشر الرقمي والمدونات والشبكات الاجتماعية وغيرها مما يتيح موارد ثقافية هائلة أمام المواطن العربي ينهل منها طوال الوقت بصورة مجانية أو بتكلفة زهيدة ويمكن أن يجري توظيف التكنولوجيا لخدمة التشبيك الإبداعي كآلاتي: (شقرة، 2013م، ص179).

1-الإعلان عن أهداف المؤسسات والتجمعات الثقافية والأدبية والفكرية:

من خلال بناء المواقع وقوائم البريد الإلكتروني ومواقع الدردشة والمحادثة والمواقع الإخبارية، وهي أمور لم تكن وسائل التواصل التقليدية تتيحها من قبل حتى في ظل وجود أجهزة الإعلام المسموع والمرئي والوسائل المطبوعة.

2-التنقيب عن المعلومات:

إذا تمثل الانترنت وسيلة مهمة لجمع المعلومات الصغيرة يتم الربط بينها لتشكيل صورة أكبر لمعلومة مهمة حول ما يجري من أنشطة وفعاليات ثقافية.

3- التمويل:

حيث يمكن استخدام الربط والمشاركة عبر الانترنت في الحصول على التبرعات باستخدام التحويلات المالية عبر الانترنت من الجماهير والأطراف المؤمنة بأفكار وأهداف بعض مشروعات الإبداع الكبرى التي تحتاج إلى تمويل.

4- دعم وحشد الطاقات والجماهير:

من خلال المجتمعات التقليدية وعمليات الربط والمشاركة على نطاق واسع يمكن القيام بعملية دعم وحشد جهودهم تحت مظلة برامج ومشروعات واضحة للنشر في محيطهم ومجتمعهم المحلي والقطري.

5-تدعيم البناء التنظيمي والهيكل:

للمؤسسات والجماعات الداعمة والمدافعة عن الإبداع وتحقيق نوع من الترابط المؤسسي والوظيفي بين أعضاء الكيان الواحد أو بين الكيانات والمنشآت المختلفة وهو ما يمكن هذه المنظمات أو المؤسسات من إدارة أنشطتها بأسلوب لا مركزي عبر الانترنت والتنسيق أفقياً .

6-التخطيط والتنسيق:

حيث يمكن استخدام تقنية المعلومات كقناة تسهل التخطيط والتنسيق المشترك سواء على المستوى المعلوماتي والعمل التنفيذي المرتبط بأنشطة الإبداع كتتسيق المؤتمرات وحلقات البحث وورش العمل وإصدار الكتيبات وتنظيم التوعية إلى غير ذلك. وإن تمت صياغة هذه الجهود بطريقة احترافية بأن ذلك يمكن أن يحقق توظيفاً فعالاً وسريعاً لتكنولوجيا المعلومات في انجاز ما يعرف الإبداع من خلال إتاحة المعرفة وهو اتجاه ترى منظمة اليونسكو أنه يجمل صياغة احتمالات طيبة كوسيلة التنمية الثقافية وهو ما يجعلها تطلب مشروع بوابة اليونسكو للمعرفة تحت اسم (الفنون الرقمية) على الانترنت

(<http://portal.unesco.org/culture/en/er.php-URL-ID=I3gI8URL-Do-topicpurl-SECTION=201.html.1-5-2017-12:Pm>)

وهو مشروع إلكتروني معنى بإتاحة ونقل المعارف والممارسات الثقافية والفنية الرقمية إلكترونياً عبر المواقع كوسيلة من وسائل دعم الإبداع.

أنواع المواقع الاجتماعية: (الصادق، مرجع سابق، ص 217).

1/ موقع (تطبيق) ماي سبيس Myspace:

وهو أكبر موقع في شبكة الانترنت للتشبيك الاجتماعي للأصدقاء وما إليهم وقت كتابة النص وهو يقدم لهم أركاناً خاصة لتقديم لمحات من حياتهم الشخصية ومدوناتهم ومجموعاتهم وصورهم وموسيقاهم ومقاطع الفيديو التي يعرضونها في الموقع ويحتوي ماي سبيس على محرك بحث خاص بعرض ونظام بريد إلكتروني داخلي ويستطيع الناس من جميع أنحاء العالم صنع ملفات إلكترونية عن حياتهم والالتحاق بمجتمع خاص وتحديد مواعيد الالتقاء والتشابك المهني، والترويج للأعمال، مشاركة والعثور على أصدقاء الدراسة القدامى والأصحاب، كما يمد

الموقع مستخدميه بمساحة للخصوصية والاندماج الثقافي ويتحاور ملايين الشباب مع الإعلام من خلاله، ويعبرون من خلاله على قيمهم الشخصية والثقافية من خلال شبكة ماي سبيس.(المرجع السابق، ص217).

وقد أصبح مؤخراً من أشهر المداخل الاجتماعية على الشبكة الإلكترونية ويقدم العديد من السمات المختلفة التي تسمح للمستخدمين بتعديل ملفاتهم وإضافة رسوم الجرافيك، والموسيقى، والألوان كما يستطيع المستخدمون أيضاً وضع الملف بصورة خاصة تسمح فقط لم دخلوا كأصدقاء لمشاهدة الصفحة. ولا يتطلب ذلك سوى معرفة المعلومات الأساسية للغة HTML التي تستخدم في بناء صفحات الانترنت كما يقدم أيضاً آلة بحث داخلية ونظام بريد إلكتروني داخلي.

2/ موقع (تطبيق) تويتر Twitter:

يعد موقع تويتر من أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي لما يوفره من انتشار واسع للرسائل القصيرة والروابط والملفات التي يمكن تبادلها بين مشتركيه فالخبر لا يستغرق من الوقت إلا قليلاً ليصل إلى أكبر عدد ممكن من المشتركين مع إمكانية التفاعل مع الخبر بالرد السريع والتعليق والردود العامة والخاصة.

نشأة الموقع: (خميس، 2013م، ص139).

ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Obvious الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007 من حيث تقديم المدونات المصغرة، في أبريل 2007 قامت شركة Obvious بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter .

عن الموقع:

يمكن للمستخدمين الاشتراك في تويتر بشكل مباشر عن طريق الصفحة الرئيسية للموقع، وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب، حيث تظهر آخر التحديثات بترتيب زمني. تدور التحديثات حول السؤال "ماذا تفعل الآن؟" "What are you doing?" والتي لا تتجاوز 140 حرف. وبعد أن يقوم المستخدم بتحديث حالته ترسل التحديثات إلى الأصدقاء. لم يتوقف الموقع عند اللغة الإنجليزية فقط ولكن في أبريل 2008 قام الموقع بإطلاق نسخته اليابانية وذلك لكثرة عدد المستخدمين من اليابان ونشاطهم البارز على الموقع ولقيت النسخة اليابانية استحسان المستخدمين في اليابان وتوقعت بشكل أكبر على النسخة الإنجليزية التي لا تدعم نظام الإعلانات حتى الآن وقد قامت تويتر مؤخراً بالتشارك عبر شبكتها الاجتماعية، حيث كانت هذه الخدمة تقدم من شركات أخرى أمثال Topsy و Tweetmeme .

الانطباعات والصعوبات:

لاقى تويتر استحسان الملايين من المستخدمين والعديد من الشركات العاملة في مجال الإعلام والإنترنت وبالرغم من تكوين خدمات أخرى منافسة لتويتر إلا أن المستخدمين قد ارتبطوا بعلاقة وثيقة مع تويتر ترغبهم على استخدامه. إلا أن الموقع تعرض للكثير من الصعوبات في النصف الأول من عام 2008 بزيادة فترات توقف الموقع عن العمل لعدة أسباب، إما لزيادة عدد المستخدمين على الموقع أو بسبب أعطال في خوادم الموقع أو قواعد البيانات، مما اضطر الكثير من المستخدمين إلى البحث عن بديل لموقع تويتر يلائم رغباتهم.

تقنية الاستخدام:

تم بناء الموقع باستخدام لغة Ruby وباستخدام مكتبتها الشهيرة Ruby on Rails. ويمكن للمطورين استخدام واجهة برمجة التطبيقات لدمج وتطوير تطبيقات يتم استخدامها بين المواقع والشبكات الاجتماعية وبين تويتر.

وفي مايو 2008 قام الموقع بتقديم خدمة Twitter Status أو حالة تويتر وذلك لمتابعة أي مشكلة تحدث مع الموقع وتبليغ المستخدمين بوقت عودة الموقع للعمل إذا توقف <http://status.twitter.com>.

والمواقع أن موقع تويتر سهل كثيراً في نشر الأخبار والتواصل بين بني الإنسان لما به من إمكانيات تضمن لك نشر رسائلك بين أكبر عدد من المشتركين وتزيد أهمية الموقع بزيادة الإقبال عليه ومن ثم زيادة من تصل إليهم الأخبار والرسائل المختلفة ولا يفوتنا أن نذكر أن موقع تويتر كان له الدور الكبير في تجميع الثوار أو إبلاغ بعضهم البعض بأشياء تهتمهم وتساعد على إنجاح الثورة وعدم إجهاضها ..

3/ موقع (تطبيق) يوتيوب Youtube:

شهد موقع يوتيوب youtube الشهير لتبادل أفلام الفيديو نمواً ملحوظاً في عدد من متصفحيه في الآونة الأخيرة وزادت شهرته على مستوى العالم والذي دفع ملكة بريطانيا إليزابيث الثانية بإنشاء قناة خاصة بها تعرض خلالها لقطات فيديو خاصة بها. (علي، 2009م، ص 284).

وتطور الموقع الذي تمتلكه شركة جوجل الأمريكية إلى أن حصل على المركز الثالث في ترتيب المواقع الأكثر زيارة على مستوى مواقع الانترنت وبعد انتشاره الكبير على أجهزة الكمبيوتر للمستخدمين اتجهت إدارة الموقع إلى استغلال الهواتف المحمولة هي الأخرى لتصل بالموقع الأكبر لأكثر عدد من المتصفحين وفي أحدث خدمة من الموقع أعلن القائمون على إدارة يوتيوب أنه سيقدم دعماً كاملاً للهواتف المحمولة دون الحاجة لأي برمجيات خارجية، بحيث يستطيع المستخدم تصفح الموقع واستعراض ملفات الفيديو عبر هاتفه وذلك بالتوجه إلى نسخة الموقع المخصصة للأجهزة المحمولة.

كما أن المتصفح يمكنه تحميل ملفات الفيديو التي يقوم بتصويرها باستخدام هاتفه المحمول مباشرة إلى الموقع عبر نسخته المحمولة والتي أخذت هذا الرابط http://www.youtube.com/blog?entry=sAyN42I_HMI

وتتطلب هذه الخدمة اتصال عالي السرعة أي الجيل الثالث للاتصال G3 حتى يتيح المشاهدة الحية للمحتوى.

وقبل ظهور هذه الخدمة، اعتمدت الهواتف المحمولة الجديدة على تقديم برامج خاصة للتوافق مع موقع يوتيوب، لتضيف لمستخدميها ميزة تصفح الموقع و استعراض محتواه و كان على رأس القائمة هاتف "iPhone" من شركة أبل و الذي قدم توافقاً كاملاً لتصفح الموقع بحرية ومشاهدة أكثر من عشرة آلاف مقطع فيديو.

وفي ظل التطور الذي يشهده الموقع، قام مؤخراً بإجراء بعض التحديثات ليظهر الموقع بثوب جديد أسرع وأبسط من السابق.

وسيعمل الموقع على تقنية Web 2.0 التي يفتقر لها، والاستغناء عن اللون الرصاصي ووضع اللون الأحمر بديلاً له، وسيحتوي على القوائم المنسدلة التي بفضلها سيصبح التنقل والتصفح في الموقع أسهل بكثير وأبسط مما كان عليه.

كما قام الموقع بزيادة الحد الأقصى لحجم ملفات الفيديو التي يمكن رفعها إلى واحد جيجابايت لكل ملف مع الإبقاء على الزمن الأقصى للملف الواحد في نطاق العشرة دقائق، بعد أن كان الحد الأقصى لحجم الملف المرفوع 100MB مما يعني أنه قد تمت زيادته بمعدل عشرة أضعاف مما يفتح الطريق أمام تحميل ملفات فيديو ذات جودة أعلى و أوضح.

كما أطلق الموقع عدد من التطويرات على خدمته في جانب رفع ملفات الفيديو ومشاركتها حيث تم إطلاق برنامج Multi-Video Upload وهو برنامج صغير يمكن استخدامه مع أنظمة ويندوز وتقوم وظيفته على تمكين المستخدم من رفع أكثر من ملف فيديو في نفس الوقت و يقوم البرنامج بإدارة عملية الرفع بشكل كامل.

تطبيقات يوتيوب youtube:

في عام 1993 كان ساكنو العاصمة الانجليزية لندن يراقبون باعتراض شديد الحكومة الانجليزية وهي تبني طريق جديد على أنقاض منطقة زراعية مأهولة بالسكان وقام ساكنو المدينة آنذاك بتسيير مظاهرات احتجاج ضخمة قوبلت بتجاهل وسائل الإعلام التي رفضت إبراز تلك المظاهرات: الأمر الذي دفع اثنين من دعاة حماية البيئة واثنين من منتجي البرامج التلفزيونية إلى الاجتماع من أجل تكوين منظمة تهتم تسمى بالإعلام البديل أو الإعلام الذي يركز على ما تجاهلته أو شوهته وسائل الإعلام المتاحة. (علي، مرجع سابق، ص285).

وبالفعل بدأ هؤلاء الناشطون الأربعة في تكوين منظمة "أندر كارنتس Under Currents" ومنظمة غير هادفة للربح شعارها "كفاكم شرباً من مياه الإعلام السائد" تقوم بتسجيل كل ما يهم المواطنين -بالصوت والصورة- من أحداث تجاهلتها وسائل الإعلام السائدة mainstream media استخدام كاميرات الفيديو، ولذا سُمِّي القائمون على تلك التجربة بـ "نشطاء الفيديو" وأحياناً بـ "محاربو الفيديو!"

4/ موقع (تطبيق) فيس بوك Facebook:

فتح موقع "فيس بوك" الباب على مصراعيه أمام الشركات ومحبي التكنولوجيا ودفعهم إلى إنشاء شبكات اجتماعية على الإنترنت تنافسه، خاصة بعد الشهرة العالمية التي حظى بها والتي تجلت بصورة ملحوظة في العالم العربي والذي تحول فيه هذا الموقع إلى ظاهرة أكثر منه وسيلة للتعارف وتكوين الصداقات.

فمنذ إطلاق فيس بوك في عام 2004، بدأت معه ظهور مرحلة جديدة من استخدامات الإنترنت حيث لم يعد مجرد وسيلة للترفيه بل أصبح وسيلة اجتماعية جديدة تعمل على لم الشمل مرة أخرى لاسيما للأصدقاء المتفرقين لأسباب مختلفة الذين وجدوا من هذه المواقع الغاية

والهدف في نفس الوقت، فاستطاعوا أن ينشأوا صداقات جديدة وأن يعيدوا صداقات سابقة. (خاندفير ، 2012م، ص9)

نشأة الفيس بوك:

عندما جلس مارك جوكربيرج أمام شاشة الكمبيوتر في حجرته بمساكن الطلبة في جامعة هارفارد الأمريكية العريقة، وبدأ يصمم موقعا جديدا على شبكة الانترنت، كان لديه هدف واضح، وهو تصميم موقع يجمع زملاءه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم.

لم يفكر جوكربيرج، الذي كان مشهورا بين الطلبة بولعه الشديد بالانترنت، بشكل تقليدي. مثلا لم يسع إلى إنشاء موقع تجاري يجتذب الإعلانات، أو إلى نشر أخبار الجامعة أو .. ببساطة فكر في تسهيل عملية التواصل بين طلبة الجامعة على أساس أن مثل هذا التواصل، إذا تم بنجاح، سيكون له شعبية جارفة.

وأطلق جوكربيرج موقعه "فيس بوك" في عام 2004 ، وكان له ما أراد. (علي، مرجع سابق، ص287).

فسرعان ما لقي الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفرد، واكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية.

واستمر موقع "فيس بوك" قاصراً على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين. ثم قرر جوكربيرج ان يخطو خطوة أخرى للأمام، وهي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، إذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في 2006 على أن يبلغ العدد 50 مليون مستخدم بنهاية العام 2007.

وفي نفس الوقت قرر أيضا أن يفتح أبواب الموقع أمام المبرمجين ليقدموا خدمات جديدة لزواره، وان يدخل في تعاقدات مع معلنين يسعون للاستفادة من قاعدته الجماهيرية الواسعة. وكان من الطبيعي أن يلفت النجاح السريع الذي حققه الموقع أنظار العاملين في صناعة المعلومات، فمن ناحية بات واضحا أن سوق شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت ينمو بشكل هائل، ويسد احتياجا هاما لدى مستخدمي الانترنت خاصة من صغار السن. ومن ناحية أخرى نجح موقع "فيس بوك" في هذا المجال بشكل كبير.

وكانت النتيجة أن تلقى جوكربيرج عرضا لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار العام الماضي. مليار دولار لا تكفي! إلا أن جوكربيرج، وعمره 23 عاما، فقط فاجأ كثيرين من حوله برفض العرض. (ليفي، 2011م، ص64).

موقع فيس بوك يستخدمه أكثر من 40 مليون فرد حاليا وتوقع كثيرون أن يندم على هذا الرفض، خاصة وأنه جاء بعد عام واحد فقط من قيام شركة "نيوزكوربوريشن"، التي يمتلكها المليونير الاسترالي روبرت ميردوخ، بشراء موقع "ماي سبيس"، وهو موقع للعلاقات الاجتماعية، بمبلغ 580 مليون دولار.

أما سبب رفض جوكربيرج لهذا العرض فيرجع إلى انه رأى أن قيمة شبكته أعلى كثيرا من المبلغ المعروض. وحسبما قال في مقابلة مع صحيفة فاينانشيال تايمز البريطانية فإنه "ربما لم يقدر كثيرون قيمة الشبكة التي بنيناها بما تستحق". وأضاف أن عملية الاتصال بين الناس ذات أهمية بالغة، و"إذا استطعنا ان نحسنها قليلا لعدد كبير من الناس فان هذا سيكون له اثر اقتصادي هائل على العالم كله".

واثبت واقع الحال انه كان محقا في رفضه هذا العرض. فقد قالت صحيفة "وول ستريت جورنال"، ابرز الصحف الاقتصادية الأمريكية، الاثنين إن شركة ميكروسوفت تسعى لشراء 5%

من قيمة "فيس بوك" بقيمة من 300 إلى 500 مليون دولار، الأمر الذي يعني أن قيمة فيس بوك" الكلية تصل إلى مبلغ من ستة إلى عشرة مليارات.

أحلام ومشكلات أمام جوكربيرج مشروعات كثيرة، فهو مثلاً يريد أن يستمر النمو في مستخدمي الشبكة بحيث يتضاعف عدد المستخدمين كل ستة أشهر، ويريد تقديم المزيد من الخدمات التفاعلية في شبكة "فيس بوك"، وان كان جوكربيرج لا يفضل عموماً الحديث عن خططه طويلة الأجل. إلا أن الطريق ليس سهلاً. هناك منافسة شرسة من عدة مواقع للعلاقات الاجتماعية، أبرزها موقع "ماي سبيس" الذي سيبلغ عدد مستخدميه أكثر من 200 مليون فرد، ويعد أكبر شبكة للعلاقات الاجتماعية في العالم.

هناك أيضاً تقارير تحدثت عن قيام فيس بوك بتطوير نظام يسمح للمعلنين باستخدام المعلومات التي يقدمها مستخدمو الشبكة عن أنفسهم، وهو ما ينفيه زوكربيرج إذ أن مثل هذا النظام يثير تساؤلات عن مدى الخصوصية التي يتمتع بها مستخدمو الشبكة. ومن جانبها تؤكد الشبكة أنها حريصة على القيام بكل ما هو ممكن لحماية مستخدميها. (جرار، 2012م، ص73).

النجاح الذي حققه موقع فيس بوك دفع شركات كبيرة إلى السير على نفس الدرب حيث بدأت شركة جوجل دخول منافسة جديدة ليست مع ياهو أو مايكروسوفت هذه المرة ولكن مع موقع فيس بوك، فبعد الانتشار الهائل الذي صاحب هذا الموقع وتحوله إلى أشهر موقع للشبكات الاجتماعية على الإنترنت، تقوم حالياً جوجل بإنشاء وإعداد شبكة إلكترونية حديثة على الويب لتوزيع تطبيقات الشبكات الاجتماعية التي يتم عبرها تبادل البرامج ومقتطفات الفيديو كليب والملفات الموسيقية.

وتعترم جوجل الإعلان عن تفاصيل موقعها الجديد الخاص بالشبكة الاجتماعية الجديدة في الفترة القادمة على الرغم من إعلانها عن البدء في إنشاء هذه الشبكة الجديدة .

وتهدف جوجل من وراء هذه الخطوة إلي إنشاء مكان وموقع واحد يجمع ويضم أدوات وتقنيات لمطوري البرامج الذين يستطيعون إنتاج أدوات وبرامج كمبيوتر تهدف إلي تسهيل عملية تبادل ملفات الفيديو والملفات الموسيقية والصور الرقمية علي مواقع الإنترنت المتعددة بالشبكة الدولية للمعلومات وهي المواقع التي بدأت في الانتشار مؤخراً ومن بينها موقع شبكه فيس بوك ونيوز كورب وماي سبيس وغيرها. (البسيوني ، 2009، ص8-12).

5/ موقع (تطبيق) لينكد إن LinkedIn:

لينكد إن هو موقع على شبكة الإنترنت يصنف ضمن الشبكات الاجتماعية، تأسس في ديسمبر كانون الأول عام 2002 وبدأ التشغيل الفعلي في 5 مايو 2003 يستخدم الموقع أساساً كشبكة تواصل مهنية. في يونيو 2012 بلغ عدد المسجلين في الموقع أكثر من 175 مليون عضو من أكثر من 200 دولة.

متوفر بـ 19 لغة عالمية، منها الإنجليزية والفرنسية والألمانية والإسبانية والبرتغالية والروسية والتركية واليابانية. بحسب شركة كوانتكاست في شهر أكتوبر 2012 فإن لينكد إن يزوره شهرياً أكثر من 42.7 مليون زائر فريد من داخل أمريكا، وأكثر من 117.2 مليون زائر فريد من أنحاء العالم. في مايو 2011 بدأت أسهم لينكد إن تداول في بورصة نيويورك.

المميزات:

الغرض من الموقع هو أنه يتيح للمستخدمين الاحتفاظ بقائمة تواصل مع الأشخاص الذين لهم بهم علاقة ما، تسمى "العلاقات أو الاتصالات Connections". المستخدمين يستطيعون دعوة أي شخص (سواءً كعضو أو في الموقع أم لا) ليصبح في قائمة الاتصالات، إذا رد المدعو على الدعوة بـ "لا أريد" أو "بريد مزعج" فإن ذلك يحسب ضد الداعي. أيضاً إذا حصل الداعي على الكثير من الاستجابات المبالغ فيها فإن ذلك قد يقيّد حسابه أو يغلقه.

العديد من الفوائد والميزات يقدمها الموقع، منها: (شقرة، مرجع سابق، ص8).

1. يستفاد من شبكة التواصل تعزيز العلاقات مع أولئك الموجودين في قائمة الاتصالات، إضافة لذلك يمكن استخدامها للتعرف على أشخاص آخرين ومعرفة المزيد عنهم من خلال الاتصال المتبادل.

2.المشاركين يستطيعون تحميل سيرهم الذاتية، وترتيب ملفهم الشخصي بعرض وإبراز أعمالهم في قائمة التواصل.

3. يمكن استخدامها لإيجاد وظائف، أو أشخاص، أو فرص عمل ينصح بها شخص ما في قائمة التواصل.

4. أصحاب العمل يستطيعون وضع قائمة بالوظائف المتوفرة لديهم والبحث عن مرشحين محتملين ومناسبين لها.

5. الباحثين عن عمل يستطيعون استعراض الملفات الشخصية لمديري التوظيف في الشركات.

6. المستخدمين يستطيعون إضافة صورهم الشخصية ومشاهدة صور المستخدمين الآخرين للمساعدة في تحديد الهوية.

7. المستخدمين يستطيعون متابعة شركات مختلفة والحصول على إشعارات بجديد تلك الشركات.

ومن مميزات الموقع خدمة إجابات لينكد إن وهي شبيهة بخدمة إجابات غوغل وخدمة إجابات ياهو، حيث تتيح للمستخدمين السؤال والحصول على إجابات من المشاركين في لينكد إن، كما أنها خدمة مجانية، والفرق الرئيسي بينها وبين خدمات الإجابات السابقة هي أن إجابات لينكد إن مخصصة تقريبا للمجال الوظيفي والمهني، كما أن هويات الأشخاص السائلين والمجيبين معروفة. في منتصف 2008 أعلنت الشركة عن إطلاق

خدمة لينكد إن دايركت آدس وهي عبارة عن شكل من أشكال الرعاية عبر الإعلان في الموقع. في أكتوبر 2008 أعلنت لينكد إن عن خططها في إطلاق نموذج جديد لخدمتها وسيخصص من الشركات إلى الشركات، حيث يبدو بعد اختباره أنه سيحقق أرباح أكبر من تلك التي تجنيها لينكد إن من الإعلانات. ميزة أخرى وهي خدمة لينكد إن للاستطلاع والتصويت، حيث أعلنت لينكد إن في ديسمبر 2011 عن إطلاق خدمة التصويتات ليستفيد منها أكثر من مليون مجموعة موجودة في الموقع.

6/ هاي فايف:

هاي فايف أو هاي خمسة (Hi5): هو موقع ويب وشبكة اجتماعية (network Social) أمريكي. أسس الشركة رامو يلمنشي سنة 2003 Bill Gossman. عين المدير التنفيذي في أبريل 2009. و Alex St John انضمت إلى الرئيس ومنظمة السياحة القبرصية في نوفمبر 2009. في أول 2010 اشترت هاي فايف شركة بيغ سيكس للألعاب.

الإمكانيات:

في هاي فايف، يصنع كل مستخدم صفحة شخصية "بروفایل" له، ويمكن للمستخدم وضع صور وموسيقى والمزيد في صفحته الشخصية. تسمح هاي فايف أيضا للعب بألعاب "أونلاين" على الويب، وتسمح أيضا للمستخدمين ان يبعثوا الطلبات عبر البريد الإلكتروني لبعضهم البعض. يمكن في هاي فايف بعث طلبات أصدقاء، يستطيع المستخدم الذي عنده طلب لصديق، ان يقبل أو لا أو أن يمنع المستخدم الذي طلب "بلوك". إذا قبل الطلب، سيكونان الاثنان متصلان ببعضهما البعض ويظهر الذي طلب الصداقة في قائمة أصدقاء الذي قبل الصداقة والعكس صحيح. ومكان لمقابلة الأصدقاء الجدد والقدماء. يجمعك مع الأشخاص الذين لم تراهم منذ مدة ويربطك بهم ويعرفك على أشخاص جدد. كل ذلك مجانا. يمكنك رؤية شبكة الأصدقاء ومراسلتهم والبحث في صورهم والتعليق عليها.

في أوائل 2010، بدأت هاي فايف بالانتقال التدريجي من موقع شبكة اجتماعية إلى موقع ألعاب اجتماعية وفتحت لمبرمجي ألعاب جدد .

سوق الأسهم:

وفقا لـ comScore في عام 2008 كانت Hi5 ثالث شبكة اجتماعية شعبية من حيث عدد الزوار شهريا. على الرغم من أنها أنشئت في الولايات المتحدة ومقرها أيضا في الولايات المتحدة، فهي مشهورة أكثر في بلدان أخرى، لاسيما في أمريكا اللاتينية. صنفت في المرتبة 37 في العالم (فقط بين الناس الذين لديهم شريط أدوات اليكسا مثبتا على المستعرض الخاص بهم) لكن فقط في المرتبة 84 في الولايات المتحدة.

7/ موقع (تطبيق) آوه ماي نيوز:

يمثل الموقع الكوري OhMyNews الإخباري النموذج الأكثر شهرة لصحافة المواطن وهو يضع شعار يقول: أي مواطن هو صحفي Every Citizens Reporter وتقوم فكرته (129) على إزالة الوسيط بين القارئ والصحيفة أي إلغاء وظيفة المحررين والصحفيين ليكون بذلك القراء هم من يحررون الأخبار والمقالات وهم يقرؤونها ويقيمونها ويضع شعرا لذلك يقول (الصحافيون ليسوا فصيلاً فريداً من البشر، أي مواطن باستطاعته أن يكون مراسلا. (الصادق، مرجع سابق، ص214).

أسس الموقع أويون هاو Oh yeon Ho في 22/فبراير/2000 وهو الأول في العالم الذي يقبل مواد يحررها المواطنون قراء الموقع ويمثل ما يكتبه فريق المحررين العالمين فيه 20% بينما يشارك أكثر من 40% مواطن مراسل في الكتابة تزويد الموقع بالأخبار وقد مثل الموقع ظاهرة مواطن مراسل في الكتابة وتزويد الموقع بالأخبار وقد مثل الموقع ظاهرة الإعلامية لها آثارها الاجتماعية والسياسية ثم أصبح له بمرور الأيام تأثيره الكبير في الحياة العامة في كوريا ومثل أداة رئيسية للإعلام السياسي وقياس الرأي العام أيام الانتخابات ديسمبر/2002 في كوريا

الجنوبية للدرجة التي قدم فيها الرئيس المنتخب روهمو هيوم Rohmoo Hyum أول أحاديته الصحفية للموقع وينطلق الموقع من مبدأ بسيط وضعه مؤسسه مفاده من المخبر الصحفي وهو الذي يملك معلومة أو خبر يريد مشاركته العالم بها ولا حاجة لها إلى شهادة ولا بطاقة صحفية بل يكفي حصوله على الانترنت وعلى آلة التصوير الرقمية ينقل تلك الكارثة التي حصلت في الحي. ويعتمد الموقع على فريق محدود من المحررين يقوم عملهم على مراجعة الأخبار والمقالات عقب تسليمها أما الطريقة التي تتم فيها المراجعة فهي تتمثل في التأكيد من هوية وخلفية مرسل المادة ومن ثم التحقق من صحة المعلومات التي يتضمنها التقرير وذلك من خلال الاتصال بالمصادر والتأكد من الحقائق ويقدم الموقع دليلاً وشرحاً لتحسين طرق الكتابة كما يمكن الاتصال بالموظفين للاستفسار عن أي نقطة ويعتمد الموقع على مبدأ المصادر المفتوحة التي أشرنا إليها سابقاً والتي ستكشف مزاياها موقع الويكي الإخباري.

8/ موقع (تطبيق) Flickr

يعتبر موقع Flickr نموذجاً لواحدة من أهم تطبيقات صحافة الجمهور في بعدها المتمثل في توزيع الصور، وقد أسهم الموقع في مناسبات مختلفة في أن يكون بديلاً حياً لوكالات الأنباء مثلما حدث أيام تفجيرات قطارات الأنفاق في لندن وفي أحداث تسونامي. فهو موقع لمشاركة الصور، وحفظها وتنظيمها، وهو أيضاً جمعية لهواة التصوير على الانترنت، بالإضافة إلى كونه موقعاً مشهوراً للتشارك في الصور الشخصية، يتم استخدام الموقع من قبل المدونين من خلال إعادة استخدام الصور الموجودة فيه، أخذ الموقع شهرته من خلال ابتكاراته كإضافة التعليقات Comments، من قبل الزائرين وكلمات المفاتيح Tags.

تم تطوير موقع فليكر في سنة 2002 من خلال شركة لودي كورب (Ludicorp) في فانكوفر في كندا. قامت الشركة بإطلاق فليكر لأول مرة في فبراير 2004. ظهرت الخدمة من الأساس عندما قامت الشركة بتأسيس لعبة جماعية عملاقة على الإنترنت. وفي مارس

2005، اشترت شركة ياهو شركة لودي كورب وفليكر. خلال أسبوع من 28 يونيو تم نقل جميع محتوى الموقع من الأجهزة الخادمة في كندا إلى الولايات المتحدة، ونتيجة لذلك خضعت المعلومات للقوانين الفيدرالية الأمريكية.

في 16 مايو 2006 حول فليكر من الإصدار التجريبي (بيتا) إلى غاما مع تغييرات في التصميم. بحسب قسم الأسئلة التي يتردد طرحها في موقع فليكر، سمح فليكر أيضاً لمستخدميه بتنظيم صورهم كمجموعات شخصية أو مجموعات عامة تشترك في صفات معينة أو كليهما معاً. يستطيع الشخص إضافة الصورة إلى مجموعة شخصية واحدة أو أكثر من مجموعة شخصية أو عدم إضافتها لمجموعة مطلقاً.

أما برنامج المنظم Organizer: هو برنامج مبني على الشبكة (web application) لتنظيم الصور الموجودة في حساب فليكر. يسمح للمستخدمين بتعديل كلمات المفاتيح، ووصف الصور، وتنظيم أو إضافة الصور في مجموعات شخصية، وإضافة الصور في مجموعات عامة، وإضافة صور على خريطة للعالم كحزم. (أبو العطاء، 2000، ص11).

يوفر فليكر خدمة حفظ الصور بشكل عام للزائرين حيث يستطيع أي متصفح للموقع مشاهدتها أو يستطيع محمل الصور جعلها خاصة فلا تتوفر إلا لصاحب الحساب أو من يسمح هو لهم بمشاهدتها. يستطيع المستخدم عند تحميل الصور أن يحدد من يستطيع مشاهدة الصور أو لا. الصور الخاصة يشاهدها مالك الحساب بشكل دائم، ولكنه يستطيع تحديد الصور المسموح مشاهدتها للعامة أو من يختارهم هو. أيضاً يستطيع المستخدم مشاركة الصور الخاصة في المجموعات العامة لو أراد.

9/ موقع الويكي Wiki

هي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها، حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة جماعية، أشهر هذه المواقع ، موقع Wikipedia وهو الموسوعة التي تضم ملايين المقالات بمعظم لغات العالم.

كلمة الويكي Wiki بلغة شعب جزر هاواي الأصليين تعني: بسرعة، أما بلغة التكنولوجيا فهي تعني نوع بسيط من قواعد البيانات التي تعمل في شبكة الانترنت. وفي عام 1995 م قام كل من وارد كينغهام وبوليوف بإنشاء أول موقع ويكي وهو WikiWikiWeb والذي شكل مجتمعاً متعاوناً مفتوحاً للجميع، حيث يمكن لأي شخص أن يشارك في تطوير وزيادة محتويات الموقع، منذ ذلك الوقت وحتى اليوم ظهرت برامج ويكي كثيرة واعتمدت الكثير من المواقع على هذه البرامج والهدف هو تبسيط عملية المشاركة والتعاون في تطوير المحتويات إلى أقصى حد ممكن. وهذا التطبيق تتوافر فيه خاصيتان: (عبدالحميد ، 2009، ص139-140).

1. إمكانية التعديل بواسطة المستخدم الزائر (أو الأعضاء المصرح لهم) دون الحاجة إلى برامج أو تطبيقات أخرى من أي نوع.

2. إمكانية إدراج رابط لصفحة تنشأ عن طريق كلمات الويكي

بعض الانتقادات الموجهة لهذا الموقع:

أ. غياب المصادقية

ب. عدم الثقة في محتواها.

ج. عدم ضمان الجودة.

وفي تقديري مهما كانت الانتقادات الموجهة لهذا الموقع، فذلك لا يقلل من الدعم الخاص للتعاون والمشاركة وتشجيع المستخدمين على التواصل مع الغير وإنشاء الشبكات الاجتماعية ودعمها.

10/ البودكاست:

هي خدمة تتيح الحصول على ملفات الصوت والفيديو من موقع معين بمجرد أن تدرج فيه، دون الحاجة إلى زيارته في كل مرة وتحمل المحتوى يدوياً، فالمستخدم الذي يملك تطبيقاً على جهازه كتطبيق iTunes Apple مثلاً، يمكنه الاشتراك في خدمة البودكاست لأي موقع يريد بشرط أن يقدم الموقع هذه الخدمة، ثم يقوم iTunes بتحميل الملفات الجديدة أوتوماتيكياً في حال توفرها.

11/ المنتديات:

هي عبارة عن برامج خاصة تعمل على الموقع الإعلامي أو أي مواقع أخرى ذات طابع خاص، أو عام على شبكة الانترنت- مثل المواقع المتخصصة- وتسمح بعرض الأفكار والآراء في القضايا أو الموضوعات المطروحة للمناقشة على الموقع، وبتاحة الفرصة للمستخدمين أو المشاركين في الرد عليها ومناقشتها فوراً، سواء كان ذلك مع أو ضد الآراء أو الأفكار المطروحة، دون قيود على المشاركين باستثناء القيود التي يضعها مسئولو المنتدى من خلال نظام الضبط والتحكم المقام على البرنامج. (أبو عيشة، 2009، ص222).

وهي واحدة من تطبيقات المشاركة والتفاعل والإعلام البديل التي جاءت بها الشبكة بما يحقق للجميع إسماع أصواتهم، وهي في الوقت نفسه مجموعة من البرامج المختلفة تعمل على تطبيق هذا النوع من التواجد الحي للتجمعات على الانترنت، وهي نشاط يعود إلى حوالي عام 1995 العام الذي بدأت فيه المنتديات في الظهور، وتمثل مرحلة انتقالية أو تطويرية من النشرات الالكترونية BBS، ومجموعات الأخبار التي سادت في الثمانينيات وبداية التسعينيات، لتخلق نوعاً من المجتمعات الافتراضية التي تدور غالباً حول موضوع معين أو بلد أو مجموعة من الموضوعات.

12/ تطبيق واتس اب WhatsApp:

هو تطبيق تراسل فوري، محنكر، ومعدد المنصات للهواتف الذكية. ويمكن بالإضافة إلى الرسائل الأساسية للمستخدمين، إرسال الصور، الرسائل الصوتية، الفيديو والوسائط. تأسس ال WhatsApp في عام 2009 من قبل الأمريكي بريان أكتون والأوكراني جان كوم (الرئيس التنفيذي أيضاً)، وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو!، ويقع مقرها في سانتا كلارا، كاليفورنيا. يتنافس WhatsApp مع عدد من خدمات الرسائل الآسيوية (مثل LINE، KakaoTalk، وWeChat)، تم إرسال عشرة مليارات رسالة يومية على ال WhatsApp في آب 2012، كما زادت مليارين في نيسان 2012 ومليار في أكتوبر الماضي. وفي ال 13 من يونيو 2013، أعلنت WhatsApp على تويتر ، أنها قد وصلت سجلاتهم اليومية الجديدة إلى 27 مليار رسالة. وقد قامت شركة الفيس بوك بشراء الواتس آب في 19 فبراير من العام 2014 بمبلغ 19 مليار دولار أمريكي. والواتس آب متاح لكل من: أي فون، بلاك بيري، أندرويد، سمبيان، ويندوز فون 7 فقط (وعلى أي باد بصورة غير رسمية). ويتزامن مع جهات الاتصال في الهاتف، لذلك لا يحتاج المستخدم لإضافة الأسماء في سجل منفصل. (2016/5/8 الساعة الثانية ظهراً. <http://www.businessweek.com/articles>)

المخاوف الأمنية:

احتمالية وجود ثغرات للتجسس على المستخدم عبر واتس آب من خلال تسريب الصور أو الفيديوهات أو المعلومات المتبادلة بين الأطراف . وترى الباحثة أن الواتساب رغم المخاوف الأمنية إلا أنه موقع أكثر تفاعلية مع بقية مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى هذا بجانب استخدامه الاقتصادي للاتصالات بي الناس في جميع أنحاء العالم وذلك لما يحتويه من محادثات وصور وفيديو كل وسائل الإعلام والتفاعلية غيرها عبر الواتساب.

استحواذ فيس بوك:

أعلن موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك في 19 فبراير 2014، عن استحواذه على برنامج «واتس آب» في صفقة قدرت بمبلغ 19 مليار دولار أميركي مقسمة بين مبلغ يدفع نقداً وبين أسهم في شركة فيس بوك.

تطبيقات منافسة:

أ. بلاكبيرى ماسنجر.

ب. شات أون.

ج. لاين.

مخترع الواتساب:

من جد وجد ومن طلب العلا سهر الليالي، هذا ما طبقه الشاب الأوكراني جان كوم (37 عاماً)، إذ لم يمنعه الفقر والحرمان من تحقيق أهدافه ورؤيته في الحياة، واختار لنفسه صديقاً وفياً عمالماً على اختراع خدمة رسائل متطورة، أثمرت اليوم عن إبرام صفقة بالمليارات مع كبرى شركات التقنية.

تصدر جان كوم نهاية الأسبوع الماضي الصفحات الأولى للصحف العالمية، بعد بيعه تطبيق "واتس آب" لـ فيس بوك بمبلغ 19 مليار دولار، الخميس الماضي.

اجتمع كوم وصديقه بريان أكتون وجيم جويتز من شركة سيكوييا في مبنى أبيض مهجور، كان سابقاً مؤسسة للخدمات الاجتماعية، حيث كان كوم يقف في الطابور في انتظار دوره لتسلم كوبونات الإعانة الحكومية، ولكن مواعده هذه المرة في ذلك المكان كان لتوقيع صفقة بالمليارات، يبيع من خلالها خدمة واتس آب، التي حققت 20 مليون دولار إيرادات في العام الماضي إلى أكبر شبكة اجتماعية في العالم "فيس بوك".

ولد كوم، الذي يمتلك 45% من حصة واتس أب وفقاً لفوربس في قرية صغيرة خارج كييف، بأوكرانيا، وهو الابن الوحيد لربة بيت، ومدير لمشاريع البناء عمل على تشييد المدارس والمستشفيات. عاش كوم في بيت صغير من دون ماء ساخن ولا كهرباء ولا هاتف، ولكنه اليوم يتوق إلى تلك الحياة البسيطة التي صنعت منه رجلاً مثابراً .

13/ أوركوت Orkut:

هو موقع اجتماعي تحت ملكية شركة قوقل، أسس في يناير 2004م.

14/ موقع (تطبيق) سكايب Skype:

هو عبارة عن برنامج تجاري تم ابتكاره من قبل كل من المستثمرين السويدي نيكولاس زينستروم والدنماركي يانوس فريس مع مجموعة من مطوري البرمجيات.

يمكن برلمج سكايب مستخدميه من الاتصال صوتياً (هاتفياً) عبر الانترنت بشكل مجاني بالنسبة لمستخدمي هذا البرنامج، لكن مع تكلفة بسيطة في حال الاتصال بخطوط الهاتف الثابتة أو الجوال.

وقد اشترت شركة مايكروسوفت هذا البرنامج بمبلغ 8.5 مليار دولار في مايو 2008م. بتطوير برنامج سكايب واستحداث خدمة جديدة تسمى اسكايب في مساحة العمل (Skype in the work space) وهي خدمة خاصة برجال الأعمال والشركات الصغيرة الحجم حيث تتيح هذه الخدمة لهم الإعلان عن منتجاتهم والترويج لها. كما تتيح لعملاء خدمة الاتصال والتفاعل مع عملاء شركاتهم وزبائنهم، إضافة إلى الكثيرين ممن يتوقع تعاملهم مع الشركة ومنتجاتها وخدماتها. ويستخدم هذا البرنامج في المؤسسات التعليمية للتدريس والمحاضرات كما يستخدم سكايب في نقل الأخبار وإجراء المقابلات التلفزيونية مع مراسلي وكالات الأنباء ومع المحللين السياسيين والعسكريين.

مزايا برنامج سكايب:- (شقرة، مرجع سابق، ص78).

1. يمكن تحميله وتثبيته مجاناً وبسهولة.
2. انخفاض تكلفة الاتصال عبر الانترنت وعبر الخطوط الأرضية والمحمولة قياساً بتكاليف الاتصال الهاتفي الأرض.
3. يمكن الاتصال عن الصوت والصورة والكتابة حيث يوفر خدمة من تتحدث معه في بث حي ومباشر مع درجة جودة ووضوح عاليتين.

15/ البريد الإلكتروني ويسمى الإيميل (E.mail)

وهو أسلوب لتبادل الرسائل إرسالاً واستقبالاً عبر نظم الاتصالات الإلكترونية وشركة الانترنت أو عبر شبكات الاتصال الخاصة بمنظمات وشركات ومؤسسات معينة. (تابسكوت، 2012م، ص97).

يشبه البريد الإلكتروني العادي من حيث أن لكل شخص صندوق بريد برقم خاص وفي عالم الانترنت هنالك صناديق بريد تمثلها مجلدات أو وحدات تخزين على جهاز الخادم والوصول عليها لا يحتاج إلى كلمة السر الخاصة بصاحب البريد واسم المستخدم وأحياناً بعض الترتيبات على البرامج ولكي تستخدم البريد الإلكتروني لابد أن يكون لديك عنوان بريدي (Email address) حيث يكون العنوان باسم المستخدم name user ويكون الجزء الواقع على يمين Domain@.... وهو يدل على المؤسسة التابع لها شخص. وعادة يكون من ثلاث أحرف حسب نشاط المؤسسة مثل com نشاط تجار Gov نشاط حكومي (مؤسسة حكومية) net شبكة edu مؤسسة mail مؤسسة حربية org منظمة.

ثانياً : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي: (حجاب، 2005م، ص95).

أولاً : التفاعلية

هذه السمة لم تكن تميز سوى أشكال الاتصال المواجهي، بينما كان الاتصال الجماهيري يفقدها تماماً وتعني التفاعلية Inter activity انتهاء فكرة الاتصال الخطي Liner أو الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقي فهو ما كان يتم به الاتصال الجمعي أو الجماهيري أو النقفي اعتماداً على وسائل الاتصال الجماهيري التقليدي كما أن التفاعلية في نظم المعلومات الرقمية تمنح المستخدم User وهو المتلقي في عملية الاتصال تأثيراً يمتد إلى السيطرة على المخرجات ما دام تتوافر في البرامج الطرق المتعددة للاقترب من المعلومات أو المحتوى Access والتي أصبحت مطلباً في كل برامج الاتصال الرقمي معظمها وتميز هذا البرنامج بالتفاعلية ويشير إليها بعض المؤلفين بتعدد نقاط crossroud التي توفر للمتلقي الاختيارات المتعددة القائمة على تصميم للبرامج يلبي حاجاته من عملية الانتخاب.

ثانياً : التنوع

التنوع من تطور المستحدثات الرقمية في الاتصال وتعددتها بالإضافة على ارتفاع القدرة على الإنتاج والتخزين والإشارة للمحتوى الاتصالي إلى التنوع في عناصر العملية الاتصالية التي وفرت للمتلقي اختيارات أخبر لتوظيف عملية الاتصال فيا يتفق مع حاجاته ودوافعه للاتصال وتمثل ذلك في الآتي:

1. تنوع أشكال الاتصال المتاحة من خلال وسيلة رقمية واحدة هي الحاسب الشخصي P.C

2. تنوع المحتوى الذي يختاره على المواقع المنتشرة على شبكة الانترنت.

ثالثاً : التكامل

مظلة اتصالية تجمع بين نظم الاتصال وأشكالها والوسائل الرقمية المختلفة والمحتوى بأشكاله في منظومة واحدة توفر للمتلقي الخيارات المتعددة في إطار متكامل integrated فالفرد يمكنه أن يختار من بينها ما يراه مطلوباً للتخزين أو الطباعة.

رابعاً : الفردية والتجزؤ:

يرفع لاتصال الرقمي من قيمة الفرد وتميزه عندما توفر برامجه المتعددة وبروتوكولاته قدراً كبيراً من الخيارات التي منحت أطراف الاتصال حرية أوسع. في التجوال والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة من عملية الاتصال.

خامساً : تجاوز الحدود الثقافية

نتيجة توفر إمكانية الاتصال ورخص تكلفتها مما أدى إلى تجاوز الحدود الجغرافية وتميز الاتصال بالعالمية أو الكونية Globalization فسقوط الحواجز الثقافية بين الأطراف سوى على المستوى الثنائي أو الجمعي الذي يحقق أهداف هذه الأطراف أو على المستوى الجماهيري والثقافي أن مواقع التواصل الاجتماعي قد تجاوزت الحدود والحواجز الثقافية بين الشعوب.

سادساً : تجاوز وحدة الزمان والمكان

لا يفترض فيه تواجد أطراف عملية الاتصال في مكان واحد من ما هو الحال في الاتصال المواجهي والذي كان شرطاً لتوافر عنصر المرونة والتفاعلية من الاتصال ويفقدها بالتالي بالاتصال الجماهيري الذي كان يعقد ويصعب مهمة رجوع الصدى من المتلقي، نظراً لأن الاتصال يتم عن بعد ويصعب اللقاء القائم بالاتصال أو المتلقي.

سابعاً : التشبيك:

من جدوى الأنظمة الرقمية والسياسية والإدارية والدينية الرسمية والأهلية السائدة في المجال السياسي وأنشطته تفاعلية السياسيين والاجتماعيين والدينيين والمعارضين.

يتلخص هذا المبحث في أنواع وخصائص المواقع الاجتماعي التي تطرق لها الكُتاب والباحثين، حيث أكدت كتاباتهم أن هذه المواقع تميزت بتجاوز الزمان والمكان والمرونة.

وترى الباحثة أن من الخصائص المميزة للاتصال الرقمي انخفاض تكلفة الاتصال أو الاستخدام ونظراً لتوفر البنية الأساسية للاتصال والأجهزة الرقمية وانتشارها وكذلك تطور برامج المعلومات ونظم الاتصال بتكلفة زهيدة مما شجع المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي على الاستغراق Flow وفي هذه البرامج بهدف التعلم لأوقات طويلة في إطار فردي كما يساعد تطور برامج النصوص الفائقة والرسائل الفائقة على طول فترة التجوال Navigation بين المعلومات والأفكار التي تضمنها لأغراض اكتساب المعلومات أو التسلية لذلك فإن فترة استخدام الحاسب أو برامجه تفوق في كثير من الأحيان الفترات التي يستقطعها الفرد من وقته للقراءة أو المشاهدة أو الاستمتاع.

المبحث الثالث

تقويم مواقع التواصل الاجتماعي

أولاً: التقويم الاجتماعي:

لا شك أن شبكة الانترنت تحتوي مواقع مفيدة كما أنها أدت للبشرية خدمات في مجال الاتصالات والتواصل بين العالم حتى تفشت مقولة العالم أصبح اليوم قرية صغيرة إلا أنه بقدر ما هو مفيد يقدر ما له تأثيرات اجتماعية سالبة وتتمثل مخاطرها في: الانفتاح الهائل والإمكانيات الرهيبة التي توفرها لمن يريد الدمار والإفساد للبشرية. (المكاوي، ب ت، ص161).

أساليب الإفساد في شبكة الانترنت:

تتمثل الأساليب في الآتي:

1. منتديات الحوار:

وهي يراد بها أن تكون منتديات للتواصل الثقافي بين البشر إلا أن هذه المنتديات تستخدم لنشر والرسائل والصور والأفلام الإباحية والمواقع الجنسية.

2. عرض الصور والأفلام الإباحية.

حيث يغري الشباب بالعلاقات العاطفية والمناظر الإباحية ويجذبهم بالصور والأفلام فهو يقدم الإدمان على الموسيقى. فلقد بلغت الأموال المنفقة على الصفات الإباحية ثلاثة مليار دولار وقامت إحدى الشركات بدراسة عدد الزائرين لتلك الصفحات الإباحية فوجدت أن بعضها يزورها وطلبي ثلاثمائة ألف يومياً وإن أحدها زارها خلال عامين 44 زائر وإن إحدى المواقع لديه 300 ألف صورة خليعة تم توزيعها أكثر من مليار مرة.

3. التراسل والتخاطب الإلكتروني:

وخطورة هذا الأسلوب هو في وصول مادة الفساد إلى أناس لا يرغبون بها ولا يقصدونه بتعاملهم مع الانترنت وكثيراً ما يجد أولئك المستخدمين رسائل قد تدعوهم للإطلاع على مواقع مفيدة وإذا بها مواقع هدامة أو رسائل متبادلة للتعارف وتبادل الصور.

4. التقويم الأخلاقي لسوء استخدام الانترنت:

- 1-فتح باب الفساد الأخلاقي والجرائم الأخلاقية.
 - 2-أمراض الانترنت النفسية مثل الانطواء والعزلة وفقدان التركيز.
 - 3-الإدمان على مشاهدة المواقع الإباحية.
 - 4-التردي الأخلاقي المتتابع من الشهوات المحرمة.
 - 5-يغري الشباب بالعلاقات العاطفية والمناظر الإباحية خصوصاً طلاب الجامعات لأنهم في مرحلة خصبة بالعواطف. (المكاوي، المرجع السابق، ص162).
- ويرى عبدالرحمن بن إبراهيم الشاعر أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيرات اجتماعية إيجابية وسالبة على النحو التالي: (الشاعر، 2015م، ص68).
- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:**

1. الاستخدامات الاتصالية الشخصية:

وهو الاستخدام الأكثر شيوعاً ولعل الفكرة الأولى للاستجابات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة

وخلق جو لمجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالباً ، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية.

2. الاستخدامات التعليمية:

تلعب الشبكات الاجتماعية دوراً في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر واستخدام الشبكات الاجتماعية يزيد فرص التواصل والاتصال التعليمي ويمكن التواصل خارج وقت الدراسة، ويمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع المعلم، ما يوفر جواً مع مراعاة الفروق الفردية، كما أن التواصل يكسب الطالب الخجول فرصة للتواصل ومهارات أخرى، كالتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي.

3. الاستخدامات الإخبارية:

أتاحت الشبكات الإلكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية وبصياغة المرسل نفسه بعيداً على الرقابة ما يجعلها أحياناً ضعيفة المصدقية لما يضاف إليها أحياناً من مبالغات مقصودة أو غير مقصودة لتحويل الخبر أو تدويله أو تسييسه بغرض التأثير على الرأي العام.

4. الاستخدامات الدعوية:

أتاحت الشبكات الاجتماعية فرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين - غير مسلمين، وإنشاء الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية وهو انتشار إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة والتواصل، والتوفير من الجهد والتكاليف.

- الآثار السالبة لمواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع: (الشاعر، مرجع سابق، ص 69).
- من أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي غياب المسؤولية الاجتماعية والضبط الاجتماعي اللذان يعدان من أهم مقومات السلوك الاجتماعي والتي تؤدي إلى:
- نشر الإشاعات والمبالغة في نقل الأحداث.
 - النقاشات التي تبتعد عن الاحترام المتبادل وعدم تقبل الرأي الآخر.
 - إضاعة الوقت في التنقل بين الصفحات والملفات دون فائدة.
 - عزل الشباب المراهقين عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقدمها المجتمع.
 - ظهور لغة جديدة بين الشباب من شأنها أن تضعف لغتنا العربية وإضاعة هويتها.
 - انعدام الخصوصية الذي يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية.
- من الآثار الاجتماعية السالبة أيضاً هنالك مخاطر صحية ويمكن تقسيمها إلى قسمين رئيسيين هما مخاطر قصيرة المدى ومخاطر بعيدة المدى كما يمكن تقسيمها بصورة أخرى إلى مخاطر نفسية وبدنية واجتماعية، هنالك مخاطر بدنية نفسية قصيرة المدى مثل التوتر والقلق النفسي، ضعف التركيز إضافة للمواقع الإباحية التي تؤدي إلى الإثارة والكبت أو تفشي المشاكل الاجتماعية.
- المخاطر بعيدة المدى تتضمن آلام العضلات والمفاصل والعمود الفقري وآلام الرقبة وأسفل الظهر والرسغ كما تظهر أعراض الأرق والانفصام مع الأوهام وعلاقات خيالية في منتديات الحوار، كما يمكن أن يؤدي إلى زيادة الوزن نتيجة لقلة الحركة وتناول وجبات ومشروبات عالية السعرات من أكثر المخاطر تأثيراً مخاطر الإشعاع الصادر من أجهزة العرض وتأثير المجالات الكهرومغناطيسية للدوائر الكهربائية. (بسيوني ، ب ت ، ص 130).

وقد لخصت بعض الدراسات التي قدمها مركز أبحاث واشنطن سلبيات وسائل الاتصال الاجتماعي في الآتي: (مركز الأبحاث واشنطن، <http://arayalomostenir.com/pew>)

- التدخل في السياسات والتحريض.
 - إضاعة المال.
 - دفن المواهب.
 - ضياع الوقت.
 - الإساءة للآخرين.
 - العزلة الاجتماعية.
 - قد تدخل بعض الممارسات التي تتعارض مع الدين والثقافة الإسلامية وتهدم قيم الطلاب الدينية والاجتماعية.
 - التأثير على الصحة والنظر.
 - العلاقات الغير شرعية.
 - تدني المستوى الأكاديمي.
- وأيضاً من الآثار السالبة لمواقع التواصل:

(<http://www.almaaref.org/maarefdetails.php?subcatid=1800&id=13464&cid=591&supcat=22&bb=0&number=26>)

1/ على المستوى العقائدي

أ- محاربة الدين

محاربة الدين والتدين والإيمان باسم الحرية والانفتاح والحوار الثقافي.

ب- توهين المعتقدات

توهين المعتقدات والمقدسات باسم حرية التعبير.

ج- العقائد الباطلة

الترويج للعقائد الباطلة والمنحرفة والأفكار الهدامة والدعوات الخبيثة.

د- الإضلال

الضلال الفكري والديني من خلال تأثير غرف الدردشة الإلكترونية.

هـ- زلزلة العقائد

التأثير في زلزلة عقائد الشباب خاصة من لا يتمتعون بحصانة فكرية عالية.

12/ على المستوى الأخلاقي

أ- الانحلال الأخلاقي

- الدخول إلى المواقع الإباحية والجنس.

- شحن الغريزة الجنسية وتهيجها من خلال المناظر الإباحية.

- جذب الشباب من خلال الصور والأفلام الإباحية.

ب- العلاقات غير الشرعية

إغراء الشباب بالعلاقات العاطفية.

ج- القمار

ممارسة القمار والتي تنتشر مواقعها ويتم الترويج لها بكل الوسائل عبر الإنترنت.

د- المخدرات والكحول

تُعَلِّم أساليب السرقة وتعاطي المخدرات، ومعاورة الخمر.

هـ- الاستغلال

إمكانية التغرير بالمستخدم شاباً كان أو شابة لعمل شيء مشين، والتحايل والابتزاز والتزوير.

3/ على المستوى النفسي

أ- إدمان الإنترنت

يميل المدمن إلى زيادة الجرعة لإشباع رغباته التي كان يتطلب إشباعها لديه جرعة أقل. يعاني المدمن على الإنترنت عند انقطاع اتصاله بالشبكة من أعراض نفسية وجسمية ومن التوتر النفسي الحركي، والقلق، وتركز تفكيره على الإنترنت بشكل قهري، وأحلام وتخييلات مرتبطة بالإنترنت.

ب- رهبة الإنترنت

هذه الحالة هي عكس الحالة السابقة حيث يسيطر على صاحبها القلق من استخدام الإنترنت نظراً لما يخشاه من أضرارها ويتطور هذا القلق ليصبح في صورة هاب يمنع من الاقتراب من الشبكة واستخدامها الاستخدام الصحيح ما يترتب عليه تأخر المصاب بهللاً هاب في دراسته وفي عمله إذا كانت دراسته وعمله يتطلب استخدام الإنترنت.

4/ على المستوى الاجتماعي

أ- التأثير على الأسرة

تهديد استقرار الأسرة وانهيار الحياة الزوجية وتهديد الأطفال في أسرهم.

ب- التجسس على الأسرار الشخصية

تعرض خصوصية المعلومات الموجودة في الأجهزة للاختراق مرقب بال المخترقين المحترفين وهواة الاختراق وبرامج التجسس، وانتهاك الحقوق الخاصة والعامة، وانتهاك الخصوصية وانتحال الشخصيات.

ج- فقدان التفاعل الاجتماعي

التواصل يحصل عبر أسلاك ووصلات وليس بطريقة طبيعية مباشرة وخارجية.

د- التأثير على القيم الاجتماعية

التعرض لقيم ذات تأثير ضاغط بهدف إعادة تشكيله تبعاً لها.

هـ- الإساءة إلى الأشخاص

من الاستخدامات السلبية للإنترنت التشهير بكثير من الشخصيات الاجتماعية ونشر الشائعات والمضايقات.

و- تكوين علاقات بين الجنسين

وسائل اتصالية أصبحت وسيلة لتكوين علاقات غير بريئة بين الجنسين عن طريق الإنترنت وجعل الشباب يعيش في الخيال وقصطلحب الوهمية.

15/ على المستوى العلمي

أ- ضياع العمر

قتل الوقت من خلال غرف الدردشة الفارغة، هدر وقت كبير بدون أية فائدة، ما قيؤثّر على المستوى الدراسي للطلاب والطالبات، وتضييع أوقات الشباب في غير منفعة عند الغالبية من خلال الألعاب والتسلية.

ب- تراجع التحصيل الدراسي

التأخر الدراسي عنظلاً ب المدارس والجامعات.

ج- عدم الدقة في المعلومات

يُعطي كثيراً من المعلومات الكاذبة والشائعات ومن نشر العديد من المعلومات غير الدقيقة على الشبكة دون رقابة.

16/ على المستوى الصحي

أ- أمراض العيون

بسبب التركيز الدائم على الشاشوةلترّض للذبذبات المنتشرة.

ب- أمراض العمود الفقري والمفاصل

بسبب الجلوس الطويل بشكل غير سليم.

ج- زيادة الوزن

مخبراً عن تناول المأكولات غير الصحية والوجبات السريعة أثناء الانشغال بالإنترنت.

17 على المستوى الاقتصادي

أ- خسارة وقت الموظف في الشركات.

ب- تعرّض أجهزة الكمبيوتر للقرصنة وخسارة المعلومات.

ج- الإلحاح على دفع غرامات وفديات مقابل ترك الموقع على الشبكة.

18 أخلاقيات العمل على الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي

أ- تجذب الإساءة للآخرين التلجسّد، إرسال الفيروسات، توزيع الملفات غير الأخلاقية على الآخرين).

ب- احترام أملاك الآخرين وحقوق الملكية الفكرية.

ج- احترام أفكار ومعتقدات الآخرين.

د- احترام خصوصية الآخرين.

هـ- تقبل النقد المهني، ونقد الآخر بموضوعية.

19 نصائح لضمان السلامة عند استخدام الإنترنت

أ- الرقلمسّر

لا تكشف عن الرقلمسّر للاتصال بالإنترنت لأي شخص بغض النظر عن كون أعم ن يدعي.

ب- المعلومات الشخصية

لا تبج بأية معلومات شخصية عنك سواء اسمك أو عنوانك أو اسم والديك أو رقم الهاتف أو اسم مدرستك أو أية تفاصيل أخرى.

ج- الصور العائلية

لا ترسل صوراً لنفسك أياً أحد من أفراد عائلتك أبداً عبر الإنترنت.

د- لا تواصل الحديث

مع من يشعرك بعدم الارتياح على الإنترنت، سواء كان لاتخاذ الحديث طابعاً شخصياً أو اشتماله تلميحات غير لائقة، أغلق الخطبكل بساطة وانتقل إلى موقع آخر على الإنترنت، ولا توافق أبداً على مقابلي شخص فأي ظرف من الظروف.

هـ- ضبط الوقت

لا تقضي وقتك بالإبحار على الإنترنت.

و- التفكير جيداً

فكّر ملياً قبل أن تضغط على زر الإرسال .

ثانياً : التقويم السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي:

ازدادت في العقد الحالي الأهمية العظمى لتكنولوجيا المعلومات كونها امتزجت في جميع نواحي الحياة لاسيما امتزاجها بالإعلام وانبثاق عصر جديد أطلق عليه عصر الاتصال الرقمي والذي أحدث تغيير في الواقع السياسي العالمي وبالأخص في منطقة الشرق الأوسط حيث أدى إلى تغييرات هامة في المنطقة، فقد استطاعت هذه التقنية الإعلامية أن تستخدم الإعلام كسلاح جديد بيد الدول الكبرى وأطلق عليه فيما بعد بـ(القوة الناعمة) وهو الذي حل محل استخدامها للسلاح التقليدي كما في السابق للسيطره على دول العالم الثالث، وكان هذا واضحاً وجلياً بنفس الوقت للعالم مع صعوبة إخفاء التكلفة المادية والخسارة البشرية التي تكبدتها الولايات المتحدة والدول المتحالفة معها في احتلال العراق حيث لم تعد القوة العسكرية التي تمتلكها الجيوش وحدها التي تقرر مصير الحروب ورجحان كفة الأطراف المتقاتلوا إنما المعلومات التي يملكها

كل طرف حول الطرف الآخر، ومدى سرعة انتشارها وتأثيرها. (الدناني ، ردمان ، 2001 ، ص63).

وأدى التغيير إلى تقويض واستبدال أنظمه حاكمه لبلدان عديدة في منطقة الشرق الأوسط تجاوز حكمها الأربعين عام، وهذا ما أكده (الداليمي) عن الأنظمة وطبيعة السياسة الغربية المتبعة نحو دول العالم الثالث ، حيث لابد لنا من أن ندرك خطورة الاستخدام المتزايد للتكنولوجيا المتقدمة في الاتصال والإعلام وذلك عندما نقرأ بحذر بين السطور في التقرير المرقم 52 13 في 1967/4/27

الكونجرس الأمريكي رقم(88) حيث أكد التقرير على ما يلي:

(يمكننا أن نحقق بعض أهداف سياستنا الخارجية من خلال التعامل مع شعوب الدول الأجنبية بدلا من التعامل مع حكوماتها من خلال استخدام أدوات وتقنيات الاتصال الحديثة، ويمكننا اليوم أن نقوم بإعلامهم والتأثير في اتجاهاتهم بل وممكن في بعض الأحيان أن نجرفهم ونجبرهم على سلوك طريق معين ، والذي

يؤدي بالنهاية إلى أن هذه المجموعات بإمكانها أن تمارس ضغوطا ملحوظة وحاسمة في نفس الوقت على حكوماتها.) (الداليمي ، عبد الرزاق : ، 2012م، ص234).

وهذا ما يتأكد في سياسات الولايات المتحدة " لقد تواصلوا عبر تويتر وفيسبوك، وهذا ما أنتج الثورة في مصر " (كيري ، 2013)

وهذا دليل آخر على أن الولايات المتحدة هي من أنشأت هذه التكنولوجيا لتطبيق سياستها في المنطقة ومن ثم تقوم بنشرها عبر كبار سياسي البيت الأبيض وذلك ضمان للمصداقية ولتحقيق مصالحها.

وأن " التطور الجديد لتكنولوجيا الاتصال غير جانباً مهما من معتقدات وقناعات المجتمعات وثقافتها وأن أحد أهم أسباب تغيير الاتجاهات للشباب الواعي سريعاً بسبب التحديث السريع

والتناقل لهذه الأخبار عن طريق مواقع الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بما يختلف عن أساس عمل أ صحافه الورقية" (الدليمي ، عبد الرزاق : ،مرجع سابق، ص233).
"فبعد أن كانت الثورات والانتفاضات الشعبية في دول العالم تحدث على فترات زمنية طويلة كونها تتطلب وقتا ومكانات بشرية ومادية من حيث إعداد المنشورات وتجهيز المشاركين في الثورة ، والدور المنوط لكل مشارك بالثورة وهو ما كان يستلزم لانجاز هذه المهام مدة طويلة، بينما على الصعيد السياسي والاجتماعي أصبحت انجازات ثورة تكنولوجيا الاتصالات من خلال مساهمتها بقدر كبير من التطور في سرعة تمكين الشعوب من تحقيق التواصل والتفاعل الاجتماعي بين أبناء الوطن الواحد داخل وخارج الدولة، ونقل وتبادل الإيديولوجيات المختلفة من مختلف الدول في العالم ،حيث ساعدت تلك التقنيات التكنولوجية الحديثة والمتنوعة في تحقيق رغبات الشعوب في هذا التواصل والإعداد للثورات والانتفاضات الشعبية، من خلال نقل تجارب الشعوب في ثوراتها من دولة لأخرى لدراسة جوانبها الايجابية أو السلبية والاستفادة منها فيما

هو مرتقب من ثورا، حتى تحقق أهدافها بأقصى سرعة ممكنة وأقل خسائر مادية أو بشرية (الرشيدي ، محمود ، 2012، ص230)

إن انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل مؤسسات عديدة عملت على تشكيل الاتجاهات بشكل عام ، ومن هذه المؤسسات التي عملت على تشكيل هذه الاتجاهات السياسية لدى الفرد سابقاً (الأسرة، والمدرسة، والجامعة، والمؤسسات الدينية، والمؤسسات الإعلامية ... الخ)

ولكن مع ظهور العنصر القوي في تغيير هذه الاتجاهات والمقصود بها مواقع التواصل الاجتماعي ، برزت الحاجة إلى تحليل ودراسة عوامل استقطاب وتأثر الشباب الجامعي لاسيما الجانب الكبير منه في الاعتماد على ما تتناوله المواقع والصحف على الشبكة العنكبوتية وعلى

ما يتم تداوله من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مثل You tube ، twitter ، Face book وتأثيرها على المواطن.

"وساهمت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية على الانترنت في تبادل الآراء والأفكار والخبرات بين المشاركين حول مختلف القضايا، كونها ساحات مفتوحة للحوار حيث تنتوع هذه المنتديات والشبكات بصورة ملحوظة، ومنها المنتديات العربية والعالمية التي تعمل على زعزعة الأمن والاستقرار للدولة (عبد العزيز ، بركات ، 2012م، ص74)

ومع ظهور أول بارقة أمل للشباب العربي في إمكانية استغلال الإنترنت لإحداث التغيير المنشود، حتى تحولت اهتمامات الشباب لتكون أكثر جدية عن طريق استغلال هذه التكنولوجيا لإحداث التغيير، وتحديداً بعد نجاح التجربة التونسية ومن ثم تلتها المصرية، حيث جاء على رأس هذه المواقع (الفيسبوك) "حيث كشف تقرير أعدته شركة (تكنو وايرلس) المصرية المتخصصة في التسويق الإلكتروني وشبكات الهاتف المحمول عن زيادة كبيرة في استخدام الانترنت في مصر بعد ثوره 25 يناير 2011 ، حيث لعب الانترنت بشكل عام وموقعا الفيسبوك وتويتر للتواصل الاجتماعي بشكل خاص دورا فاعلا في الانتفاضة الشعبية في مصر التي استمرت 18 يوما وأدت الى تخلي مبارك عن السلطة وتسليمها للجيش في 11 فبراير من عام 2011 ، وذكر التقرير ان عدد مستخدمي الانترنت في مصر قبل 25 يناير كان يبلغ 21,2 مليون شخص لكنهم وصلوا خلال الثورة إلى 23,1 مليون بعد هذا التاريخ، وذكر التقرير أن عدد مستخدمي فيسبوك قبل 25 يناير كان 4,2 مليون شخص لكنه ارتفع 23,8 بالمائة بعد الثورة الى 5,2 مليون، أما تويتر فكان عدد مستخدميه قبل الثورة 26,800 مستخدم زاد بعدها الى 44,200 " حسب ماتم نقله. (موقع رويترز العربي ، 2016م، الساعة الخامسة عصراً)

ويشار " إلى انه لا يزال عدد مستخدمين فيسبوك في تزايد مستمر، وأصبح استخدامه أكثر جدية، فبعد أن كان زواره يفضلون استخدامه فقط في الدردشة والمواد الترفيهية، تحول الأمر ليصبحوا أكثر اهتماما بالشؤون العامة لبلادهم، وازداد إحساسهم السياسي والوطني وأصبحت الصفحات السياسية والإخبارية تتفوق... وربما للمرة الأولى على الصفحات الفنية والرياضية. ولم يكن موقع الفيسبوك في بداياته أكثر من مجرد أداة لقضاء وقت الفراغ الزائد لدى الشباب جرّاء البطالة أو نظام التعليق حبط أو لان الدولة لم تكن بقدر المسؤولية في تحمل ورعاية هذه الفئة العمرية الحرجة من الشباب، وما لبثت أن اختلفت هذه الصورة حتى تحول الموقع إلى منبع لحركة الثورات العربية، ويمكننا القول بأن الفيسبوك تمكن أيضا من ربط التكنولوجيا بالسياسة، وهكذا أصبح مقصدا للعديد من المشتركين الذين وجدوا فيه متنفسا للتعبير عن آرائهم السياسية التي أحيانا لا يستطيعون الجهر بها" (توفيق ، إسلام ، 2016/11/15، الساعة الخامسة والنصف عصراً)

يعرض هذا المبحث تقويم مواقع التواصل الاجتماعي من تأثيرها الإيجابي والسلبي على الجانب الاجتماعي والسياسي والعقائدي والثقافي. وترى الباحثة أن التطور الجديد لتكنولوجيا الاتصال غير جانباً مهماً من معتقدات وقناعات المجتمعات وثقافتها وأن أحد أهم أسباب تغيير الاتجاهات للشباب الواعي سريعاً بسبب التحديث السريع والتناقل لهذه الأخبار عن طريق مواقع الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي. كما أن هذه المواقع تحتوي على كم هائل من المشتركين كل له رسالته.

المبحث الرابع

الطلاب والتواصل الاجتماعي

تُعرف فترة الشباب بأنها الفترة التي تبدأ حينما يحاول المجتمع تأهيل الشخص لكي يحتل مكانة اجتماعية ويؤدي دوراً في بنائه وتنتهي حينما يتمكن الفرد من احتلال مكانته وأداء دوره في السياق الاجتماعي وفقاً لمعايير التفاعل الاجتماعي، وبذا يعتمد تحديد الاجتماعيين للشباب كفاءة على طبيعة ومدى اكتمال الأدوار التي تؤديها الشخصية الشابة في المجتمع. (صالح، 1985، ص23)

ووفقاً لمعايير الأمم المتحدة فإن مرحلة الشباب هي المرحلة الانتقالية بين تبعية الطفولة وتحمل حقوق وواجبات البالغين فهي مرحلة التجريب لأدوار ومهام جديدة، وهي العمر بين سن الخامسة عشر والرابعة والعشرين، وهو السن الذي يستعد فيه الشخص لحياة الكبار وتجربة المواطنة الكاملة والمشاركة الفعالة في العمليات الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع الذي يعيش فيه، ويتم هذا الإعداد من خلال تعليم وتدريب وخبرة مكتسبة من السنوات الأولى في العمر.

وبناءً على ذلك فإن تعريف الشباب الجامعي لم يعد يشير إلى مجرد مرحلة سنوية يحتاج فيها الفرد إلى مجموعة من الخدمات التي تُعدّه للمستقبل، بل اتسع هذا المفهوم في النظر إلى الشباب الجامعي على أنه فترة من حياة الإنسان يتميز فيها بمجموعة من الخصائص تجعلها أهم فترات الحياة وأخصبها وأكثرها صلاحية للتجاوب مع المتغيرات السريعة المتلاحقة التي يمر بها المجتمع الإنساني المعاصر.

ولذا يمكن مناقشة تعريف الشباب الجامعي من خلال ثلاثة معايير رئيسية هي: (توصيات المؤتمر الأول لوزراء الشباب العرب ، 1969م ، ص116)

- المعيار الزمني: حيث يتحدد الشباب الجامعي بأنه مرحلة عمرية تقع بين السابعة عشر وحتى الخامسة والعشرين، وقد تقل أو تزيد في حدود عامين قبل نقطة البداية وبعد نقطة النهاية عن هذا الحد، وهذه المرحلة ليست منفصلة عن بقية مراحل العمر وخاصةً مرحلة الطفولة والمراهقة وإنما هي امتداد لهذه المرحلة الأخيرة بالذات.

- معيار النوع: تشمل هذه المرحلة العمرية الجنسين من الذكور والإناث على حد سواء.
- معيار السمات والخصائص النفسية والسلوكية المميزة للشباب الجامعي: والتي تتمثل في الرغبة في التجديد والقدرة على الإنجاز والمساهمة في إحداث التغيير وكسب المعرفة إلى جانب سمات الشباب الجامعي العامة في تلك المرحلة كالقلق والاندفاع والتمرد في بعض الأحيان والتأثر بالتقاليد وفقاً للانتشار الثقافي والقيمي والمحلي والعالمي.

- المعيار الاجتماعي: ويتحدد بالوضع والمكانة التي يشغلها الشاب الجامعي فقد يكون طالباً في إحدى الكليات النظرية أو العملية أو أحد المعاهد العليا التي تشملها مرحلة التعليم الجامعي.
أهمية الطلاب:

المجتمعات الواعية المدركة تنظر دوماً إلى الطلاب الشباب كمشروع وطني وقومي تجدد من خلاله ملامح الحاضر والمستقبل باعتباره مؤشراً بارزاً إلى قدرة الدولة، والمجتمع في توجيه المستقبل والتكاتف ، والتمكن من إدارته بفاعلية عالية فما هي الأسباب التي تستدعي الاهتمام بتلك الشريحة؟ لعل لها عدة أسباب، أبرزها: (عصمت، 250، 2011)

الأسباب البشرية: يعد الشباب عنصراً أساسياً في العملية التنموية نماءً وانبعاثاً ، وبه ومن خلاله نرى مستقبل الوطن، ورعاية الشباب على هذا الأساس تعد عملية استثمارية على

المدى البعيد، فعلى قدر ما نعطي الشباب ونرعاهم بقدر ما يعود هذا العطاء سخياً على شكل خبرات بشرية هي ثروة العصر، وعدة الأمة في قادم الأيام.

● الأسباب الاقتصادية: الأسباب السياسية: لأن العلاقة بين العمل السياسي، والعمل الشبابي علاقة تبادلية تفاعلية ترابطية، ولأن إعداد الشباب وتربيتهم عملية سياسية في النهاية، وبخاصة إننا نعيش في ظل المد الديمقراطي، والتعددية بكافة أشكالها وأنماطها.

● الأسباب السياسية: باعتبار الطلاب العمود الفقري في مجال المشاركة السياسية وتدعيم النظم الديمقراطية.

● الأسباب الاجتماعية: عملية إعداد الشباب، ورعايتهم حق لهم وواجب على وطنهم أن يقدمه لهم، باعتبارها مهمة أساسية لمجتمع ينشد التقدم، وتخطي حازر التآتات الثلاث: (التبعية والتجزئة والتخلف)،

أبرزها: (عدي عصمت، مرجع سابق، ص 250)

1. ضرورة ملحة تحتتمها مصلحة الشباب، ومصلحة الوطن سواء بسواء، كما تحتتمها العملية التنموية الشاملة.

2. ضرورة فردية، لأن من شأنها إذا كانت صالحة أن تساعد الشباب على كشف، وتنمية قابليتهم، وقدراتهم الجسمية، والعقلية والروحية والانفعالية، والجمالية والاجتماعية، وعلى الإعداد للدور المتوقع منه والمساهمة في تنمية مجتمعه.

3. ضرورة اجتماعية، لأن قوة أي مجتمع وتماسكه، وسلامة بنيانه وأخلاقه، ومثانة العلاقات السائدة فيه، تتطلب جيلاً من الشباب الواعي القادر، والمسئول والملتزم بقضايا مجتمعه، وأمته والمبادر إلى البناء والتطوير والتغيير.

4. ضرورة إنمائية، لأنه لا يمكن تحقيق تنمية ثقافية واجتماعية، واقتصادية وسياسية في

المجتمع دون الاعتماد على عنصر الشباب، باعتباره "دينامو" (محرك) الحركة

المجتمعية برمتها.

الشباب والإعلام الجديد:

إن أكثر من استخدم الإعلام الجديد أن الاتصال الرقمي هم فئة الشباب وتتجاوز نسبتهم عن 76% وقد أجريت دراسات تناولت ديناميكية التغيير الاجتماعي وواقع الإدمان على علاقتهم بالإنترنت عموماً والإعلام الجديد نظراً لما لاحظته هذه الأبحاث من تشابه بين حاجات هذه الفئة (النفسية والاجتماعية والثقافية) من حجمه وما توفره من أدوات الإعلام الجديد من إمكانيات وتقنيات تعكس الوضع الجديد الذي بات عليه العالم ودخول هذه الأدوات حياة الناس. (مقبول إدريس، 2015، ص15).

عدا ذلك ما ذكر في صياغ سابق من إشكاليات المجتمع من أسرة ومدارس وجامعات جعلت الشباب ينجذبوا تجاه هذه الوسائل الحديثة التي بها ما يغري ويجذب هذه المرحلة بالاندماج والدمج في عالمها، وإن مشكلة الإعلام الجديد لا يمكن اختزالها في إيجابيات وسلبيات محضة لأن هذه الرؤيا قد تكون غير واقعية وسريالية وذلك الاستخدام في علاقتهم (بالوعي) وهو مفتاح السر في تحليل هذه الظاهرة، بمعنى أن ما يوجد من إيجابيات أو سلبيات في هذا الإعلام الجديد بنفس المرجعية في عالم الواقع مع خاصية أوسع تسمى الاستعصاء على السيطرة وما يجري عليه في الواقع يجري عليه في الافتراض فالمشكلة (إنسانية قيمية) بالدرجة الأولى قبل أن تكون تقنية، وفي الإعلام الجديد حالة تفرض تحدياً حقيقياً على مؤسسات التعليم العالي بالدولة التي تساعد مشروع الثقافة الإسلامية وذلك بسبب التوجه العام لوسائل الإعلام الجديد المعروف، فهو ينحو إلى الانحراف في الترفيه والاستهلاك مع الإدمان تفقد الحياة قيمتها وتصبح حياة سائرة تفنقر إلى مرجعية قديمة تعطي الرسوخ والثبات لشبابنا، وبالرجوع إلى

تصنيفات (النمسا) حول المواقع العربية الأكثر استخداما يتضح أن المواقع الترفيهية تحتل المراتب الأولى بما توفره من خدمات الألعاب والدرشة والمدونات والموسيقى والأفلام النكات. (150) (التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، ص328)

أورد تقرير الإعلام الاجتماعي العربي (arab social media، 2013) الصادر عن كلية دبي للإدارة الحكومية أنه قد تضاعف عدد مستخدمي (فيسبوك) ثلاثة أضعاف خلال الفترة من يونيو 2010م ويونيو 2012 حيث ارتفع عددهم (16 ، 45) مليون مستخدم خلال تلك الفترة وصولاً إلى ما يزيد (45,5) مليون في نهاية مايو 2013م والمؤثر الأهم هنا هو نسبة المستخدمين من الشباب إذ تشكل الفئة العمرية التي لا تقل عن 30 سنة حوالي (68%) من مجموع مستخدمي فيسبوك، وهذه الزيادة الموهولة في الاستخدام إذا تم تعميمها على بقية المواقع التي تستحدث كل يوم بأشكال جديدة وتقنيات يسيرة تكون بلا شك تعود إلى أن الشباب صار لا يستغني عن هذا العالم الافتراضي الذي يبقى هو الملاذ من واقع مرير.

مجالات تأثير وسائل التواصل على الشباب:

1. تغيير الموقف أو الاتجاه: حيث أن السوشيال ميديا عادة تزود بالمعلومات وبالتالي تؤثر على الفهم والمواقف والحكم على الأشياء.
2. التغيير المعرفي: وهي درجة متقدمة من التأثير حيث أن المعرفة التي يتزود بها الفرد من الوسائل الجديدة تشمل الاعتقادات والآراء والسلوك والتغيير المعرفي أعمق تأثيراً من تغيير الموقف والاتجاه.
3. تغيير القيم عبر التنشئة الاجتماعية: إن الرسائل التي كانت خبر أو فكاهة أو برنامج وثائقي فإنها تعمل على إزالة قيمة من القيم وتثبيت أخرى محلها.

4. تغيير السلوك: أدركت المؤسسات الدولية أن لوسائل الاتصال دور في نشر الأفكار والمعارف وأنها تشكل تنمية فكرية وبالتالي يمكن من خلالها تغيير السلوك لأفراد المجتمع المستخدم لها.

لكل ذلك نجد أن العالم العربي ودول العالم الثالث تجد أن وسائل الاتصال الحديثة مهمة للعناية القصوى بهذه المرحلة العمرية المهمة ومباراة ركب الحضارة الذي يوجد معه مشاكل ومعتقدات غريبة يجب التصدي لها والانتباه حتى لا ينساق شبابنا وراء التقليد الأعمى الذي يفسد من قيمة وتقاليد الطيبة. (عدي، عصمت، مرجع سابق، ص 277).

قضايا الشباب الجامعي:

هنالك اهتمام متزايد بقضايا الشباب في المجتمعات المعاصرة وإن كان ذلك لا يعني أنه لم يكن ثمة اهتمام بالشباب في الماضي، بل لقد حظي الدور الذي يقوم به طلاب الجامعات منذ القدم بعناية فائقة غير أن الشيء الملاحظ هو ما أصبح يتميز به الشباب الجامعي من موقف حاسم يتسم بالتأثير الشامل في كافة نظم المجتمع المعاصر. (الخولي، 2011م، ص 115)

بحيث أصبح الانشغال قضايا الشباب ومشاكله يعبر عن اهتمام يستقبل المجتمع الإنساني ككل في الوقت ذاته، وأثار ذلك بالطبع مشكلة التفاوت والصدام بين القديم والجديد، وليس من شك أن مبلغ الصدام، وعمقه على مدار التاريخ، يختلف نتيجة لعوامل متعددة من أهمها التركيب الاجتماعي والاقتصادي السائد، لهذا اختلف المنظور الذي عولجت منه قضايا الشباب الجامعي ومشكلاته باختلاف المراحل التاريخية التي مرت بالبشرية.

ومن هذه القضايا:

أولاً: أوقات الفراغ:

من أخطر إفرازات حضارة المادة والصناعة والتكنولوجيا وسيادة مفاهيم الإشباع المظهري للمتطلبات الغريزية المادية ذلك الأخدود الخطير الذي خصم الممارسة الحيوية للأفراد والجامعات والمتمثل فيما يطلق عليه الفراغ. لا ينكر أحد وجود أوقات فراغ عند الشباب الجامعي وللظاهرة دلالات خطيرة، التواكل والتعطل والتسيب العام وسط الشباب. (مشرف، ب.ت، ص116)

مفهوم وقت الفراغ:

هو فائض الوقت الذي يختار الإنسان فيه كيفية شغله، فقد تكون الكيفية سلبية تقود إلى نتائج وخيمة، أو إيجابية تؤدي إلى فائدة الفرد ومحيطه. (خليل، 2001، ص33)

فرسول الله - صلى الله عليه وسلم - قال: "اغتنموا خمس قبل خمس، حياتك قبل ممتلكاتك، وصحتك قبل سقمك، وفراغك قبل شغلك، سبابك قبل هرمك، وغناك قبل فقرك" [رواه ابن عباس وصححه الألباني في صحيح الجامع الصغير (11088)]

فالفراغ لا يبقى فراغ أبداً فلا بد أن يملأ بخير أو شر وكان السلف الصالح يكرهون من الرجل أن يكون فارغاً لا هو في أمر دينه لا هو في أمر دنياه.

يمثل في مثل الفراغ لدى الطلاب بما هو مضر، أهمية بالغة في العالم ليحقق الصحة النفسية للشباب، ويقلل من اضطراباتهم السلوكية ويزيد من إنتاجيتهم.

ثانياً: ضياع الثقافة الذاتية:

فهي السيد لحياة الأمة والمجدد الدائب لطاقتها الأدبية والمادية، وهنا اتجه الاستعمار العالمي إلى ضرب هذه الثقافة وتوطين معاهدها فإما أجهز عليها وإما شل حركتها وأبقاها صورة هامدة، أو اسماً بلا مضمون. (الغزالي، 1985م، ص46)

ثالثاً : القضايا الصحية

وتتضمن القضايا التي تتعلق بصحة الطالب مثل سرعة التعب، ضعف البصر وأمراض الجهاز التنفسي، الصراع، وأيضاً بعض مظاهر النمو المنحرف عن معايير النمو بالزيادة أو النقصان. (الشيباني، 1973، ص73)

رابعاً : القضايا الانفعالية:

مثل الاكتئاب - التوتر - نقص الشعور بالمسئولية - ضعف الثقة بالذات - الحساسية الزائدة.

خمساً : القضايا الاجتماعية منها:

1. قضية التهيج والثورة ضد السلطة.

2. قضية ضعف الوازع الديني.

3. قضية الزواج العرفي.

سادساً : القضايا الأكاديمية للشباب الجامعي:

1. ضعف التحصيل وانخفاض المعدل الدراسي

2. الخوف من الفشل الدراسي

3. الامتحان وأساليب التقويم.

4. الرسوم الجامعية.

5. المنهج الدراسي.

6. المحاضرات اليومية. (سالم، 1968م، ص5)

سابعاً : التوجيه الخارجي

وهو تدخل الحكومة أو تأثير السياسة أو أي شخصية غير تعليمية، فإن ذلك يؤدي إلى التغير اتجاه سير التعليم الجامعي، ويحيد بالجامعات عن الغايات المرجوة ويجعلها تسير وفق رغبات أصحابه وهكذا الجامعات تصنع أفكار إرادة من يوجهها وقد كشف عن هذا المبدأ قديماً نابليون

في خطاب له قال "الن يكون استقرار سياسي إلا بتحديد أغراض التعليم تحديداً لا شك فيه فحيث لا يعرف الناس إن كان التعليم يرمي إلى أن يخلق منهم جمهوريين أو مملوكيين نصارى أو كافرين".

ثامناً : المنهج الجامعي (عبدالله، 2013م، ص29)

من المعلوم أن مناهج الجامعات في كل أمة هي الأساس لتكوينها الصورة لاتجاهها وكل أمة تكييف مناهجها حسب فلسفتها في الحياة فمناهج الجامعات في المعسكر الروسي خلافها في المعسكر الغربي، وهي في المعسكرات الشرقية غيرها في الجميع، وهكذا واقع الحياة التعليمية في الجهات المختلفة ولا يمكن أن تتخلى عن واقع حياتها.

تاسعاً : قضية المشاركة والانتماء :

تعتبر قضية المشاركة أو الانتماء من القضايا الهامة التي لا بد من التعرض لها في أية محاولة لتحليل علاقة الشباب بالمجتمع، ومتابعة ما يحدث فيه من تفاعل وترتبط المشاركة الاجتماعية للشباب الجامعي بانتمائه الاجتماعي من ناحية ومن ناحية ثانية فللمشاركة والانتماء علاقتها العضوية بالنمو البيولوجي والسيكولوجي والاجتماعي للشباب الجامعي.

إن المشاركة الاجتماعية والانتماء الاجتماعي للشباب الجامعي يشكلان وجهي العلاقة الاجتماعية التي تربط الشباب الجامعي بالمجتمع فالمشاركة تعني الإسهام في صياغة التفاعل الاجتماعي الذي قد يسلم إلى تأكيد استقرار المجتمع بالعمل وفق قواعده أو السعي إلى تغييره إذا تجاوز الواقع والتفاعل الحادث به مجموعة القواعد المنظمة له. (هندي، 2012م، ص207) ومما لا شك فيه أن هناك علاقة بين المشاركة الاجتماعية والانتماء فالمشاركة في التفاعلات والممارسات الاجتماعية لا تساعد فقط على التنشئة الاجتماعية المثمرة للإنسان في المجتمع، ولكنها تزوده بحالة من الأمان، وهي الحلة التي تحقق حينما يشعر الشاب الجامعي أنه ينتمي للمجتمع ويتجدد به.

عاشراً : قضية العمل:

لا شك أن قضية العمل تعد محوراً رئيسياً من المحاور التي تحدد موقف الشباب الجامعي. من كل المتغيرات المحيطة بمجتمعه سواء تم ذلك بوعي حقيقي كامل أو يكون هذا الوعي قد زيف وغيب بشكل متعمد ومن الثابت أن تصور الشباب الجامعي للعمل يعكس بصورة مباشرة درجة في تنميته وتحديثه. (الكردي، 1988م، ص233)

أحد عشر: اختيار المهنة:

لقضية اختيار المهنة دوراً بالغ الأهمية في تنمية المجتمع وتحديثه وما يزيد أهميتها وخطورة أن أبعادها تشكل في ضوء مجموعة من المحاور ابتداءً بابتداء الفرد في أرته، ومروراً بنوعية التعليم الذي يكون تلقاه وانتهاء بدرجة الوعي الذي يكون قد أصابه خلال حياته. ومن الطبيعي أن تنشأ عن هذه المتغيرات المرتبطة بالمحاور مشكلات عديدة تحد ولا شك من فعالية اختيار الشباب لمهنته وتمتد جوانبها السلبية لتشمل مجالات حياته جميعها. وتمثل ظاهرة تغيير العمل بعداً مهماً في قضية اختيار المهنة فهو باختصار يعد محكاً أو اختباراً لدرجة النجاح أو التوفيق في هذا الاختيار.

ثاني عشر: قضية المستقبل:

أصبح استكشاف المستقبل وتوقع أحداثه، تتابع وقوع أحداثه من القضايا التي شكلت موضوع علم جديد هو علم المستقبل Futurology، وتتوعدت مناهج الدراسات المستقبلية بين منهجين، الأول يحاول أن يرسم تصوراً كلياً لانتقال المجتمع من الحاضر إلى قلب المستقبل استناداً إلى تصور عقلائي لتتابع دقيق للأحداث. ومن متغيرات الحاضر باعتبارها مقدمات أحكامه إلى حد كبير وترتبط القضايا المستقبلية للشباب بصراع الأجيال والنظرة المتقابلة التي يمتلكها الشباب الجامعي للمستقبل، إضافة إلى النزعة القدرية لديه قد تكون هذه القدرية نتيجة لعمق وطأة التقاليد، وقد تكون نتيجة لبعض الأفكار الشعبية المؤكدة على جهله بالمستقبل تصور جهله

بالغيب بحيث تولد لديه اعتقاد قديري عميق أن ما يحدث لابد أن يحدث ولا سيطرة للإنسان عليه، ومن المنطقي أن تشير لديه هذه القدرية أدنى اهتماماً بالمستقبل أو تشكل دافعاً للسعي إليه، ذلك أن تصور المستقبل والانشغال به يشكل ترفاً وهو يفضل ترف الحاضر عليه. (ليلي وآخرون، مرجع سابق، ص461)

فتصور الشباب الجامعي للمستقبل على المستوى الشخصي يكمن في تحقيق إشباع الحاجات الأساسية لديه، وعلى المجتمع والدولة أن تسعيان لتوفير هذه الإشباعات على مختلف المستويات.

ثالث عشر: قضية التناقض بين القيم والمجتمع:

فبينما يتعلم الشباب في وسائل التعليم بدءاً بالبيت فالجامعة ثم المجتمع كثيراً من القيم المتصلة بالحياة والموجهة للسلوك فإن التناقض بينها وبين الممارسات الحقيقية في المجتمع يمثل مشكلة تؤدي إلى زعزعة الثقة في النظام العائلي، الاجتماعي فالطالب الجامعي يتلقى موروثاً ضخماً في التعليم الديني والقيم الحيوية ثم يجد ما ينافي ذلك في البيت أولاً، ثم الجامعة نفسها ثم

المجتمع وهذا التناقض بين القول والفعل وهو الذي ذمّه الله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ كَذِبًا * مَا قُتِلَ فِي اللَّهِ أَنْ تُقُولُوا كَذِبًا لَعَلَّكُمْ أَتُونَ) [سورة الصف الآيات (3/2)]

إن ممارسة الفضائل في الحياة وجعل القيم والمثل ميزاناً لمعايير السلوك والأخلاق من الأمور المهمة في إزالة التناقض، كما التزام وسائل التوجيه في البيت والجامعة والمجتمع ووسائل الإعلام بالربط بالأقوال والأفعال والحقائق والواقع أمر مهم في إزالة التناقض، إن أجواء الحرية في الرأي والفكر والحرية في مواجهة الأخطاء والتصدي لها، الحري في الإرادة والاختيار والحرية في الرفض والقبول والانحرافات ومعاقبته، من الأمور الهامة في إزالة التناقض والإحساس بالحق في الحرية العامة.

رابع عشر: قضية افتقاد الهوية الذاتية:

لكل أمة هويتها وذاتيتها المميزة لها عن الأمم الأخرى، والشباب الجامعي يفتقد هذه الهوية. (محبوب، مرجع سابق، ص 34-38)

بل لا يعرف عنها شيئاً فإذا سألته من أنت فربما أندھش من السؤال نفسه لأنه لم يسأل نفسه!! وهوية الأمة أو شخصيتها تتكون من ثقافتها، وتراثها، وتقاليدها، وعقيدتها، وقوانينها، ونظمها. إن الهوية الذاتية في المنظور الإسلامي إحساس بالذات، وإبراز للخصائص المرتبطة بالدين، والمنبثقة عنه، وهي أيضاً إحياء لتراث الأمة، فالشخصية الإسلامية كانت رائدة في حوار الحضارات، والتفتح على الثقافات باختلاف أماكنها وأزمانها، الأمر الذي يقتضي إعادة هذا الدور؛ من منطلق ثقافتنا، وواقعنا المعتمد على عقيدتنا، كما يجب أن يكون، لا كما هو كائن، وهذا يقتضي أيضاً تربية الشخصية المسلمة المعاصرة على أساسٍ مما رُبِّي عليه الجيل الأنموذج بوسائل عصرية تتلاءم مع تطلعات الأجيال الصاعدة والعزائم الكبيرة.

خامس عشر: الجنس ومشكلاته:

ترتبط المشكلة الجنسية بالشباب؛ حيث اهتمت الدراسات النفسية والتربوية بهذه الناحية باعتبارها أساس مشكلات الشباب. (الشيبياني، 2007، ص 164)

والمجتمع المسلم لم يعرف الجنس كمشكلة، لأنَّ الحياة فيه ارتبطت بمنهج الله وتنظيمه، كما أنَّ المجتمعات العربية لم تعرف الجنس قضيةً في حياتها؛ لما كان من إحساسها بالترابط العائلي، ومسايرة الفطرة في تلبية حاجات الجنس بالطرق المشروعة، ثم للتربية القائمة على الاعتزاز، بالشرف والفضيلة.

الأسباب التي جعلت الجنس مشكلة للشباب الجامعي: (عباس محمود، مرجع سابق، ص 57)

1. الغزو المرتبط بالاحتلال

2. المفهومات المغلوطة عن الجنس ووظيفته في الحياة

3. المثيرات الخارجية

4. العقبات التي توضع أمام الشباب في الزواج المبكر

5. الفراغ الفكري والعقلي والعاطفي والرياضي

6. توفر أسباب الانحراف لدى الشباب

وترى الدراسة أن مثل هذه المشكلة التي تواجه الشباب الأصل فيها التقنية الحديثة المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي والتي لا خير فيها، فهي تبث الفيديوهات الجنسية عبر الوسائط المتعددة بطرق إثارية تؤثر في عاطفة الشباب خاصة وهم في طور الجامعة.

سادس عشر: اضطراب المفاهيم في قضايا المرأة:

تحتل القضايا المسماة بالمرأة حيزاً كبيراً من تفكيرنا وجهدنا ونشاطاتنا الثقافية والاجتماعية والمرأة بالنسبة للشباب الجامعي هي: الأم، الأخت، البنت، والزوجة وقد نشأ الشاب ورأى امرأة ملتزمة بتعاليم دينها وتقاليد مجتمعه قبل أن تتعرض المجتمعات للمتغيرات التي تعرض لها العالم في ظل الحضارة المعاصرة المتمثلة في التكنولوجيا ووسائلها.

سابع عشر: افتقار التربية على المسؤولية:

تربية الشباب على المسؤولية من أول واجبات البيت والمدرسة والمجتمع؛ لأن الفرد المسلم إنسان مسؤول بكل ما لهذه الكلمة من معانٍ، وعلى أساس هذه المسؤولية كانت تكاليف الحياة على الإنسان، ثم الجزاء على نتائج الأعمال؛ وفترة الشباب فترة يتطلع فيها الشاب إلى تحمل مسؤولياته في الحياة، وإثبات وجوده ومقدرته ليقدّم عملاً نافعاً لأمته، وليكتسب خبرة أكبر في حياته، لذلك كان لزاماً على وسائل التوجيه في المجتمع أن تربي الشباب على المعاناة

والمجاهدة؛ حتى يكون مستعداً لمواجهة الظروف المتقلبة، والأخطار الممكنة، والمشكلات الناجمة عن حركة الحياة ومدافعاتها. (محبوب، مرجع سابق، ص62)

وترى الدارسون يمارس الشباب مسؤولياته في الحياة فلا بدّ بعد التربية النظرية أن يعطى فرصة الممارسة في الحياة، وأن توكل إليه المهام التي تصقل تجربته وتثري خبرته، وليس ذلك في مجال العمل الذي يتكسب منه الرزق، ولا مجال الأسرة والزواج والنسل، ولا في مجال الأعمال التي لا تحتاج إلى جهدٍ عقلي وفكري وجسمي، وإنما فوق ذلك في مجال المسؤوليات الخطيرة المتعلقة بمصير الأمة، وفي مجال القيادة التي تقوم على الجهد والمعاناة والمثابرة، ولنا في رسول الله غدوة حسنة قائد الأمة الإسلامية.

ثامن عشر: افتقاد القدوة بمجالات الحياة:

يחסّ الشباب خلال التناقض الذي يعيشه أذنه يفترق القدوة الصالحة في القيادات المتعددة، وتأثير القدوة في النفوس أقوى من تأثير الأقلام والخطب، والشباب يعلم أنّ الزيف استشرى في أوجه الحياة، وأن اليأس من التغيير يكاد يجمّد النفوس الضعيفة منها، ومناهج الدراسة لا تجد في حياة المعاصرين ما يمثل تلك القدوة فتلجأ إلى قادة المسلمين السابقين، أما العلماء فهم القدوة التي اهتت ثقة الشباب فيها، فأعرضوا عنهم، وعمّموا الأحكام حتى على المخلصين الصادقين منهم: قول الدكتور القرضاوي: "إنه قال لأحد الشبان: يجب أن تأخذوا العلم من أهله، وتسالوا أهل الذكر من العلماء فيما لا تعلمون" فرد عليه: وأين نجد هؤلاء العلماء الذين نطمئن إلى دينهم وعلمهم؟ إننا لا نجد إلا هؤلاء الذين يدورون في فلك الحكام؛ إن أرادوا الحلّ حلّوا، وإن أرادوا الحرمة حرّموا؛ إذا كان الحاكم اشتراكياً باركوا الاشتراكية ووصلوا نسبها بالإسلام، وإذا كان رأسمالياً أيّدوا الرأسمالية باسم الإسلام. (عبدالحليم، 1998م، ص142)

وهذا كله صحيح وملاحظ في بلادٍ كثيرة للمسلمين، وهو في النهاية اكتشاف لرأي الشباب، والثقة المزعزعة في قوتهم من العلماء والمفكرين.

تاسع عشر: قضية ضعف الأجهزة الإعلامية ورعاية الشباب في التوجه:

تقوم أجهزة الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة في الدول ذات "الأيديولوجيات" والأفكار بدور رائد في توجيه الشباب وتثقيفه، وإشباعه بالعقيدة التي تؤمن بها، إنَّ لوسائل الإعلام من الخطورة في عصرنا ما قلل من دور البيت والمدرسة في تربية النشء وتوجيه الشباب، وذلك بما تملكه من وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة التي تقتحم البيوت والمؤسسات والمنتديات، وتقرض نفسها على الناس، وتؤثر تأثيرات مباشرة، ومن آثارها على الشباب الجامعي ظهور أنواع الانحرافات بسبب ما شاهدوا في فيلم أو تمثيلية؛ حيث إنَّ المادة المقدمة لا تميز بين جرائم القتل والاعتصاب والسرقه والمخدرات وبين المواد القليلة المتصلة بالنواحي العلمية.

عشرون: قضية الخلل الاجتماعي:

تتمثل في: (الخولي، 1991م، ص141)

1. تراجع قيمة المناصب القيادية في المجتمع وتقدمت عليها القوى التي تستحوذ كل الأموال وتتحكم فيها.
2. تراجع قيمة المثقفين وقادة الفكر في المجتمع أمام طغيان العناصر ذات المقدرة الاقتصادية.
3. تضائل عدد الذين يخلصون في أداء رسالتهم التعليمية وانخفاض لذلك المستوى التعليمي.
4. انتشرت ظاهرة أداء الخدمة بمقابل.

أحد وعشرون: قضية البطالة:

لعل من أهم المشكلات التي يعاني منها العالم اليوم في هذا العصر وأكثرها ظهوراً ، وأشدّها خطراً على الأمة، وعلى كيانها الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والأمني: مشكلة البطالة، التي تعتبر باباً رئيساً ومعبراً خطيراً يعبر منه المتسولون. أن الأمن والاستقرار، والرخاء والسخاء، لا تتحقق إلا بمشاركة جميع الأيدي العاملة؛ لتصل إلى التوازن في المعيشة، والعيش في سلام ووثام.

وبات هؤلاء العاطلون عن العمل شبحاً مخيفاً، وخطراً محدقاً، يهدد العالم، وينذر بشر، ولم تستطع معظم الدول المتقدمة أن تضع الحلول المناسبة لهذه الظاهرة السيئة، رغم تقدمها وارتفاع مستوى دخلها.

بينما نجد أن الشريعة الإسلامية الغراء قد وضعت طرق عالجت بها هذه الظاهرة متمثلة في:

(عبدالغني، 2011، ص 131-383)

1. الدعوة إلى العمل وترك التواكل.

2. تهيئة فرص العمل.

3. الوقوف الخيرية.

4. الحث على القرض الحسن.

5. الهجرة في طلب الرزق الحلال.

أسبابها:

أ. ندرة الموارد الاقتصادية.

ب. عجز سوق العمل على استيعاب الخريجين.

ج. غياب شامل لمؤسسات فاعلة ومتخصصة.

د. عدم توفير مواعين للعمل لاستيعاب الخريجين.

هـ. التغيرات الفصلية.

اثنين وعشرون: العنف الطلابي:

يتمثل العنف الطلابي في اعتداء الفرد على الآخر ونظراً للظروف والأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والنفسية التي يعاني منها الكثيرين في المجتمع واتساع دائرة الانضباط والشعور المتولد لدى بعض الطلاب لعدم الأهمية وعدم الضرورة على الاستغلال الشخصي عن الأسرة والاعتماد على الذات.

يعرض هذا المبحث مجالات تأثير وسائل التواصل الحديث وتغييرها لسلوك الشباب ترى الدراسة أن في هذه الوسائل الحديثة أو ما يسمى بالعولمة تحقيق تجارب اقتصادية وثقافية وسياسية فهي بذلك قد استحوذت على المجتمعات بسيطرة التقنيات الحديثة والتي تقل عليها أسواق الدول العربية خاصة النامية منها وعبرها تدخل الثقافات إلى تلك المجتمعات وبها تدار السياسات التي تقوم الأنظمة عليها حيث أن الاتصال الفعال عبر هذه التقنية مزوداً اقتصادياً ونتائج سياسية هامة تتعلق بالبيئة الدولية وربما تعد خطوة أكثر رفاهية لعالم يطالب بالاستقرار وحياء أكثر رفاهية حيث قدم الإعلام الجديد قيماً تشجع على الديمقراطية وحرية الإنسان كما أدى إلى التجانس الثقافي الذي ربما يدينه الأغلبية.

كما تشكل قضايا الشباب الجزء الأكبر من قضايا المجتمعات المعاصرة على اختلاف أنظمتها واتجاهاتها ومستوياتها ومشكلات الشباب تستأثر باهتمام المربين وعلماء النفس والاجتماع والمفكرين على تنوع انتماءاتهم، وهذا بسبب ما يعاني منه الشباب من متاعب وهموم ومشكلات نفسية واجتماعية خطيرة. فالشباب نسبة عالية من السكان في المجتمعات العربية والإسلامية والدول النامية، وهم أكثر الفئات الاجتماعية تأثراً بالواقع ومتغيراته ومعطيات البيئة الحيوية المادية والمعنوية من فكر وقيم ومشاعر وسلوك.

الفصل الرابع الدراسة الميدانية

- أولاً : نبذة تعريفية عن الجامعات السودانية التي أجريت فيها الدراسة
ثانياً : الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية
ثالثاً : عرض النتائج المحتصل عليها بأداة الاستبانة وتحليلها
رابعاً : عرض النتائج المحتصل عليها بأداة المقابلة

أولاً : نبذة تعريفية عن الجامعات السودانية التي أجريت فيها الدراسة

1/ جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية

هي جامعة حكومية، أسست بموجب مرسوم عام 1990 في مدينة أم درمان. تضم أكثر من عشرين كلية في المدينة وعدة مناطق أخرى، مثل كلية القرآن الكريم، كلية الشريعة والقانون، اللغة العربية، الاقتصاد، الدعوة والإعلام، الحاسوب، العلوم الاجتماعية، التربية وغيرها من الكليات. الجامعة عضو في اتحاد الجامعات العربية، اتحاد الجامعات الإفريقية، رابطة الجامعات الإسلامية وغيرها من المنظمات (www.quran-unv.edu.sd).

نبذة تعريفية عن كلية الدعوة والإعلام بجامعة القرآن الكريم:

أسست كلية الدعوة والإعلام في عام 1412هـ الموافق له 1992م؛ وذلك لتحقيق أهداف الجامعة المتمثلة في تأكيد هوية الأمة والارتقاء بالمجتمع في جميع جوانبه.

الرؤية:

بناء إعلام إذاعي أكاديمي ومهني صاحب رسالة إعلامية هادفة ومؤثرة وفاعلة تتعدى النظرة المحلية، والإقليمية، والدولية تحقيقاً لرسالة الإسلام المتمثلة في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

الرسالة:

تحقيق رسالة الإسلام عبر الوسائل السمعية والبصرية في المجتمع على الصعيد المحلي والإقليمي والدولي.

الأهداف:

1. تحقيق القيم الإيمانية من خلال مخاطبة أكثر الحواس تأثراً واتصالاً بتلف المعلومات

والحقائق.

2. تقديم المكلمات الإعلامية المتزينة شكلاً ومضموناً من خلال رسالة إعلامية فاعلة ومؤثرة.

3. تمكين الطالب من معرفة واستخدام الأدوات الفنية المختلفة في عمليات الإعداد والتقديم والإنتاج والإخراج بما يساعد في نشر الدعوة الإسلامية.

4. تدريس منهج الإعلام وفق المنهج التأصيلي؛ وذلك بربطه بالعقيدة والمجتمع.

5. البحث العلمي في الإعلام عامة والإعلام الإسلامي خاصة، من خلال المنطلقات الفكرية الإسلامية المستوعبة لقضايا العصر.

مواقع الجامعة في الانترنت:

1. للجامعة صفحة على الفيس بوك للتواصل مع الطلاب.

2. موقع ويب www.quran-unv.edu.sd للاستعلامات عن الجامعة.

يبلغ عدد طلاب كلية الدعوة الفرقة الرابعة 260 طالب. (مقابلة مع مسجل الكلية، 15 يناير 2018م)

2/ جامعة العلوم والتقانة:

جامعة العلوم والتقانة من أولى الجامعات في السودان التي تعمل في المجالات التقنية حيث تحتل علوم الحاسوب المختلفة المرتبة الأولى في الجامعة. أنشئت جامعة العلوم والتقانة في عام 1995 في منطقة الملازمين بأمر درمان وهي مؤسسة أهلية غير ربحية بداية أنشأت كليات تقنية المعلومات وعلوم الحاسوب وهندسة الحاسوب والتي أصبحت فيما بعد (الهندسة الإلكترونية والكهربائية) ومن ثم أنشأت كليتي المختبرات والطب البشري ومن بعدهما كلية طب الأسنان والمختبرات الطبية ولاحقاً أضيفت كليات هندسة العمارة وال عمران والهندسة الكيميائية والهندسة المدنية وكلية العلوم الإدارية. على الرغم من أن جميع الكليات كانت في مجمع الملازمين إلا أنها في بعد توزعت على 3 مجمعات بمساحة كلية 120,000 متر مربع. (دليل الجامعة، 2018، ص10)

مجتمعات جامعة العلوم والتقانة:

- المجتمع الهندسي وعلوم الحاسوب (أم درمان شارع الشنقيطي).
- المجتمع الطبي (أم درمان شارع الثورة النص).
- مجمع المحاسبة (أم درمان شارع الوادي).
- المجتمع التقني (أم درمان شارع الشنقيطي، جوار المجمع الهندسي)

المراكز والمنتديات:

لجامعة العلوم والتقانة عدد من المراكز وتقيم عدد من المنتديات بصفة دورية، هذه المنتديات والمراكز تقوم بخدمة المجتمع والبحث العلمي على عدة أصعدة من ابرز المنتديات والمراكز الملحقة بجامعة العلوم والتقانة.

- منتدى التقانة العلمي.
- مركز التقانة لأبحاث الأيدز.
- مركز التقانة لأبحاث الملاريا.
- مركز التقانة للمعلومات.

عدد طلاب الجامعة كلية علوم الحاسوب المستوى الرابع 170.

(ust.edu.edu.sd/college)

مواقع الجامعة على الانترنت⁽¹⁷³⁾: (دليل الجامعة، مرجع سابق، ص 20)

- Ust.edu.sd
- <http://m.facebook.com>
- <https://twitter.com>

3/ جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا:

هي جامعة سودانية، تميزت بتخصصات الهندسة وتقنية المعلومات، وعلاقتها مع الجامعات الأجنبية ويقع مقر الجامعة في مدينة الخرطوم، وتتوزع منشآتها على أنحاء المدينة: فالقسم الجنوبي وهو الذي يحوي كليات الهندسة يقع في شارع 61 العمارات، والقسم الغربي يقع في

حي المقرن بالقرب من شارع الغابة وهو يحتوي علي كليات الكمبيوتر وتقنية المعلومات والدراسات التجارية والمختبرات الطبية. أما مجمع الوسط الذي يوجد غرب هيئة الإمدادات الطبية فيشمل كلية الموسيقى والدراما وكلية علوم الاتصال. يرجع تأسيس جامعة السودان عميقاً في تاريخ السودان الحديث في محطات تطور التعليم بالسودان عبر مدرسة الخرطوم الفنية ومدرسة التجارة 1902 مروراً بمدرسة الأشعة 1932م ومدرسة الفنون 1946م ومعهد الخرطوم الفني 1950 ومعهد شمبات الزراعي 1954م الكلية المهنية العليا 1962، ومعهد الموسيقى والمسرح والمعهد العالي للتربية الرياضية للمعلمين المعلم الكبير تأسس معهد الكليات التكنولوجية 1975م ليكون من هذه المؤسسات الفريدة أكبر مؤسسة للتعليم التقني في السودان. تم ترفيعه إلى جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 1990.

كلية علوم الاتصال:

كلية علوم الاتصال هي مؤسسة تعليمية تنزوي تحت لواء جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، تأسست عام 2006-2007م. تحوي الكلية خمسة تخصصات:-

- علاقات عامة وإعلام.

- وسائل متعددة.

- إذاعة وتلفزيون.

- تصوير وسينما.

- صحافة ونشر. ((<http://m.facebook.com>))

عدد طلاب الفرقة الرابعة علاقات عامة 115 طالب. (شذى أستاذ بكلية علوم الاتصال)

المواقع الإلكترونية لجامعة السودان:

- www.sutech.edu
- E-mail: sustech.edu
- dar.sustech.edu
- <http://m.facebook.com>

4/ جامعة النيلين:

كانت سابقاً تعرف بجامعة القاهرة فرع الخرطوم، وقد تأسست في العام 1956م في عهد الرئيس المصري جمال عبد الناصر لتكون جسر تواصل علمي وثقافي للعلاقات بين السودان ومصر، وفي عهد ثورة الإنقاذ تم تحويلها إلى "جامعة النيلين" في عام 1993م، وهي جامعة عريقة، كانت تتكون من كلية القانون والآداب والتجارة والعلوم، أضيفت لها في التسعينات كليات: الطب والصيدلة والهندسة والبصريات والعلوم الرياضية والمختبرات والعلوم والتكنولوجيا والمختبرات الطبية وتعد أكبر جامعة سودانية من حيث عدد الطلاب، ثم ألحقت بها العديد من الكليات. جامعة النيلين من اعرق الجامعات السودانية والعربية وتقع معظم كليات جامعة النيلين في شارع الجمهورية في مقرن النيلين وبالقرب من جزيرة توتي. (www.neelian.edu.sd)

نبذة عن كلية الحاسوب وتقانة المعلومات:

في عام 1991 أنشئ قسم الحاسوب ليتم فيه تدريس مقررات بمستوى البكالوريوس في علوم الحاسوب ومستوى الدبلوم في علوم الحاسوب. في عام 2001 قام القسم بطرح برامج للدراسات العليا وذلك في كل من - الدبلوم فوق الجامعي (التحويلي) في علوم الحاسوب.

مواقع الجامعة الإلكترونية:

- www.alneelian.com
- <http://facebook.com>

عدد طلاب الفرقة الرابعة علوم حاسوب نظم معلومات 150 طالب.

ثانياً : الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

تهدف الدراسة الميدانية إلى الحصول على معالم ومؤشرات حول الاتصال التفاعلي في الإنترنت وتأثيره على طلاب الجامعات السودانية، من خلال استطلاع آراء الأطراف ذات العلاقة طلاب الجامعات السودانية.

أولاً : مجتمع الدراسة:

حددت الباحثة مجتمع الدراسة كمصدر للحصول على البيانات ويعني جميع المفردات التي تسعى الباحثة أن تُعمم عليها نتائج مشكلة الدراسة، ويتمثل مجتمع الدراسة في عينة من طلاب الجامعات السودانية وهي (جامعة القرآن الكريم وجامعة السودان تمثيلاً لطلاب الإعلام - وجامعة النيلين وجامعة العلوم والتقانة تمثيلاً لطلاب الحاسوب)، وتم تقدير عينة بعدد (70) فرداً.

ثانياً :عينة الدراسة:

قامت الباحثة باختيار عينة الدراسة بحيث تشمل الأطراف المعنية والمهتمة بموضوع الدراسة وبما يتوافر لها من الخبرة العلمية والعملية، تم تحليل العينة عبر برنامج "Spss" الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (من خلال عينة عمدية قصدية للكليات الإعلام والحاسوب من الفرقة الرابعة من طلاب الجامعات). عليه قامت الباحثة بتوزيع عدد (70) استمارة استبانة على الفئات المستهدفة المطلوبة قامت الباحثة باستردادها كاملة بنسبة (100%).

ثالثاً : أداة الدراسة:

أداة الدراسة عبارة عن الوسيلة التي تستخدمها الباحثة في جمع المعلومات اللازمة عن الظاهرة موضوع الدراسة. وقد اعتمدت الباحثة على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات من عينة الدراسة وأحتوى الاستبيان على قسمين رئيسين:

1. القسم الأول: تضمن البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة، حيث يحتوي على بيانات حول

الجنس، العمر، الحالة الاجتماعية

2. **القسم الثاني:** يتضمن عبارات الاستبانة وهي ستة محاور تُحلل وفق المقياس الرباعي المتدرج الذي يتكون من أربعة مستويات (أوافق تماماً ، أوافق، أوافق لحد ما ، لا أوافق،) وتم توزيع هذه العبارات على محاور الدراسة.

إعتمدت الباحثة على الاستبانة كأداة رئيسية لجمع المعلومات من عينة الدراسة، نسبة لأن للاستبانة مزايا منها:

1. يمكن تطبيقه للحصول على معلومات عن عدد من الأفراد.

2. قلة تكلفته وسهولة تطبيقه.

3. سهولة وضع عباراته وترسيم ألفاظه.

4. يوفر وقت للمستجيب ويعطيه فرصة التفكير.

5. يشعر المجيبون بالحرية في التعبير عن آراء يخشون عدم محايدة الآخرين عليها.

ثالثاً : الثبات والصدق الظاهري للاستبانة

للتأكد من الصدق الظاهري للاستبانة وصلاحيه عباراته من حيث الصياغة والوضوح قام الباحثة بعرض قائمة الاستبيان على عدد من المحكمين الأكاديميين والمتخصصين بمجال الدراسة (الملحق رقم2)، وبعد استعادة الاستبيان من المحكمين تم إجراء بعض التعديلات التي أُقترحت عليه.

جدول رقم (1)

الثبات والصدق للمجموع الأربعة محاور

الصدق	الثبات	المحاور	
		عدد العبارات	
0.91	0.84	6	المحور المعرفي
0.87	0.76	6	المحور الثقافي
0.97	0.96	5	المحور الاجتماعي
0.94	0.89	6	المحور السلوكي
0.90	0.81	6	المحور الديني
0.92	0.86	6	المحور السياسي
0.92	0.85		المجموع

المصدر: إعداد الطالبة من بيانات الدراسة الميدانية 2018م

يتضح من الجدول أعلاه والرسم أدناه أن الثبات (معامل ألفا كرونباخ) لعبارات الاستبانة بلغ 0.83 أي 91% والثبات لمحاور الدراسة بلغ 0.85 أي 85% وهذا يعني أن المقياس يعطي نفس النتائج إذا ما استخدم أكثر من مرة واحدة تحت ظروف مماثلة وهذا يعني صلاحية الاستبانة للمقياس.

رابعاً : تحليل الاستبانة

1. الترميز :

تم ترميز آراء المبحوثين حتى يسهل إدخالها في جهاز الحاسب الآلي للتحليل الإحصائي حسب الأوزان الآتية:

4	وزنها	أوافق تماماً
3	وزنها	أوافق
2	وزنها	أوافق لحد ما
1	وزنها	لا أوافق

2. الأسلوب الإحصائي :

استخدم برنامج (SPSS) لمعالجة البيانات إحصائياً حيث أن SPSS مختصر Statistical package for social sciences والتي تعنى بالعربية الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الأسلوب الإحصائي المستخدم في تحليل هذه البيانات هو التكرارات والنسب المئوية لآراء المبحوثين بالإضافة إلى الوسط الحسابي والانحراف المعياري لأوزان آراء المبحوثين. لاختبار تكرارات آراء المبحوثين هي في الاتجاه السلبي أم في الاتجاه الإيجابي أستخدم اختبار مربع كأي لجودة التطابق. أي لاختبار الفرض الآتي إلى أي مدى التكرارات المتحصل عليها من آراء المبحوثين تتوزع بنسب متساوية (منتظمة) للعبارات : (أوافق تماماً، أوافق، أوافق لحد ما، لا أوافق)، فإذا كان حجم العينة 200 يتوزعون بنسب متساوية للآراء الخمسة فإذا كان هنالك فرق ذو دلالة إحصائية بين المتوقع وبين التكرارات المتحصل عليها هذا يعني أن آراء المبحوثين تميل نحو الإيجابية أو السلبية .

ثالثاً : عرض النتائج المتحصل عليها بأداة الاستبانة وتحليلها

أولاً : تحليل البيانات الشخصية:

تضمن البيانات الشخصية لأفراد عينة للدراسة، حيث يحتوي هذا الجزء على النوع، العمر، والحالة الاجتماعية.

1/ النوع:

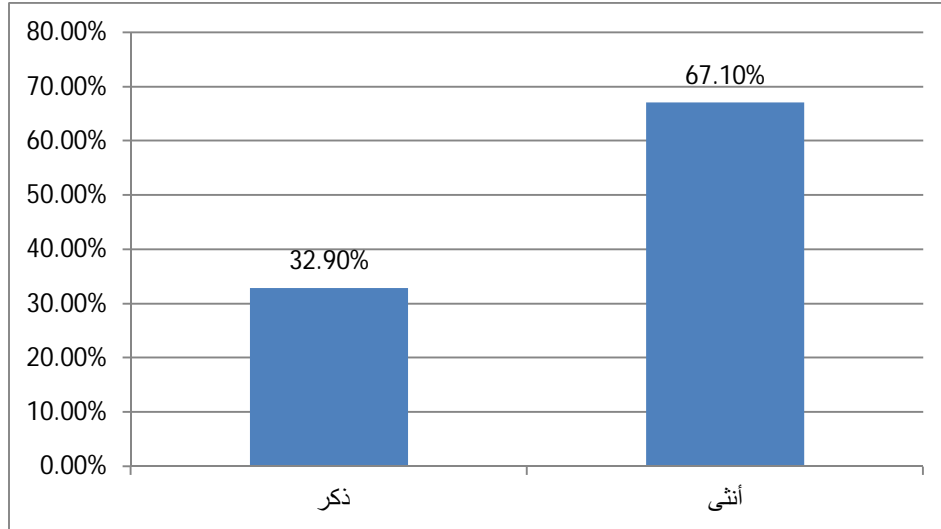
الجدول (2)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	23	32.9%
أنثى	47	67.1%
المجموع	70	100%

شكل رقم (1)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير النوع



يتضح من الجدول والشكل أعلاه أن الدراسة أثبتت أن عدد الذكور جاء بنسبة 32.9% وعدد الإناث جاء بنسبة 67.1% نلاحظ أن عدد الإناث تفوق على الذكور، وهذا يدل على أن الإناث أكثر إقبالاً للالتحاق بمؤسسات التعليم العالي من الذكور إضافة إلى أن أفراد العينة مستخدمة للانترنت، يتضح أن الإناث أكثر ميولاً للاتصال بالانترنت والمواقع الاجتماعية من الذكور.

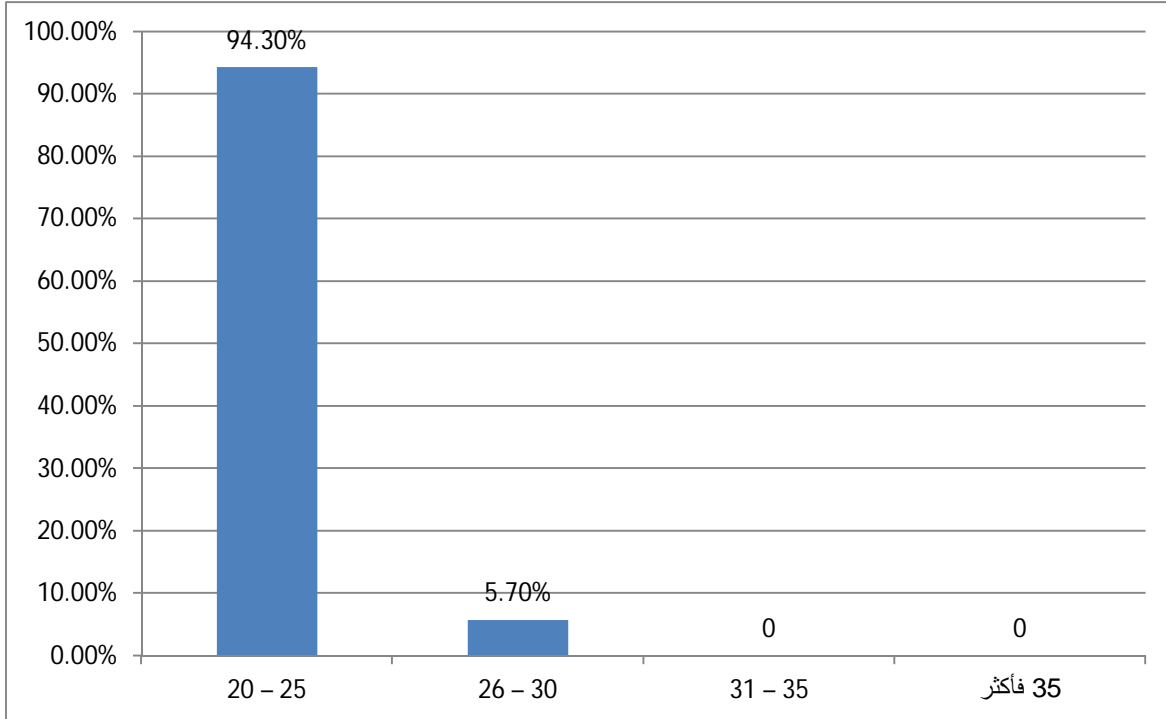
جدول (3)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر

النسبة المئوية	التكرار	العمر
%94.3	66	25 – 20
%5.7	4	30 – 26
0	0	35 – 31
0	0	35 فأكثر
%100	70	المجموع

شكل رقم (2)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر



يتضح من الجدول والشكل أعلاه أن الدراسة بينت العمر لأفراد العينة المختارة جاء بنسبة 94.3% لفئة (20 - 25) بينما جاء بنسبة 5.7% لفئة (26 - 30) أما فئة (31 - 35) لا توجد وفئة (35 فأكثر) لا توجد أيضاً. نلاحظ أن أعلى نسبة في الأعمار كانت لفئة (20 - 25) وهذا يدل على أن أعمار الطلاب متقاربة في كل الجامعات أي معظمهم في مرحلة شبابية ومرحلة تكوين شخصية وهذا يعني أن العينة متفهمة لموضوع البحث وبالتالي قابلة للتغير والتحول مع عالم الانترنت وتمثل مجتمع الدراسة بصورة جيدة.

3/ الحالة الاجتماعية:

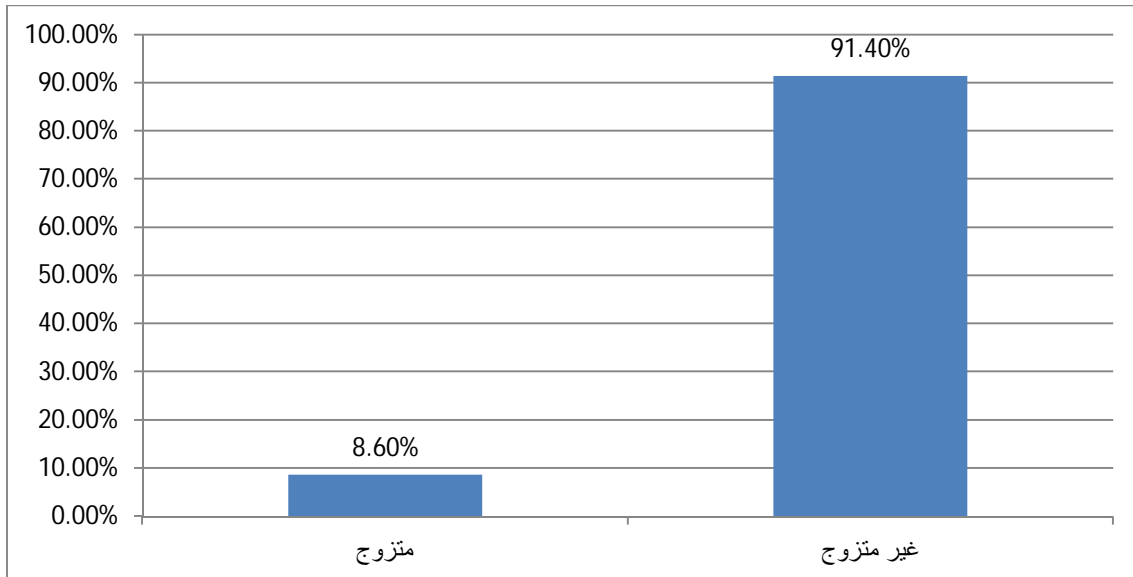
الجدول (4)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاجتماعية
8.6%	6	متزوج
91.4%	64	غير متزوج
100%	70	المجموع

شكل رقم (3)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية



يتضح من الجدول والشكل أعلاه أن الدراسة بينت أن الحالة الاجتماعية جاءت للمتزوجين بنسبة 8.6% وغير المتزوجين بنسبة 91.4%. نلاحظ أن نسبة الحالة الاجتماعية غير المتزوجين أعلى من نسبة المتزوجين وهذا يدل على أن الطلاب معظمهم غير مقيدين بمسئولية وأن معظمهم يصرف عليهم أولياء أمورهم في هذه السحلة ويُعزى عدم الزواج لعدم الرغبة في تحمل المسؤولية إضافة إلى حالة الإشباع الغريزي المتوفرة في الاتصال بالانترنت المتناول عبر الهاتف الذي يملكه كل طالب جامعي.

4/ الجامعات:

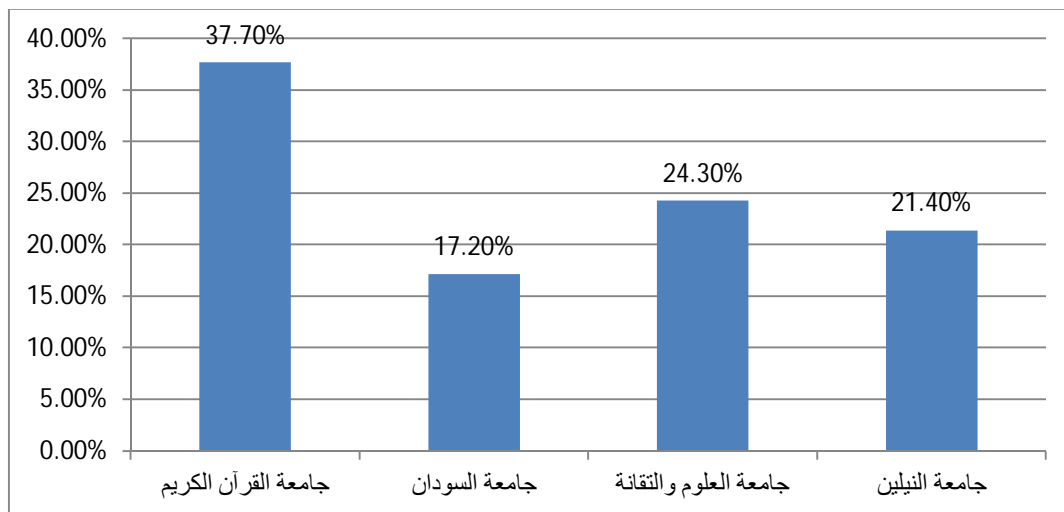
الجدول (5)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجامعات

الجامعة	التكرار	النسبة المئوية
جامعة القرآن الكريم	26	37.7%
جامعة السودان	12	17.2%
جامعة العلوم والتقانة	17	24.3%
جامعة النيلين	15	21.4%
المجموع	70	100%

شكل رقم (4)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجامعات



يتضح من الجدول أعلاه أن الدراسة بينت التوزيع وفقاً لمتغير الجامعات جاء بنسبة 37.7% لجامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية بينما جاء بنسبة 17.2% لجامعة السودان وجامعة العلوم والتقانة بنسبة 24.3% وجامعة النيلين بنسبة 21.4%. نلاحظ أعلى نسبة جاءت لجامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية وهي ممثلة في طلاب الإعلام. وأقل نسبة كانت جامعة النيلين هم ممثلين لطلاب الحاسوب وهذا يعني أن الكليات التقنية أقل إقبالاً من الطلاب ويتم الدخول إليها بنسب عالية في الشهادة السودانية من العلميين بخلاف الكليات الأدبية الأخرى وأن التعليم عالي التكلفة في الدراسة.

5/ اللغة:

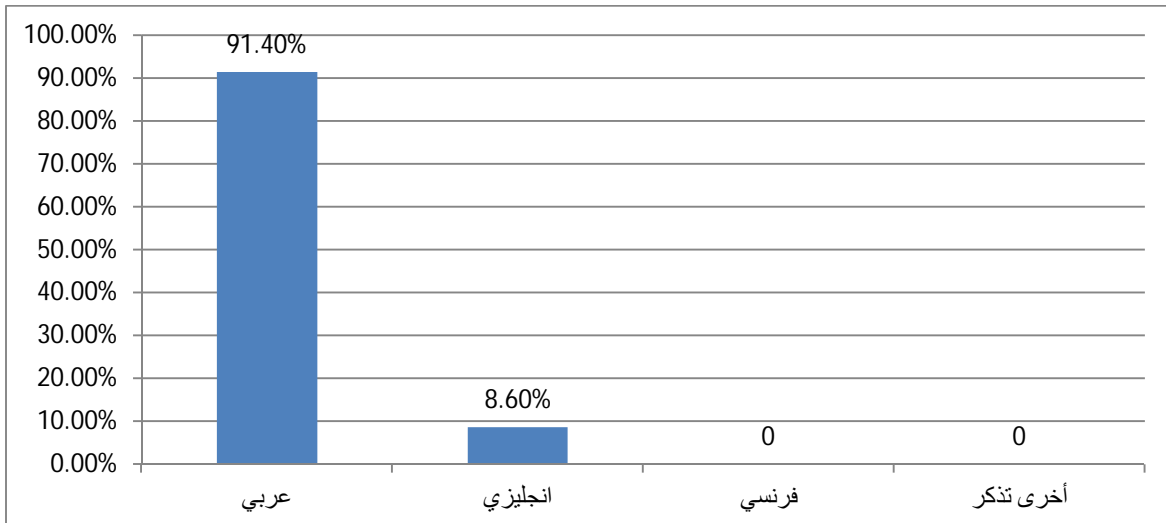
الجدول (6)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير اللغة

النسبة المئوية	التكرار	اللغة
91.4%	64	عربي
8.6%	6	انجليزي
0	0	فرنسي
0	0	أخرى تذكر
100%	70	المجموع

شكل رقم (5)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير اللغة



يتضح من الجدول والشكل أعلاه أن الدراسة أثبتت لأفراد العينة وفق متغير اللغة جاء بنسبة 91.4% اللغة العربية بينما جاء بنسبة 8.6% لغة إنجليزية ولا توجد لغة فرنسية أو أخرى تذكر.

نلاحظ أن أعلى نسبة كانت اللغة العربية وهذا يدل على أن مؤسسات التعليم العالي في السودان تعتمد على اللغة العربية كلغة أساسية في مفرداتها الدراسية بالجامعات إضافة إلى ذلك أن اللغة العربية هي اللغة المستخدمة عند السودانيين أكثر من أي لغة أخرى. ومن ذلك يمكن استدراك خطورة ضعف اللغة الانجليزية واللغات الأخرى كضرورة في عالم اليوم الذي تتواصل فيه الشعوب والأجيال عبر وسائط الاتصال الحديث والتأثر بها عبر لغة الصور وفنونها وفي المقابل تظل مطلوبات الدفاع والتوظيف الإيجابي عاجزة بعجز اللغة الأخرى وهذا يستوجب إعادة النظر في تركيز اللغات الأخرى كبوابة للتأثير الإيجابي المطلوب، وترى الباحثة أنه لا بد من تقوية اللغات الأخرى للمصلحة التنشيفية ومواكبة العالم والتأثير فيه بدلاً من التأثر به.

ثانياً : البيانات الموضوعية

1- زمن الاستخدام:

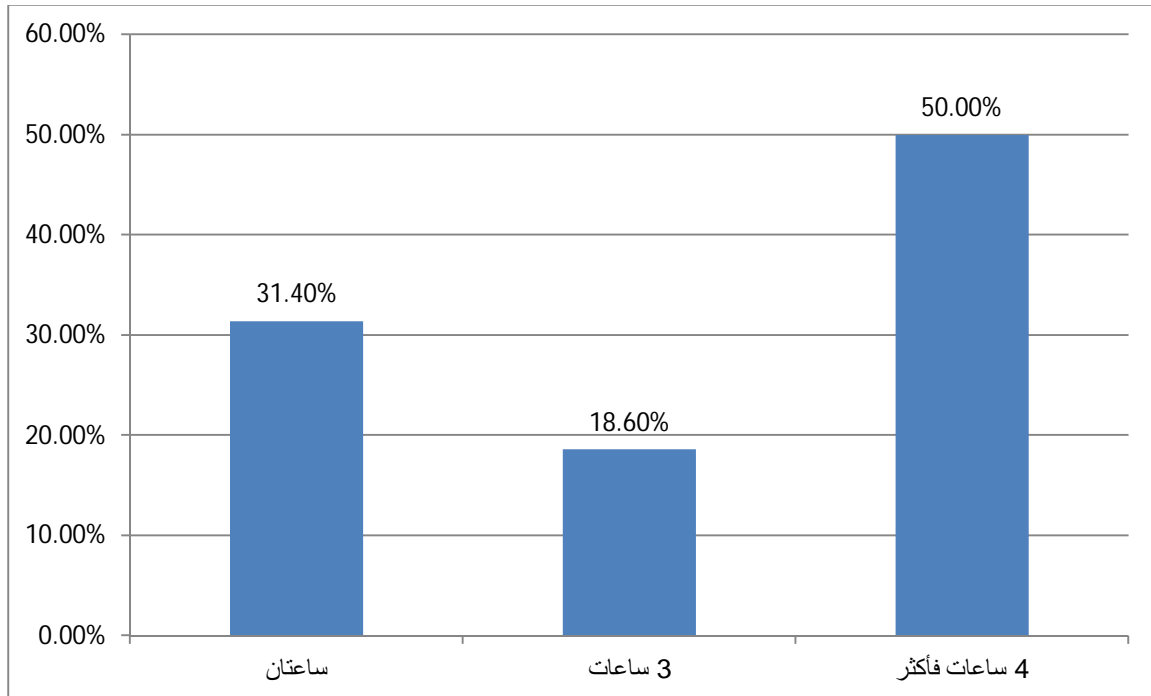
الجدول (7)

التوزيع التكراري لعينة الدراسة وفق متغير الزمن

النسبة المئوية	التكرار	زمن الاستخدام
31.4%	22	ساعتان
18.6%	13	3 ساعات
50.0%	35	4 ساعات فأكثر
100%	70	المجموع

شكل رقم (6)

التوزيع التكراري لعينة الدراسة وفق متغير الزمن



يتضح من الجدول والشكل أعلاه أن زمن الاستخدام جاء لأفراد العينة ساعتان بنسبة 31.4% و3 ساعات بنسبة 18.6% و4 ساعات فأكثر بنسبة 50%.

نلاحظ أعلى نسبة لزمن الاستخدام هي 4 ساعات فأكثر وأقل نسبة كانت ساعتان وهذا يدل أن الطلاب يستخدمون الاتصال بالانترنت في زمن ليس بالقليل يمكن من خلاله تصفح عدد كبير من المواقع الاجتماعية ويعني ذلك أن الباحثة اختارت عينة متفهمة لموضوع الاتصال التفاعلي بالانترنت وتستخدمه تماماً وأكثر قبولاً للمستجدات العصرية الحديثة مع نسبة الاتصال بالانترنت والثقافة المتغيرة وهذا افترضته الدراسة ضمن فروضها البحثية.

وهنا ترى الباحثة أن المواقع تأخذ وقتاً ليس بالقليل الأمر الذي يؤدي إلى حدوث التغير والتأثير على حسب ميول المستخدم للانترنت سواء كان سلباً أو إيجاباً .

2- أي الوسائل الإلكترونية التالية (شبكات التواصل الاجتماعي) تستخدم؟

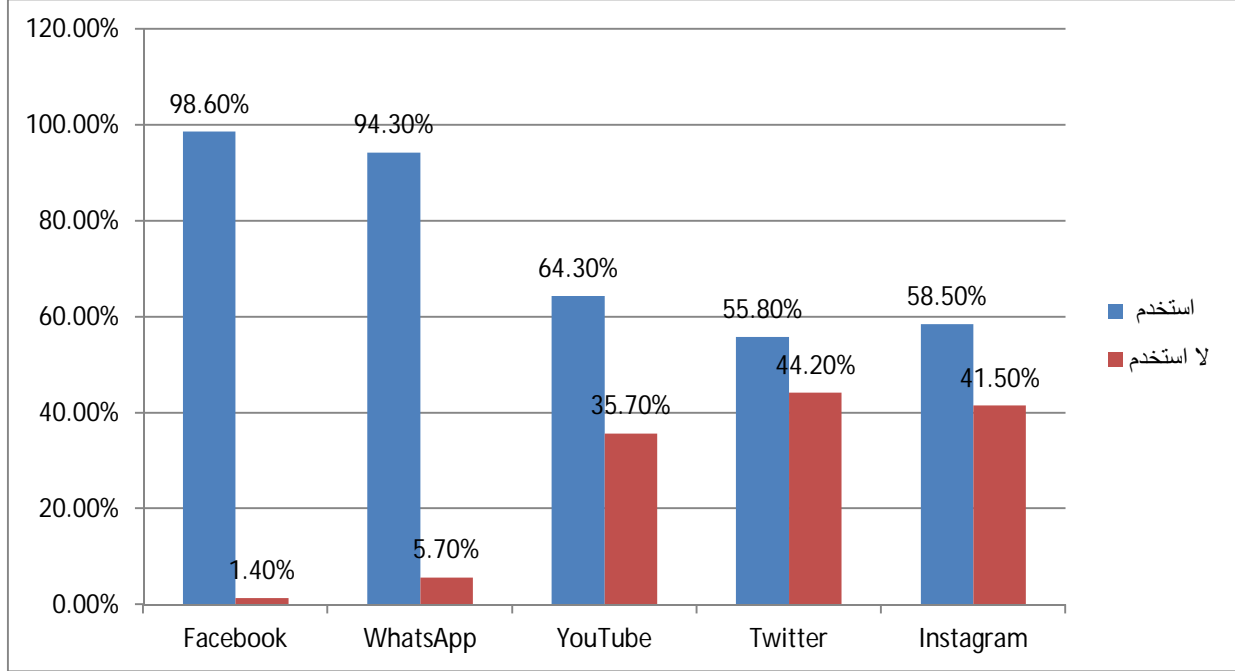
الجدول (8)

يوضح التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب السؤال أي الوسائل الإلكترونية التالية (شبكات التواصل الاجتماعي) تستخدم

المجموع		Instagram		Twitter		YouTube		WhatsApp		Facebook		استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100	70	%15.7	11	%18.6	13	14.3%	10	40.0%	28	12.9%	9	استخدم ماماً
%100	70	%7.1	5	%8.6	6	27.1%	19	45.7%	32	84.3%	59	استخدم
%100	70	%35.7	25	%28.6	20	22.9%	16	8.6%	6	1.4%	1	استخدم إلى حد ما
%100	70	%41.5	29	%44.2	31	35.7%	25	5.7%	4	1.4%	1	لا استخدم

شكل رقم (7)

يوضح التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب السؤال أي الوسائل الإلكترونية التالية (شبكات التواصل الاجتماعي) تستخدم



يتضح من الجدول والشكل أعلاه أن التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة حسب استخدام الطلاب لشبكات التواصل الاجتماعي كانت كالآتي:

في المرتبة الأولى جاءت شبكة التواصل الاجتماعي (Facebook) وفق إجابة المبحوثين، الذين كانت إجاباتهم استخدم تماماً بنسبة 12.9% واستخدم بنسبة 84.3% واستخدم إلى حد ما بنسبة 1.4% بينما الذين لا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي فيس بوك بنسبة 1.4% من أفراد العينة الكلية. ويلاحظ أن طلاب الجامعات يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي فيس بوك بنسبة 98.6% من أفراد العينة وهنا يمكننا القول أن جميع طلاب الجامعات يميلون إلى استخدام موقع فيس بوك.

وفي المرتبة الثانية من حيث الاستخدام جاءت شبكة التواصل الاجتماعي (WhatsApp) وفق إجابة المبحوثين فالذين كانت إجاباتهم استخدم تماماً بنسبة 40% واستخدم بنسبة 45.7% واستخدم إلى حد ما بنسبة 8.6% بينما الذين لا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 7.5% من أفراد العينة الكلية. ويلاحظ أن طلاب الجامعات

يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي واتسآب بنسبة 94.3% من أفراد العينة وفي هذه الحالة يأتي تحقيق فروض الدراسة توجد علاقة موجبة بين الاستخدام الجيد للفيس بوك والواتسآب.

في المرتبة الثالثة من حيث الاستخدام جاءت شبكات التواصل الاجتماعي (youtube)

وفق إجابة المبحوثين فالذين كانت إجبتهم استخدم تماماً بنسبة 14.3% واستخدم بنسبة 27.1% واستخدم إلى حد ما بنسبة 22.9% بينما الذين لا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي يوتيوب بنسبة 35.7% من أفراد العينة الكلية ويلاحظ أن طلاب الجامعات يستخدمون (youtube) بنسبة 64.3% من أفراد العينة الكلية.

وفي المرتبة الرابعة من حيث الاستخدام جاءت شبة التواصل الاجتماعي

(Instagram) وفق إجابة المبحوثين فالذين كانت إجبتهم استخدم تماماً بنسبة 15.7% و استخدم نسبة 7.1% واستخدم إلى حد ما بنسبة 35.7% بينما الذين لا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي انستغرام بنسبة 41.4% من أفراد العينة الكلية، ويلاحظ أن طلاب الجامعات يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي (Instagram) بنسبة 58.5% من أفراد العينة الكلية.

بينت الدراسة أن استخدام الطلاب لتطبيقي الفيس بوك والواتسآب أكثر من التطبيقات الأخرى وهذا يدل على أن البرامج المقدمة عبر هذه المواقع أكثر جاذبية لمجتمع الطلاب وتفاعلهم معها. كما أن الشبكة الاجتماعية أكثر استخداماً يرجع ذلك إلى أنها نشأت وسط مجتمع الطلاب من قبل مخترع تطبيق فيس بوك.

وفي المرتبة الخامسة (الأقل استخداماً في وسط الجامعات) جاءت شبكة التواصل

الاجتماعي (twitter)، وفق إجابة المبحوثين فالذين كانت إجبتهم استخدم تماماً بنسبة 18.6% و استخدم نسبة 8.6% واستخدم إلى حد ما بنسبة 28.6% بينما الذين لا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي انستغرام بنسبة 44.3% من أفراد العينة الكلية، ويلاحظ أن طلاب الجامعات يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي (twitter) بنسبة 55.8% من أفراد العينة الكلية.

3- ما هي دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

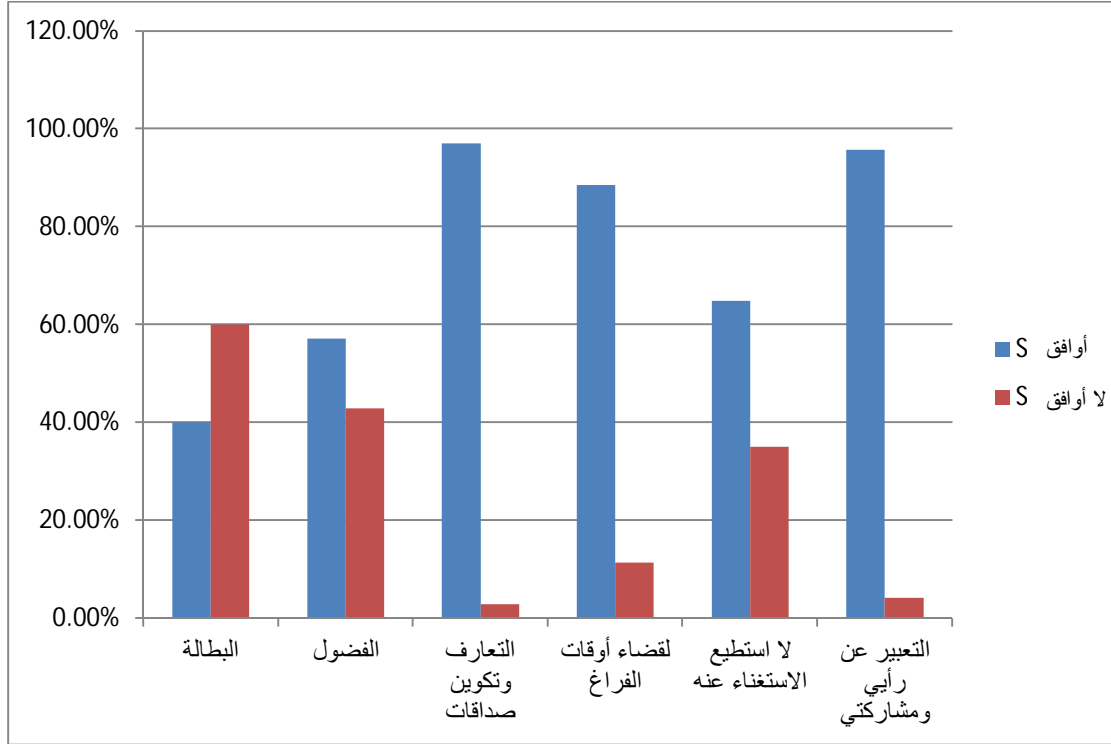
الجدول (9)

التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة حسب دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

المجموع		لا أوافق		أوافق لحد ما		أوافق		وافق تماماً		الدوافع
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	70	%4.2	3	%11.4	8	%27.1	19	%57.1	40	التعبير عن رأيي ومشاركتي
%100	70	%35.7	25	%21.4	15	%31.4	22	%11.4	8	لا أستطيع الاستغناء عنه
%100	70	%11.4	8	%42.9	30	%25.7	18	%20	14	لقضاء أوقات الفراغ
%100	70	%2.9	2	%14.3	10	%65.7	46	%17.1	12	التعارف وتكوين صداقات
%100	70	%42.9	30	%45.7	32	%5.7	4	%5.7	4	الفضول
%100	70	%60	42	%21.4	15	%10	7	%8.6	6	البطالة

شكل رقم (8)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة حسب دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي



من الجدول أعلاه أن التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة حسب دوافع استخدام الطلاب

لشبكات التواصل الاجتماعي على النحو التالي :-

حيث جاء دافع التعبير عن رأيي ومشاركتي بنسبة 57.1% أوافق تماماً ونسبة 27.1%

أوافق و 11.4% أوافق على حد ما بينما لا أوافق بنسبة 4.2%. نلاحظ أن دافع التعبير عن

رأيي ومشاركتي بنسبة 95.4% للموافقين من العينة الكلية بينما والغير موافقين كانت بنسبة

4.2% وهذا يعني أن أفراد العينة يدفعهم التعبير عن الرأي المشاركة لاستخدام وسائل التواصل

الاجتماعي.

هذا يعني أن موقع التواصل الاجتماعي تتيح فرصة للمشاركة والتعبير عن الرأي وذلك لما

تتميز به من سرية كاملة للمستخدم.

حيث جاء دافع لا استطيع الاستغناء عنه بنسبة 11.4% أوافق تماماً ونسبة 31.4% أوافق

ونسبة 21.4% أوافق على حد ما بينما لا أوافق بنسبة 37.7%.

بينما جاء دافع استخدام الشبكات الاجتماعية لقضاء أوقات الفراغ بنسبة 20% أوافق تماماً بينما أوافق 25.7% وأوافق لحد ما كانت بنسبة 42.9% ولا أوافق 11.4%.

كما جاء دافع استخدام المواقع الاجتماعية للتعارف وتكوين صداقات 17.1% أوافق تماماً وأوافق كانت بنسبة 65.7% وأوافق لحد ما 14.3% ولا أوافق 2.9%.

وجاء دافع الفضول في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي 5.7% أوافق تماماً 5.7% أوافق ونسبة 45.7% أوافق لحد ما ولا أوافق بنسبة 42.9%.

بينما جاء دافع البطالة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 8.6% أوافق تماماً ونسبة 10% أوافق ونسبة 21.4% أوافق لحد ما ولا أوافق كانت بنسبة 60%.

نلاحظ أن أعلى نسبة لدوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الطلاب التعارف وتكوين صداقات حيث كانت بنسبة 97.1% من إجابة المبحوثين من أفراد العينة الموافقين بينما غير الموافقين 2.9% وهذا يعني أن الطلاب يدفعهم إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي التعارف وتكوين الصداقات.

وهذا يعني أن المواقع تضم جنسيات العالم المختلفة السبب الذي يجعل الطلاب يخلقون صداقات ومعارف عبر هذه المواقع الاجتماعية. حيث يلي هذا الدافع دافع استخدام المواقع الاجتماعية للتعبير عن الرأي والمشاركة حيث أحرز نسبة 95.4% من إجابة المبحوثين الموافقين من العينة الكلية بينما غير الموافقين 8.6%، ويليه دافع قضاء أوقات الفراغ لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي الذي كان بنسبة 88.6% من إجابة المبحوثين الموافقين بينما غير الموافقين لهذا الدافع كانوا بنسبة 11.4% ويليه دافع الفضول الذي أحرز نسبة 57.1% من إجابة المبحوثين من أفراد العينة الكلية بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 42.9% ويليه دافع البطالة الذي أحرز نسبة 40% من دوافع استخدام التواصل الاجتماعي من أفراد العينة المبحوثة الموافقين بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 60%.

من خلال هذه النسب المئوية يتضح أن أكثر دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي التعارف وتكوين صداقات والتعبير عن الرأي والمشاركة وهذا ما يتوافق مع فرض البحث استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من أجل التعارف وتكوين صداقات.

4- المحور المعرفي:

استخدامات المواقع الاجتماعية والتأثير المعرفي.

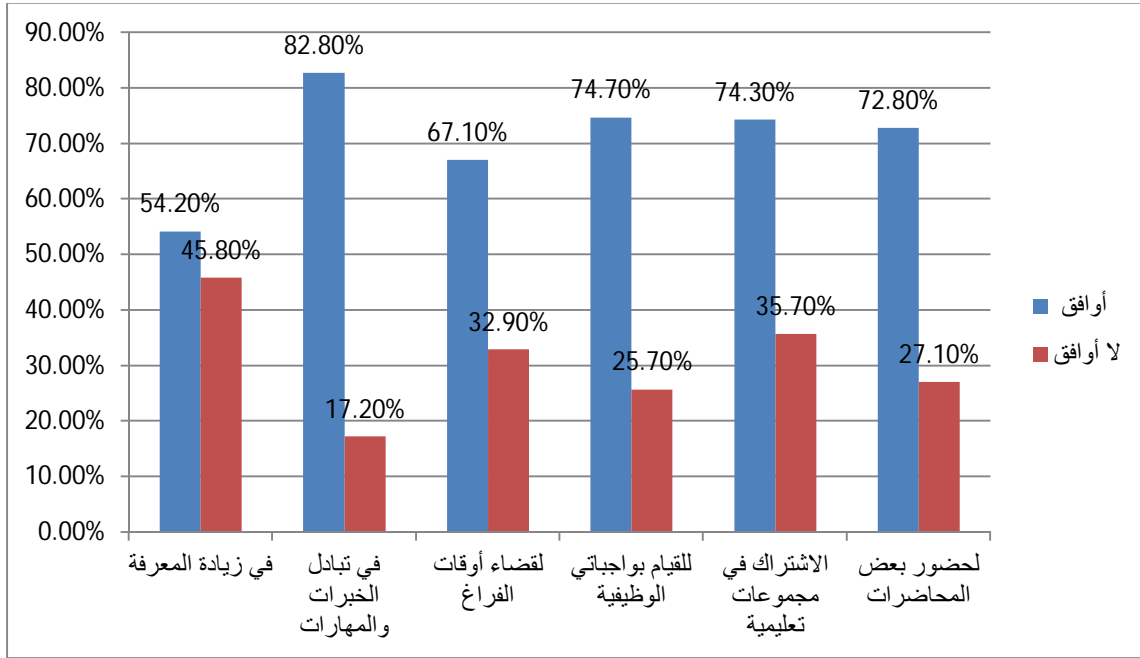
الجدول (10)

التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة حسب استخدامات المواقع الاجتماعية وتأثيرها المعرفي

المجموع		لا أوافق		أوافق لحد ما		أوافق		وافق تماماً		التأثير المعرفي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100	70	%45.8	32	%17.1	12	%11.4	8	%25.7	18	في زيادة المعرفة
%100	70	%17.2	12	%17.1	12	%41.4	29	%24.3	17	في تبادل الخبرات والمهارات
%100	70	%32.9	23	%20	14	%27.1	19	%20	14	لقضاء أوقات الفراغ
%100	70	%25.7	18	%17.1	12	%28.6	20	%28.6	20	للقيام بواجباتي الوظيفية
%100	70	%35.7	25	%5.7	4	%27.1	19	%31.4	22	الاشتراك في مجموعات تعليمية
%100	70	%27.2	19	%31.4	22	%25.7	18	%15.7	11	لحضور بعض المحاضرات

شكل رقم (9)

التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة حسب استخدامات المواقع الاجتماعية وتأثيرها المعرفي



من الجدول والشكل أعلاه يتضح أن التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة حسب استخدامات المواقع الاجتماعية وتأثيرها المعرفي جاء كالتالي:

التأثير في زيادة المعرفة كان بنسبة 25.7% أوافق تماماً ونسبة 11.4% أوافق بينما أوافق لحد ما كان بنسبة 17.1% ولا أوافق كان بنسبة 45.7% نلاحظ أن الدراسة أثبتت أن استخدام المواقع الاجتماعية في زيادة المعرفة كانت بنسبة 54.2% من النسبة الكلية وفق آراء المبحوثين الموافقين بينما غير الموافقين 45.8% وهذا يدل على أن الطلاب لا يستخدمون المواقع الاجتماعية من أجل المعرفة.

بينما جاء استخدام المواقع الإلكترونية في تبادل الخبرات والمهارات بنسبة 24.3% أوافق تماماً ونسبة 41.4% أوافق ، وأوافق لحد ما بنسبة 17.1% ولا أوافق بنسبة 17.1%. من الملاحظ أن نسبة المستخدمين المواقع الاجتماعية لتبادل الخبرات والمهارات جاء بنسبة

82.8% وفق آراء المبحوثين الموافقين من أفراد العينة الكلية بينما غير الموافقين 17.2%. وهذا يدل على أن الطلاب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لتبادل الخبرات والمهارات. بما أن هنالك تبادل للخبرات والمهارات فبالتالي هنالك تغير وتأثير ونقل أفكار وآراء واتجاهات وبناء على ذلك يحدث التأثير المعرفي من اكتساب الخبرات وتبادلها.

بينما استخدام المواقع الاجتماعية لقضاء أوقات الفراغ بنسبة 20% أوافق تماماً،
27.1% أوافق ونسبة 20% أوافق لحد ما، ولا أوافق 32.9%. نلاحظ استخدام المواقع لقضاء أوقات الفراغ كان بنسبة 67.1% من آراء المبحوثين الذين أجابوا بموافقين بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 32.9%.

بينما جاء استخدام المواقع الاجتماعية للقيام بواجباتي الوظيفية بنسبة 28.6% أوافق
تماماً ونسبة 28.6% أوافق وأوافق لحد ما بنسبة 17.1% ولا أوافق 25.7%. نلاحظ أن النسبة 74.3% كانت إجابة آراء المبحوثين الموافقين من العينة الكلية بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 25.7% وهذا يدل على أن الطلاب يستخدمون المواقع الاجتماعية بغرض القيام بالواجبات الوظيفية وذلك لأنها تتوفر فيها كم هائل من المعلومات التي تفيدهم في حل واجباتهم الوظيفية وبالتالي يكون الطالب اكتسب معرفة جديدة.

بينما كان استخدام المواقع الاجتماعية للاشتراك في مجموعات تعليمية بنسبة 31.4%
أوافق تماماً ونسبة أوافق 27.1% وأوافق لحد ما 5.7% ولا أوافق بنسبة 35.7% نلاحظ أن النسبة الكلية من آراء المبحوثين الذين أجابوا بالموافقة كانوا بنسبة 64.2% من العينة الكلية بينما كان غير الموافقين 35.7% وهنا يمكننا القول أن الطلاب يستخدمون المواقع الاجتماعية من أجل التعليم وذلك لما توفره المواقع من معلومات تفيد الطلاب.

بينما جاء استخدام بعض المواقع لحضور بعض المحاضرات بنسبة 15.7% أوافق
تماماً ونسبة 25.7% أوافق لحد ما 31.4% ولا أوافق جاء بنسبة 27.2%. نلاحظ أن

استخدام المواقع لحضور المحاضرات كان بنسبة 72.8% وفق آراء المبحوثين الذين أجابوا بموافقين بينما الذين أجابوا غير موافقين بنسبة 27.2% من العينة الكلية. وهذا يعني أن الطلاب يستخدمون المواقع الاجتماعية من أجل حضور المحاضرات وحضور المحاضرات هو نوع من المعرفة وبالتالي يتحصل الطالب على المعلومة من قبل محاضرين أحياناً مما ينعكس على الطالب بالمعرفة. نلاحظ أن أعلى نسبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلاب كان لتبادل المهارات والخبرات جاء بنسبة 82% من العينة الكلية المبحوثة وتليها استخدام المواقع وتليها القيام بواجباتي الوظيفية من ثم استخدمها لحضور المحاضرات ثم الاشتراك في مجموعات تعليمية ثم زيادة المعرفة وهنا يعني أن تبادل المهارات والخبرات يؤدي إلى اكتساب المعرفة وبالتالي يكون الطلاب يستخدمون هذه المواقع استخدام إيجابي ويرجع ذلك للتأثير على اتجاهاتهم وأفكارهم ويعني ذلك أن المواقع الاجتماعية ساهمت في تبادل الخبرات والمهارات بين الطلاب.

5- المحور الثقافي:

الاتصال باستخدام المواقع والتأثير الثقافي

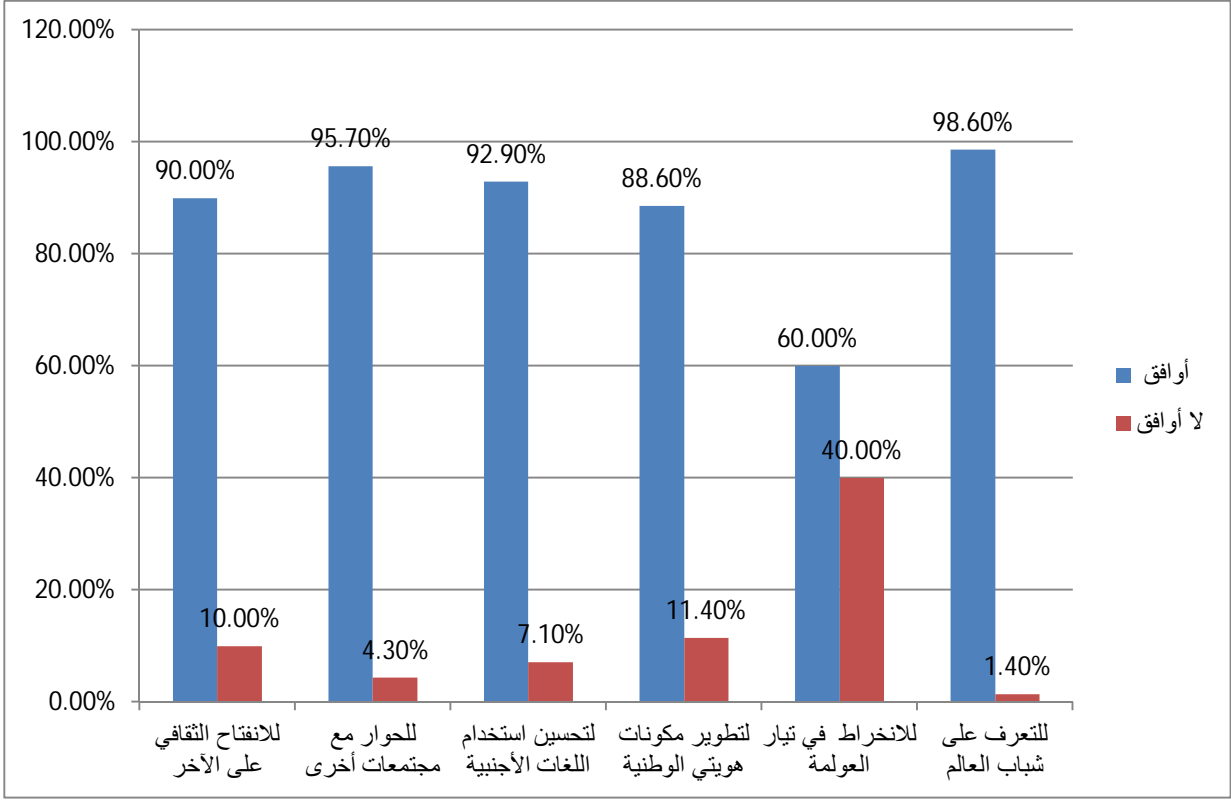
الجدول (11)

التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق التأثير الثقافي

المجموع		لا أوافق		أوافق لحد ما		أوافق		وافق تماماً		التأثير الثقافي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	70	%10	7	%11.4	8	%38.6	27	%40	28	للافتتاح الثقافي على الآخر
%100	70	%4.3	3	%38.6	27	%31.4	22	%25.7	18	للحوار مع مجتمعات أخرى
%100	70	%7.1	5	%12.9	9	%65.7	46	%14.3	10	لتحسين استخدام اللغات الأجنبية
%100	70	%11.4	8	%32.9	23	%51.4	36	%4.3	3	لتطوير مكونات هويتي الوطنية
%100	70	%40	28	%28.6	20	%14.3	10	%17.1	12	للاخراط في تيار العولمة
%100	70	%1.4	1	%10	7	%67.2	47	%21.4	15	للتعرف على شباب العالم

شكل (10)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق استخدام المواقع و التأثير الثقافي



من الجدول أعلاه يتضح أن الدراسة أثبتت أن الاتصال باستخدام المواقع الاجتماعية وتأثيرها الثقافي كان على النحو التالي:

للافتتاح الثقافي على الآخر جاء بنسبة 40% أوافق تماماً وأوافق بنسبة 38.6% وأوافق لحد ما بنسبة 11.4% ولا أوافق بنسبة 10% من الملاحظ أن الذين أجابوا من أفراد العينة المبحوثة الموافقين كانوا بنسبة 90% وغير الموافقين كانوا بنسبة 10% وهذا يدل على أن الطلاب يستخدمون المواقع الاجتماعية بغرض الانفتاح الثقافي على الآخر، هذا يعني أن الانفتاح الثقافي عبر المواقع الاجتماعية يضم أكبر عدد من جنسيات العالم المختلفة وكل

جنسية لها ثقافتها المحلية وتبادل الثقافات يؤدي إلى تغير ثقافة الآخر مما ينعكس سلباً أو إيجاباً لتغيير الثقافات المحلية.

بينما جاء استخدام المواقع الاجتماعية للحوار مع مجتمعات أخرى بنسبة 25.7%
أوافق تماماً وأوافق كانت بنسبة 31.4% وأوافق لحد ما 38.6% ولا أوافق 4.3% ويلاحظ أن طلاب الجامعات يستخدمون المواقع الاجتماعية للحوار مع المجتمعات الأخرى بنسبة 95.7% وهنا يمكننا القول أن جميع طلاب الجامعات يتصلون باستخدام المواقع الاجتماعية للحوار مع مجتمعات أخرى وهذا يعني أن المواقع الاجتماعية تفرد مساحة لقبول الرأي والرأي الآخر ويكون فيها الاتصال الجماعي حاضراً وبسهولة ويسر الحوارات عبر المواقع الذي يجعل الطلاب يصلون للحوار مع المجتمعات فبالتالي يكون تأثير وتغيير ثقافي وذلك لا بد من شغل الطلاب وتشبيعهم بالثقافة المحلية حتى لا نفقد عاداتنا وتقاليدنا المحلية هذا يعني أن المواقع ساهمت في انفتاح الطلاب.

بينما جاء استخدام المواقع الاجتماعية لتحسين استخدام اللغات الأجنبية بنسبة 14.3%
أوافق تماماً وأوافق بنسبة 65.7% وأوافق لحد ما 12.9% ولا أوافق بنسبة 7.1%. نلاحظ أن استخدام المواقع الاجتماعية وتأثيرها الثقافي لتحسين اللغة جاء بنسبة 92.9% من الذين أجابوا بموافقين من أفراد العينة الكلية بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 7.1% وهنا يمكننا القول أن طلاب الجامعات يستخدمون المواقع الاجتماعية لتحسين اللغات الأجنبية وهذا يعني أن هنالك فاقد في اللغات الأجنبية في الجامعات الشيء الذي يجعل الطلاب يستخدمون المواقع لتحسين لغاتهم الأجنبية ومن عرف لغة قوم أمن شرهم وتحسين اللغات يؤدي إلى اكتساب ثقافات أخرى مؤثرة على الطلاب.

بينما جاء استخدام المواقع لتطوير هويتي الوطنية بنسبة 4.3%
أوافق تماماً ونسبة 51.4% أوافق ونسبة 32.9% أوافق لحد ما لا أوافق بنسبة 11.4% نلاحظ أن مجموع آراء

العينة المبحوثة الذين أجابوا بالموافقة على استخدام المواقع الاجتماعية لتطوير هويتهم الوطنية كانوا بنسبة 88.6% بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 11.4% وهذا يدل على أن الطلاب يستخدمون المواقع الاجتماعية لتطوير هويتهم الوطنية.

بينما استخدام المواقع الاجتماعية للانخراط في تيار العولمة بنسبة 17.1% أوافق تماماً ونسبة 14.3% أوافق ونسبة 28.6% أوافق لحد ما ولا أوافق بنسبة 40%. نلاحظ أن عدد الموافقين من آراء العينة المبحوثة على استخدام المواقع للانخراط في تيار العولمة جاء بنسبة 60% بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 40% أكثر من نصف العينة يستخدمون المواقع الاجتماعية للانخراط في تيار العولمة وهذا يعني أكثر من نصف مجتمع الطلاب يستخدمون المواقع الاجتماعية للانخراط في تيار العولمة.

بينما جاء استخدام المواقع الاجتماعية للتعرف على شباب العالم كان بنسبة 21.4% أوافق تماماً وأوافق 67.2% أوافق لحد ما بنسبة 10.0% ولا أوافق بنسبة 1.4%. نلاحظ أن الطلاب يستخدمون المواقع الاجتماعية للتعرف على شباب العالم بنسبة 98.6% وفق آراء العينة المبحوثة الموافقين من العينة الكلية بينما غير الموافقين 1.4% وهذا يدل على أن جميع الطلاب يستخدمون المواقع الاجتماعية للتعرف على شباب العالم. نلاحظ أن أعلى نسبة كانت لاستخدام الموقع الاجتماعية من التعرف على شباب العالم وتليها استخدام المواقع للحوار مع مجتمعات أخرى ويليهما استخدام المواقع لتحسين اللغات الأجنبية ويليهما استخدام المواقع للإفتاح الثقافي وتليها استخدام المواقع لتطوير هويتي الوطنية ومن ثم الانخراط في تيار العولمة وهنا يمكن أن نقول يتأثر الطلاب ثقافياً عند التعارف بشباب العالم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

نلاحظ أن هنالك نسب متفاوتة حول ما تشكله المواقع الاجتماعية من ثقافات حيث حققت العبارة للتعرف على شباب العالم أعلى نسبة من حيث التأثير الثقافي وذلك لأن المواقع

الاجتماعية تتيح مساحة لتعرف الشباب على بعضهم البعض وكل منه له عاداته وتقاليده حسب بلده أو دولته وبالتالي يستطيع أن يتبادلوا الثقافات من بعض مما يحدث التأثير الثقافي، وتليها الانفتاح الثقافي على الآخر وهذا يعني المواقع تعزز من التواصل والانفتاح مع ثقافة الآخرين مما يدل على أن المواقع تضيف للمستخدم وتتيح له فرصة التعرف والاندماج مع ثقافات أخرى وبالتالي يمكن حدوث التأثير والتأثر شأنها شأن الوسيلة التي تبلغ الرسالة وتعكس تأثيراتها على المجتمع المحيط بها. الانفتاح مع الآخر ينقل الثقافات التي تنعكس على المجتمع وتعمل على إخفاء الثقافة المحلية مما ينعكس في إحداث مجتمع يحمل ثقافات جديدة لم تكن فيه من قبل، كما أن العينة ترى استخدام المواقع تعزيزاً لمهارات اللغة الأخرى وهذا دلالة على أن المستخدم تتشكل لديه الرغبة في معرفة اللغات حتى يساير هذا الانفتاح ويتعرف على مجتمعات أخرى مما يجعل حصيلته اللغوية تحوي مصطلحات لغوية تتعامل عبرها فئات المجتمع الافتراضي الشيء الذي يسر للمستخدمين تعزيز الحوار مع الآخر إلا أن أقل النسب الانخراط في تيار العولمة وهذا يعني أن المواقع أتاحت الفرصة للاندماج مع ثقافة الآخر وعولمة المجتمع المسلم وبصورة عامة فإن الشباب يجد في استخدام المواقع انعكاس للمجتمع من المحلية إلى العالمية مما قد يفرض ذلك في المستقبل ابتعاداً عن الانتماء الوطني والارتباط الوجداني فتحقق العولمة مبدأ الوحدة بين الشعوب.

6- المحور الاجتماعي:

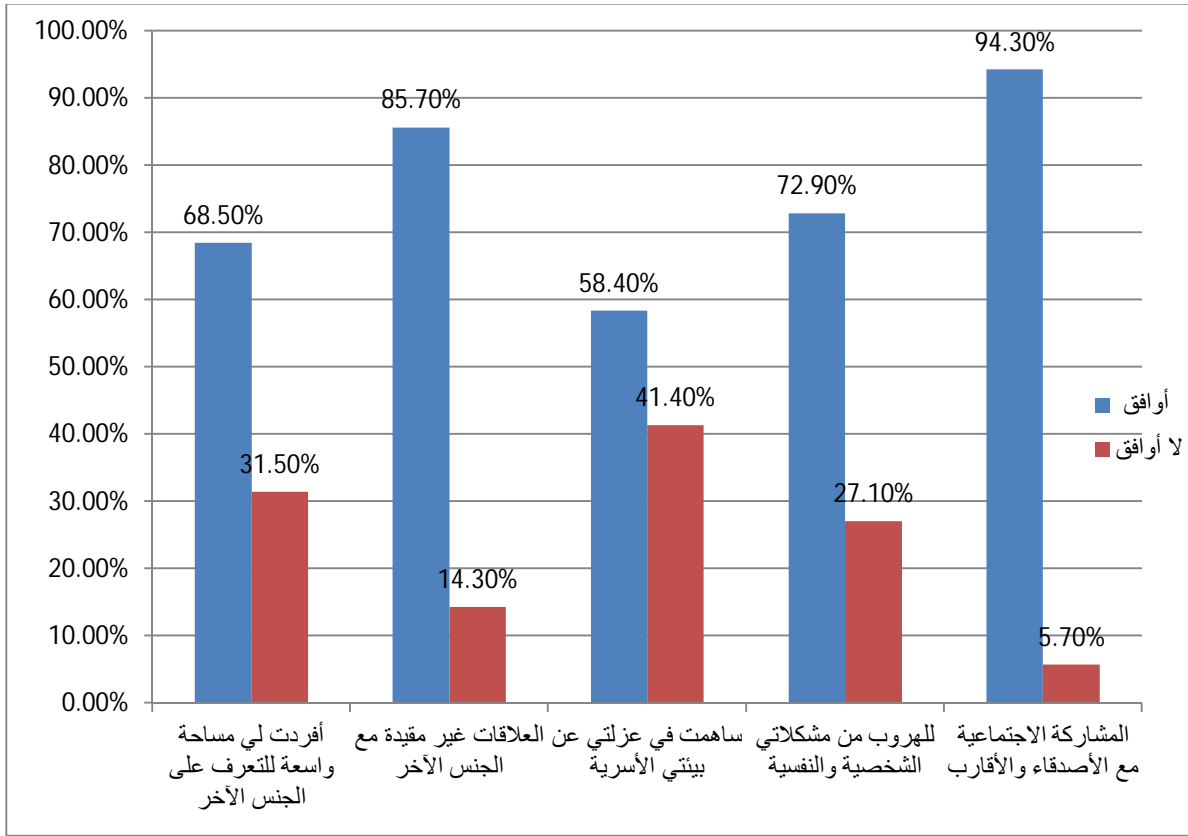
الجدول (12)

التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق استخدام المواقع والتأثير الاجتماعي

المجموع		لا أوافق		أوافق لحد ما		أوافق		أوافق ماماً		التأثير الاجتماعي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	70	%31.5	22	%25.7	18	%17.1	12	%25.7	18	أفردت لي مساحة واسعة للتعرف على الجنس الآخر
%100	70	%14.3	10	%11.4	8	%44.3	31	%30	21	العلاقات غير مقيدة مع الجنس الآخر
%100	70	%41.4	29	%15.7	11	%32.9	23	%10	7	ساهمت في عزلي عن بيئتي الأسرية
%100	70	%27.1	29	%11.4	8	%18.6	13	%42.9	30	للهرب من مشكلاتي الشخصية والنفسية
%100	70	%5.7	4	%4.3	3	%58.6	41	%31.4	22	المشاركة الاجتماعية مع الأصدقاء والأقارب

شكل رقم (11)

التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق استخدام المواقع والتأثير الاجتماعي



يتضح من الجدول والشكل أعلاه أن التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة حسب دوافع استخدام الطلاب لشبكات التواصل الاجتماعي كانت على النحو التالي :-

كانت نسبة الموافقين تماماً على العبارة (أفردت لي مساحة واسعة للتعرف على

الجنس الآخر) 25.7% بينما الموافقين كانت نسبتهم 17.1% ، ونسبة الموافقين لحد ما

25.7%. بينما كانت نسبة غير الموافقين (31.5%). فالذين يوافقون على أن مواقع التواصل

أفردت لهم مساحة واسعة للتعرف على الجنس الآخر كانوا بنسبة 68.5% من أفراد العينة

الكلية بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 31.4%، هذا يعني أن مواقع التواصل تسهم في إفرد

مساحة للتعرف على الجنس الآخر.

بينما كانت نسبة الموافقين تماماً على العبارة (العلاقات غير مقيدة مع الجنس الآخر) 30% بينما الموافقين كانت نسبتهم 44.3%، ونسبة الموافقين لحد ما 11.4%، بينما كانت نسبة غير الموافقين 14.3%. والذين يوافقون على أن مواقع التواصل لا تقيد العلاقات مع الجنس الآخر كانوا بنسبة 85.7% من أفراد العينة المبحوثة بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 14.3%، هذا يعني أن العلاقات غير مقيدة مع الجنس الآخر في مواقع التواصل الاجتماعي.

بينما كانت نسبة الموافقين تماماً على العبارة (ساهمت في عزلي عن بيئتي الأسرية) 10% بينما الموافقين كانت نسبتهم 32.9%، ونسبة الموافقين لحد ما 15.7%، بينما كانت نسبة غير الموافقين (41.4%). الذين يوافقون على أن مواقع التواصل تسهم في عزلتهم عن بيئتهم الأسرية كانوا بنسبة 58.7% من أفراد العينة الكلية بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 14.4%، هذا يعني أن مواقع التواصل لا تسهم في عزلهم عن بيئتهم الأسرية.

بينما كانت نسبة الموافقين تماماً على العبارة (الهروب من مشكلاتي الشخصية والنفسية) 42.9% بينما الموافقين كانت نسبتهم 18.6%، ونسبة الموافقين لحد ما 11.4% بينما كانت نسبة غير الموافقين 27.1%. والذين يوافقون على أنهم يستخدمون مواقع التواصل للهروب من مشكلاتهم الشخصية والنفسية كانوا بنسبة 72.9% من أفراد العينة الكلية بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 27.1%، وهنا يمكننا القول بأن الطلاب يستخدمون المواقع الاجتماعية للهروب من المشكلات النفسية.

بينما كانت نسبة الموافقين تماماً على العبارة (المشاركة الاجتماعية مع الأصدقاء والأقارب) 31.4% بينما الموافقين كانت نسبتهم 58.6%، ونسبة الموافقين لحد ما 4.3%. بينما كانت نسبة غير الموافقين (5.7%). الذين يوافقون على أن مواقع التواصل تتيح لهم المشاركة الاجتماعية مع الأصدقاء والأقارب كانوا بنسبة 94.3% من أفراد العينة الكلية بينما

غير الموافقين كانوا بنسبة 5.7%، هنا يمكننا القول أن طلاب الجامعات يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بغرض المشاركة الاجتماعية مع الأصدقاء والأقارب.

نلاحظ أن أعلى نسبة كانت الخيار عبارة المشاركة مع الأصدقاء و الأقارب إذ حققت نسبة 94.3% من أفراد العينة الكلية وذلك لأن المواقع الاجتماعية تساهم في تعزيز العلاقات الاجتماعية بين الأصدقاء والأقارب وتليها العلاقات غير مقيدة مع الجنس الآخر إذ أن العلاقات مع الجنس الآخر تجاوزت عادات وتقاليد المجتمع اعلم باعتبار أهم العادات مازالت تحكمها أعراف لا تسمح بالانفتاح والتوسع في خوض النقاش المفتوح بين الجنسين إلا أن مواقع التواصل الاجتماعي لا قيود ولا رقابة عليها فإنها قد سمحت بتجاوز هذه العادات وخلقت مساحة لم تكن مسموحة من قبل والطلاب في مرحلة عواطف خصبة قد يؤدي عدم تقييد العلاقات وعدم الرقابة في المواقع الاجتماعية إلى فشل كبير في المجتمع. وتليها عبارة الهروب من مشكلاتي الشخصية، فالجوء لهذه المواقع من الشباب صار أمر مهضوماً ويجد كل القبول من المجتمع الشبابي وكل ما يخفف عليهم من ضغوطهم النفسية لذلك أصبحت المواقع الاجتماعية متنفساً للشباب يلجأون إليها في أي وقت. ويليهما خيار أفردت لي المواقع مساحة واسعة للتعرف على الجنس الآخر وذلك لأن مواقع التواصل الاجتماعي وفرت مساحة واسعة أمام الشباب للتعرف على الجنس الآخر دون تقييد في نشر أفكارهم أو التسويق لمنتجاتهم أو اكتساب خبرات ومهارات جديدة. تليها أن المواقع ساهمت في عزلي عن بيئتي الأسرية وهي أقل نسبة من خيارات العبارات إذ أن استخدام المواقع يحدث فجوة في الاتصال الأسري فنجد تواجد الإنسان مع أصدقائه أو أقاربه في المجتمع الافتراضي يشغله كثيراً عن التواجد الأسري الذي تحض عليه قيم المجتمع المسلم لذلك فهناك فجوة قد تحدث بين الأسرة والشباب بسبب استهلاك الوقت في التواصل عبر الانترنت.

7- المحور السلوكي:

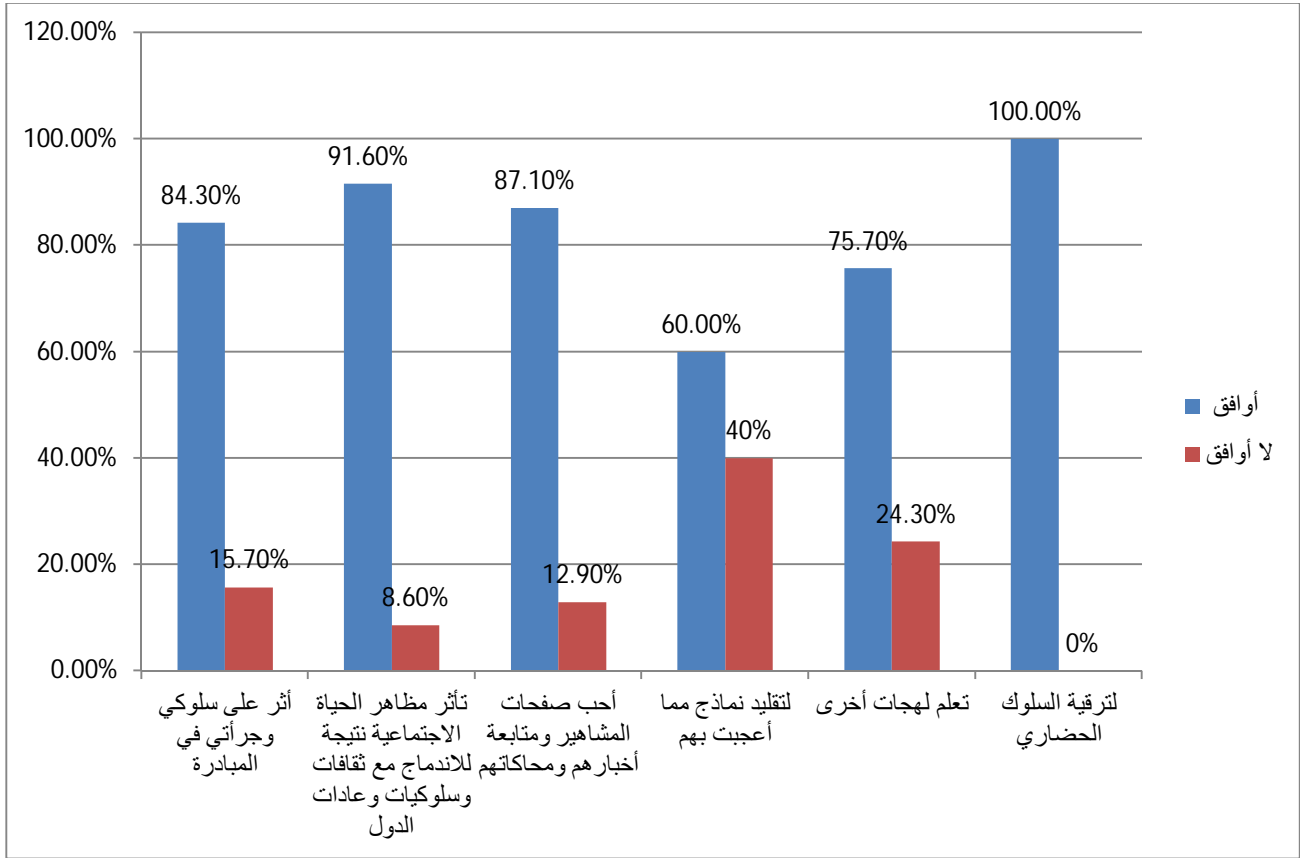
الجدول (13)

التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق استخدام المواقع والتأثير السلوكي

المجموع		لا أوافق		أوافق لحد ما		أوافق		وافق تماماً		التأثير السلوكي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	70	%15.7	11	%14.3	10	%57.1	40	%12.9	9	أثر على سلوكي وجرأتي في المبادرة
%100	70	%8.6	6	%37.1	26	%18.6	13	%35.7	25	تأثر مظاهر الحياة الاجتماعية نتيجة للاندماج مع ثقافات وسلوكيات وعادات الدول
%100	70	%12.9	9	%7.1	5	%54.3	38	%25.7	18	أحب صفحات المشاهير ومتابعة أخبارهم ومحادثاتهم
%100	70	%40	28	%28.6	20	%10	7	%21.4	15	لتقليد نماذج مما أعجبت بهم
%100	70	%24.3	17	%12.9	9	45.7	32	%17.1	12	تعلم لهجات أخرى
%100	70	%0	0	%10	7	%72.9	51	%17.1	12	لترقية السلوك الحضاري

شكل (12)

التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق استخدام المواقع والتأثير السلوكي



يتضح من الجدول والشكل أعلاه أن الدراسة أثبتت وفق استخدام المواقع الاجتماعية وتأثيرها السلوكي جاء على النحو التالي:-

حيث جاءت أثر على سلوكي وجرأتي في المبادرة كان بنسبة 12.9% أوافق تماماً وأوافق بنسبة 57.1% وأوافق لحد ما بنسبة 14.3% ولا أوافق بنسبة 15.7% من الملاحظ أن الذين أجابوا بموافقين كان بنسبة 84.3% من النسبة الكلية بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 15.7% وهذا يدل على أن المواقع الاجتماعية تؤثر على السلوك والجرأة في المبادرة.

بينما بينما جاء تأثر مظاهر الحياة الاجتماعية نتيجة للاندماج مع ثقافات وسلوكيات وعادات الدول كان بنسبة 35.7% أوافق تماماً وأوافق بنسبة 18.6% وأوافق لحد ما بنسبة 37.1% ولا أوافق 8.6% نلاحظ أن الذين أجابوا بموافقين كانوا بنسبة 91.4% من العينة الكلية بينما غير الموافقين كانت بنسبة 8.6% وهذا يدل على أن المواقع الاجتماعية تؤثر على الطلاب من مظاهر الحياة الاجتماعية نتيجة للاندماج مع ثقافات وسلوكيات وعادات الدول.

بينما جاءت أحب صفحات المشاهير وأخبارهم ومحاكاتهم بنسبة 25.7% وأوافق تماماً ونسبة 54.3% أوافق وأوافق لحد ما 7.1% ولا أوافق بنسبة 12.9% يلاحظ أن الطلاب الذين أجابوا بالموافقة على استخدام المواقع لتصفح أخبار المشاهير كانوا بنسبة 87.1% من أفراد العينة الكلية بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 12.9% وهذا يعني أن الطلاب يتصفحون المواقع الاجتماعية لمتابعة أخبار المشاهير ومحاكاتهم وبالتالي يتأثر الطالب سلوكياً.

بينما جاءت لتقليد نماذج مما أعجبت بهم كانت نسبة أوافق تماماً 21.4% وأوافق 10% وأوافق لحد ما كانت بنسبة 28.6% ولا أوافق كانت بنسبة 40% من الملاحظ أن الطلاب الذين يستخدمون المواقع الاجتماعية لتقليد نماذج من أعجبت بهم كانوا بنسبة 60% من الموافقين بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 40% وهذا يعني أكثر من نصف مجتمع الطلاب يستخدم المواقع لتقليد من أعجبوا بهم.

بينما جاء استخدام المواقع لتعليم لهجات بنسبة 17.1% أوافق تماماً وأوافق 45.7% وأوافق لحد ما 12.9% ولا أوافق بنسبة 24.3% نلاحظ أن استخدام المواقع لتعليم اللهجات جاء بنسبة 75.7% من أفراد العينة الكلية الموافقين بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 24.3%.

بينما جاء استخدام الامواقع لترقية السلوك الحضاري أوافق تماماً بنسبة 17.1% وأوافق بنسبة 72.9% وأوفق لحد ما 10% ولا أوافق بنسبة 0% نلاحظ أن الذين أجابوا بالموافقة كانوا بنسبة 100% بينما غير الموافقين بنسبة 0%.
أعلى نسبة حصلت عليها الدراسة كانت استخدام المواقع لترقية السلوك الحضاري وأقل نسبة كانت لتقليد نماذج مما أعجبت بهم وهذا يدل على أن المواقع تساهم في ترقية السلوك الحضاري بين الطلاب.

8- المحور العقائدي:

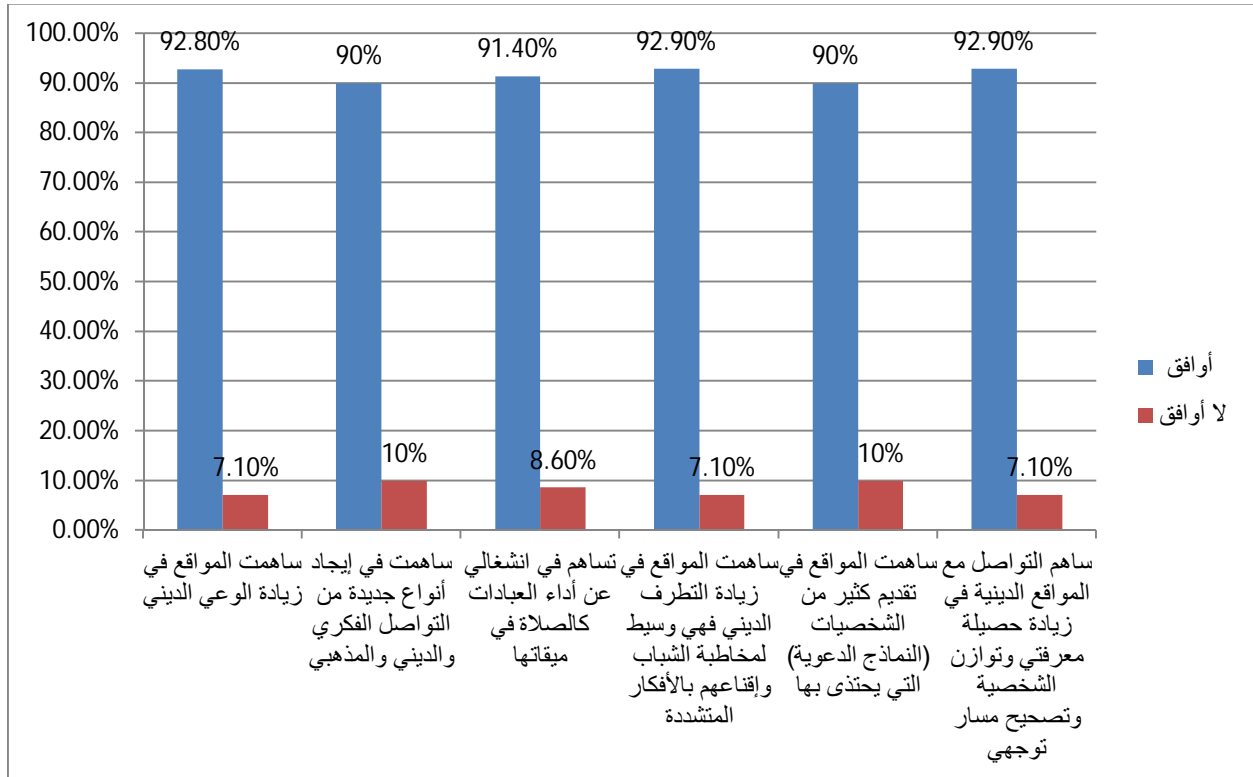
الجدول (14)

التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق استخدام المواقع والتأثير العقدي

المجموع		لا أوافق		أوافق لحد ما		أوافق		أوافق تماماً		التأثير العقدي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100	70	%7.2	5	%7.1	5	61.4%	43	%24.3	17	ساهمت المواقع في زيادة الوعي الديني
%100	70	%10	7	%14.3	10	%47.1	33	%28.6	20	ساهمت في إيجاد أنواع جديدة من التواصل الفكري والديني والمذهبي
%100	70	%8.6	6	%55.7	39	%4.3	3	%31.4	22	تساهم في انشغالي عن أداء العبادات كالصلاة في ميقاتها
%100	70	%7.1	5	%8.6	6	%55.7	39	%28.6	20	ساهمت المواقع في زيادة التطرف الديني فهي وسيط لمخاطبة الشباب وقناعهم بالأفكار المتشددة
%100	70	%10	7	%11.5	8	%47.1	33	%31.4	22	ساهمت المواقع في تقديم كثير من الشخصيات (النماذج الدعوية) التي يحتذى بها
%100	70	%7.1	5	%21.5	15	%51.4	36	%20	14	ساهم التواصل مع المواقع الدينية في زيادة حصيلة معرفتي وتوازن الشخصية وتصحيح مسار توجيهي

شكل رقم (13)

التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق استخدام المواقع والتأثير العقدي



يتضح من الجدول والشكل أعلاه أن التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة حسب دوافع استخدام الطلاب لشبكات التواصل الاجتماعي كانت على النحو التالي :-

كانت نسبة الموافقين تماماً على العبارة (سأهمت المواقع في زيادة الوعي الديني)

24.3% بينما الموافقين كانت نسبتهم 61.4% ، ونسبة الموافقين لحد ما 7.1% . بينما

كانت نسبة غير الموافقين (27%). فالذين يوافقون على أن مواقع التواصل تساهم في زيادة

الوعي الديني كانوا بنسبة 92.8% من أفراد العينة الكلية بينما غير الموافقين كانوا بنسبة

7.1% ، هذا يعني أن مواقع التواصل تساهم في زيادة الوعي الديني.

بينما كانت نسبة الموافقين تماماً على العبارة (سأهمت في إيجاد أنواع جديدة من

التواصل الفكري والديني والمذهبي) 28.6% بينما الموافقين كانت نسبتهم 47.1% ، ونسبة

الموافقون لحد ما 14.3%، بينما كانت نسبة غير الموافقين 10.0%. الذين يوافقون على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في إيجاد أنواع جديدة من التواصل الفكري والديني والمذهبي كانوا بنسبة 90.0% من أفراد العينة المبحوثة بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 10.0%، هذا يعني أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في التواصل الفكري والديني والمذهبي.

بينما كانت نسبة الموافقون تماماً على العبارة (تساهم في انشغالي عن أداء العبادات كالصلاة في ميقاتها) 31.4% بينما الموافقون كانت نسبتهم 3.4%، ونسبة الموافقون لحد ما 55.7%، بينما كانت نسبة غير الموافقين (8.6%). الذين يوافقون على أن مواقع التواصل تسهم انشغالهم عن أداء العبادة كالصلاة في ميقاتها كانوا بنسبة 91.4% من أفراد العينة الكلية بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 8.6%، هذا يعني أن مواقع التواصل تساهم في انشغال الطلاب عن أداء العبادات كالصلاة في ميقاتها.

بينما كانت نسبة الموافقون تماماً على العبارة (ساهمت المواقع في زيادة التطرف الديني فهي وسيط لمخاطبة الشباب وإقناعهم بالأفكار المتشددة) 28.6% بينما الموافقون كانت نسبتهم 55.7%، ونسبة الموافقون لحد ما 8.6% بينما كانت نسبة غير الموافقين 7.1%. الذين يوافقون على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في زيادة التطرف الديني لأنها وسيط لمخاطبة الشباب وإقناعهم بالأفكار المتشددة كانوا بنسبة 92.9% من أفراد العينة الكلية بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 7.1%، وهنا يمكننا القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة التطرف الديني وسط الطلاب بالجامعات.

بينما كانت نسبة الموافقون تماماً على العبارة (ساهمت المواقع في تقديم كثير من الشخصيات (النماذج الدعوية) التي يحتذى بها) 31.4% بينما الموافقون كانت نسبتهم 47.1%، ونسبة الموافقون لحد ما 11.5%. بينما كانت نسبة غير الموافقين (10.0%). الذين يوافقون على أن مواقع التواصل تساهم في تقديم كثير من الشخصيات (النماذج الدعوية)

التي يحتذى بها كانوا بنسبة 90.0% من أفراد العينة الكلية بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 10.0%، هنا يمكننا القول أن المواقع الاجتماعية تساهم في تقديم الشخصيات الدعوية التي يحتذى بها.

بينما كانت نسبة الموافقين تماماً على العبارة (ساهم التواصل مع المواقع الدينية في زيادة حصيلة معرفتي وتوازن الشخصية وتصحيح مسار توجهي) 20.0% بينما الموافقين كانت نسبتهم 51.4%، ونسبة الموافقين لحد ما 21.4%. بينما كانت نسبة غير الموافقين (7.2%). الذين يوافقون على أن التواصل مع المواقع الدينية يزيد من حصيلة معرفتي وتوازن الشخصية وتصحيح مسار توجهي كانوا بنسبة 92.8% من أفراد العينة الكلية بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 7.2%، هنا يمكننا القول أن المواقع الدينية تساهم في زيادة المعرفة وتوازن الشخصية وتصحيح مسار طلاب الجامعات.

التأثير العقدي الذي تسببت فيه المواقع الاجتماعية وفقاً لرؤية العينة غير أن أعلى نسبة كانت ساهمت المواقع في زيادة التطرف الديني لدى الطلاب وبذلك أصبحت المواقع وسيطاً لمخاطبة الشباب وإقناعهم بالأفكار المنشورة تجاه دينهم ومخاطبة روحهم ووجدانهم وإقناعهم بالمنطق والحجة، إذ أكدت العينة بنسبة عالية لها تشكل كثيراً من القناعات وبذلك تصير خطر على أمن المجتمع وسلامته مما يتطلب الحاجة إلى توعية الشباب وتحسينهم بالمعرفة المتوازنة تجاه دينهم حتى لا ينجرّفوا إلى متابعة أديان أخرى. وتليها عبارة ساهم التواصل في المواقع الدينية في زيادة حصيلة معرفتي وتوازن الشخصية وتصحيح مسار توجيهي إذ أن المواقع أصبحت مساحة لزيادة الوعي الديني لدى الشباب الذي يمكن عبرها أن تتفتح آفاقه وتتسع مداركه عبر الحوارات والدرشات وتشكل الرأي والوعي المفقود لديه في العقيدة ورؤية العينة تؤكد على أن الشباب إذا أكثر استخدامه للمواقع الدينية فإنها بالتأكيد تزيد حصيلته المعرفية بالدين وبالتالي تعمل على توازن شخصيتهم وتصحيح مسار توجيههم لأن هذه المواقع

من طبيعتها التفاعلية والمشاركة مما يجعل مساحة الرأي والرأي الآخر كبيرة تنمي وعي الشباب وتزيد من عمق معرفته تكون شكلت لديه عدة معارف اتسمت من خلالها ثقافته ومعرفته حول المذاهب الفكرية والدينية.

وتليها زيادة الوعي الديني إذ أن تصفح المواقع الدينية والتعرف على شخصيات دينية أو قراءة كتب دينية تؤدي إلى زيادة الوعي الديني لدى الشباب إذ أن المواقع عززت وساهمت كثيراً في تقديم النماذج الدعوية التي يحتذى بها القدوة وذلك دلالة على أن الشباب تستهويه المعرفة الدينية عبر المواقع الاجتماعية ويجد فيها ما يبحث عنه من معرفة دينية فإذا وجدت الشخصية التي تجتذب الشباب وتخاطب وجدانه تكون القدوة النموذج الذي يبحث عنه صاحب الفطرة السليمة ومن جانب آخر إذا ما بلغ مرحلة الإدمان فيها فإنه كثيراً ما ينشغل عن أداء العبادات في وقتها كتأخير الصلاة وغيرها لذلك يمكن أن تكون المواقع منبراً للتوعية وتقديم القدوة من ناحية أخرى أن تلهي الإنسان عن العبادة ولذلك وظفها الكثير التي يقدم عبرها رسالته الإقناعية.

9- المحور السياسي

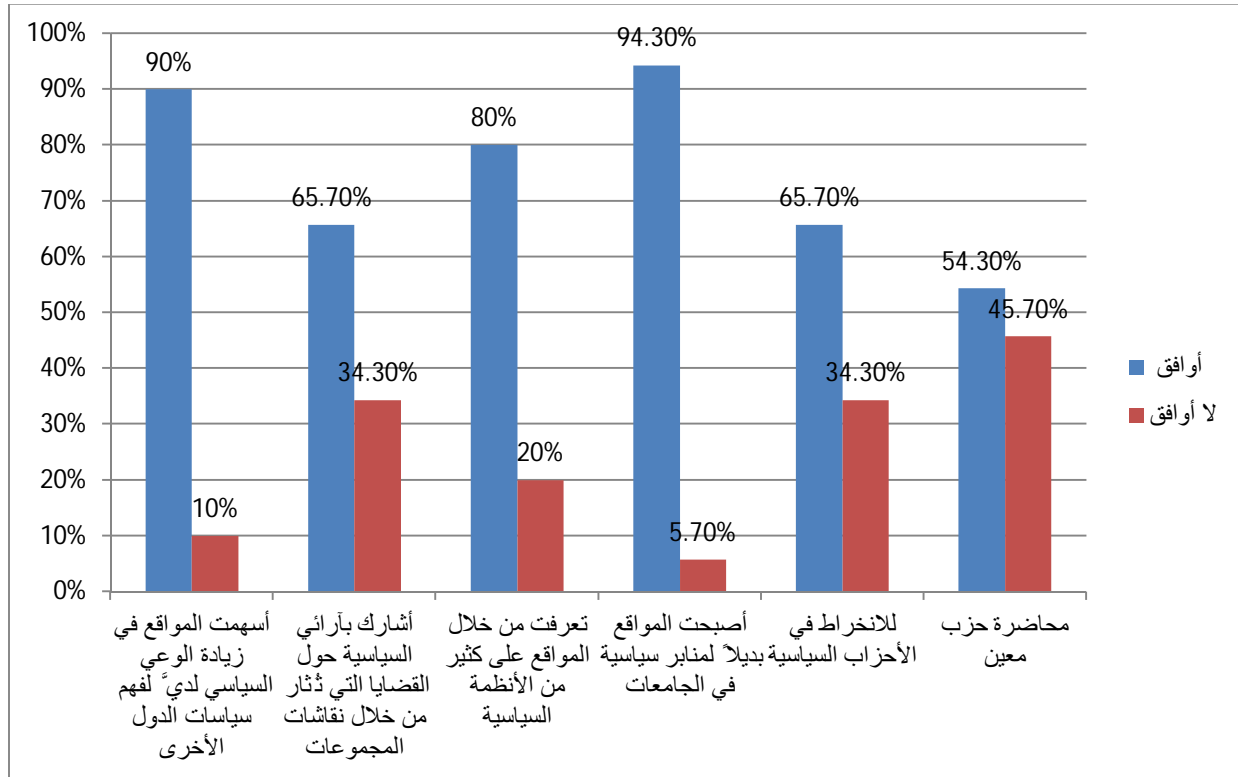
الجدول (15)

التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق استخدام المواقع والتأثير السياسي

المجموع		لا أوافق		أوافق لحد ما		أوافق		وافق تماماً		التأثير السياسي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100	70	%10	7	%15.8	11	%57.1	40	%17.1	12	أسهمت المواقع في زيادة الوعي السياسي ي لفهم سياسات الدول الأخرى
%100	70	%34.3	24	%15.7	11	%28.6	20	%21.4	15	أشارك بآرائي السياسية حول القضايا التي أثار من خلال نقاشات المجموعات
%100	70	%20	14	%11.4	8	%22.9	16	%45.7	32	تعرفت من خلال المواقع على كثير من الأنظمة السياسية
%100	70	%5.7	4	%27.2	19	%25.7	18	%41.4	29	أصبحت المواقع دليلاً لمنابر سياسية في الجامعات
%100	70	%34.3	24	%22.9	16	%21.4	15	%21.4	15	للانخراط في الأحزاب السياسية
%100	70	%45.7	32	%17.2	12	%17.1	12	%20	14	محاضرة حزب معين

شكل رقم (14)

التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق استخدام المواقع والتأثير السياسي



يتضح من الجدول أعلاه أن الدراسة بينت استخدام المواقع الاجتماعية وتأثيرها السياسي كالاتي:

فوجد إسهام المواقع في زيادة الوعي السياسي كان بنسبه 17.1% أوافق تماماً بينما كانت أوافق بنسبه 57.1% و أوافق لحد ما بنسبه 15.8% لا أوافق بنسبه 10% نلاحظ أن الموافقين على أن المواقع الاجتماعية ساهمت في زيادة الوعي السياسي كانوا بنسبه 90% من أفراد العينة الكلية بينما غير الموافقين كانوا بنسبه 10%. هذا يدل على أن المواقع تسهم في زيادة الوعي السياسي بين طلاب الجامعات.

بينما جاءت أشارك بآرائي السياسية حول القضايا التي تثار من خلال نقاشات المجموعات أوافق تماماً بنسبه 21.4% وأوافق بنسبه 28.6% وأوافق لحد ما 15.7% ولا

أوافق 34.3% نلاحظ أن الذين أجابوا بموافق على إن المشاركة في آرائهم السياسية كانوا بنسبة 65.7% من أفراد العينة الكلية وغير الموافقين كانوا بنسبه 34.3% و هذا يدل على أن المواقع الاجتماعية جعلت الطلاب يشاركون بآرائهم السياسية.

بينما تعرفت من خلال المواقع على كثير من الأنظمة السياسية كانت أوافق تماماً بنسبه 45.7% و أوافق كانت بنسبه 22.9% و أوافق لحد ما كانت 11.4% من الملاحظ أن الموافقين من الذين تعرفوا من خلال المواقع على كثير من الأنظمة السياسية كانوا بنسبة 80% بينما غير الموافقين بنسبه 20% و هنا يمكننا القول أن طلاب الجامعات يتعرفون على الأنظمة السياسية من خلال المواقع الاجتماعية .

كما جاء عن استخدام المواقع أصبح بديلاً للمنابر السياسية أوافق تماماً بنسبه 41.4% وأوافق بنسبة 25.7% وأوافق لحد ما بنسبة 27.2% ولا أوافق 5.7% من الملاحظ أن الموافقين على أن المواقع على أن المواقع أصبحت بديلاً للمنابر السياسية كانوا بنسبة 96.3% من أفراد العينة الكلية وفق آراء المبحوثين بينما الذين لا يوافقون كانوا بنسبة 5.7% وهذا يدل على أن طلاب الجامعات أصبحوا يتلقون المنابر السياسية عبر المواقع.

بينما استخدام المواقع للانخراط في الأحزاب السياسية بنسبة 21.4% أوافق تماماً ووافق بنسبة 14.4% وأوافق لحد ما 22.9% ولا أوافق بنسبة 34.3% من الملاحظ أن استخدام المواقع بغرض الانخراط في الأحزاب السياسية كان الموافقين بنسبة 65.7% من أفراد العينة المبحوثة وغير الموافقين كانوا بنسبة 34.3%.

بينما جاء استخدام المواقع لمحاضرة حزب معين بنسبة 20% أوافق تماماً وأوافق بنسبة 17.1% وأوافق لحد ما 17.2% ولا أوافق بنسبة 45.7% نلاحظ أن الموافقين لحضور محاضرة حزب معين جاء بنسبة 54.3% وغير الموافقين 45.7% وهذا يدل على أغلب طلاب الجامعات أنهم لا يستخدمون المواقع لحضور محاضرة حزب معين.

نلاحظ أعلى نسبة حصلت في التأثير السياسي أن المواقع الاجتماعية أصبحت بديلاً للمنابر السياسية في الجامعات إذ أن المواقع تحوي كل خارطات الأنظمة السياسية والأحزاب على مستوى العالم فبالتالي يتجدد مفهوم الوعي السياسي كما أن المواقع أسهمت إسهاماً كبيراً في زيادة وعي الشباب السياسي ومعرفتهم بقضايا ومشاكل الدول السياسية والملاحظ أن هذا الجيل لا يميل إلى البرامج السياسية التي تبث من خلال وسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون والإذاعة والصحف اليومية إذ أن مشاهداته ومتابعاته تكون للدراما الثقافية والمنوعات وبالتالي لم يكن الجيل حريصاً على معرفة قضايا الساحة السياسية العالمية إلا أن وسائل التواصل الإلكتروني أتاحت له هذه المعرفة من خلال الرسائل القصيرة المحتوى والتي تصبح منابر في أحيان كثيرة منابر حوارية عبر صفحات الدردشة للمواقع المختلفة مما أتاح لهم الإلمام بسياسات الدول المختلفة ومن جانب آخر فإن المواقع صارت تشكل بدائل للعمل الطلابي السياسي الذي كان متاحاً بالجامعات لذلك وجد الطلاب في المواقع مكاناً للتعبير والإدلاء برأيهم تجاه الأحداث السياسية التي تحدث في المجتمع ويجد الشباب أن مواقع التواصل الاجتماعي إضافة كثير من المعلومات لم تكن متاحة لهم للتعبير عن الرأي والمشاركة تجاه الأحداث السياسية التي تحدث في المجتمع ويجد الشباب أن مواقع التواصل الاجتماعي أضافت الكثير من المعلومات لم تكن متاحة لهم حول الأحزاب السياسية المختلفة محلياً وعالمياً فالتسعت بذلك ثقافة الشباب السياسية وبالتالي زادت اهتمامهم بالقضايا السياسية ويدل على ذلك الوعي السياسي الذي تسبب في تفجير الثورات كثورات الربيع العربي التي ساهمت فيها مواقع التواصل الاجتماعي بصورة واضحة فالطلاب عبر التفاعلية بالمواقع استطاع أن يتعرف على كثير من الأنظمة السياسية الحاكمة بحسب ما ذكرته هذه المواقع وهذه المعرفة انعكست بالتأكيد على اهتمام ومبادراته بالمشاركة بالآراء السياسية حول القضايا تثار في نقاش المجموعات المختلفة عبر الوسائط.

10 - موقع الفيس بوك وتأثيره على طلاب الجامعات

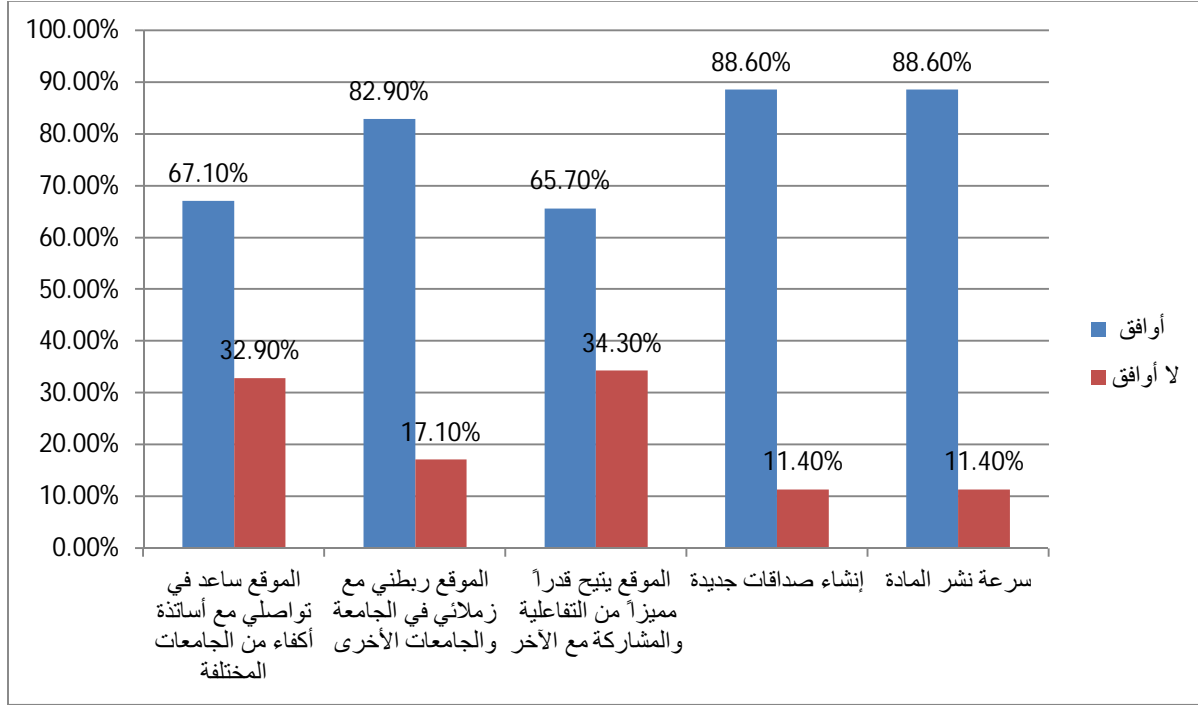
الجدول (16)

التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق تأثير موقع الفيس بوك

المجموع		لا أوافق		أوافق لحد ما		أوافق		وافق تماماً		تأثير Facebook
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100	70	%32.9	23	%17.1	12	%22.9	16	%27.1	19	الموقع ساعد في تواصلني مع أساتذة أكفاء من الجامعات المختلفة
%100	70	%17.1	12	%14.3	10	%32.9	23	%35.7	25	الموقع ربطني مع زملائي في الجامعة والجامعات الأخرى
%100	70	%34.3	24	%21.4	15	%15.7	11	%28.6	20	الموقع يتيح درأً ميزاً من التفاعلية والمشاركة مع الآخر
%100	70	%11.4	8	%15.8	11	%25.7	18	%47.1	33	إنشاء صداقات جديدة
%100	70	%11.4	8	%24.3	17	%10	7	%54.3	38	سرعة نشر المادة

شكل رقم (15)

التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق تأثير موقع الفيس بوك



يتضح من الجدول أعلاه أن الدراسة أثبتت تأثير موقع الفيس بوك على أفراد العينة كان على النحو التالي:

الموقع ساعد في تواصلني مع أساتذة أكفاء من الجامعات المختلفة جاءت الإجابة أوافق تماماً بنسبة 27.1% وأوافق بنسبة 22.9% وأوافق لحد ما 17.1% ولا أوافق بنسبة 32.9% نلاحظ أن الذين أجابوا بالموافقة على أن موقع الفيس بوك ساعد في تواصلني مع أساتذة أكفاء كانوا بنسبة 67.1% بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 32.9%.

بينما جاء خيار الموقع ربطني مع زملائي في الجامعة والجامعات بنسبة 37.7% أوافق تماماً بينما أوافق كانت بنسبة 22.9% وأوافق لحد ما 17.1% ولا أوافق 17.1% نلاحظ أن الذين كانت إجابتهم موافقين على أن موقع الفيس ربطهم بالزملاء كانوا بنسبة 82.9%

وغير الموافقين 17.1% وهذا يدل على أن موقع الفيس يستخدمه الطلاب للتواصل فيما بينهم بصورة ليس بالقليل .

بينما جاء خيار يتيح قدراً مميّزاً من التفاعلية والمشاركة مع الآخر بنسبة 28.6% وأوافق تماماً وأوافق كانت بنسبة 15.7% وأوافق لحد ما 21.4% ولا أوافق 34.3% نلاحظ ان الذين أجابو بالموافقة على ان موقع الفيس بوك يتيح قدراً مميّزاً من التفاعلية والمشاركة كانوا بنسبة 65.7% من أفراد العينة الكلية.

بينما جاء خيار إنشاء صداقات جديدة أوافق تماماً بنسبة 47.1% وأوافق 25.7% وأوافق لحد ما 21.8% ولا أوافق 11.4%، نلاحظ أن طلاب الجامعات يستخدمون فيس بوك لإنشاء صداقات كانوا بنسبة 88.6% وهذا يدل على أن موقع الفيس بوك يربط الطلاب مع بعضهم حتى أن نشأته كانت وسط مجتمع الطلاب.

فيما جاء خيار سرعة نشر المادة بنسبة 54.3% أوافق تماماً و 10% أوافق و أوافق لحد ما 24.3% ولا أوافق نسبة 11.4% نلاحظ أن أعلى نسبة لسرعة نشر المادة وهذا يدل على أن سرعة نشر المادة هي المؤثرة على طلاب الجامعات في موقع الفيس بوك. وهذا يعني أن موقع الفيس بوك يتميز بعدد كبير من المشتركين لذلك نجد أن المادة سريعة الانتشار ومتجددة وبالتالي يكون هنالك تشويق وترغيب لتأثير المادة على الطلاب والإقبال عليها بصورة أكبر .

11- موقع الواتساب (ماهو تأثير موقع الواتساب على طلاب الجامعات)

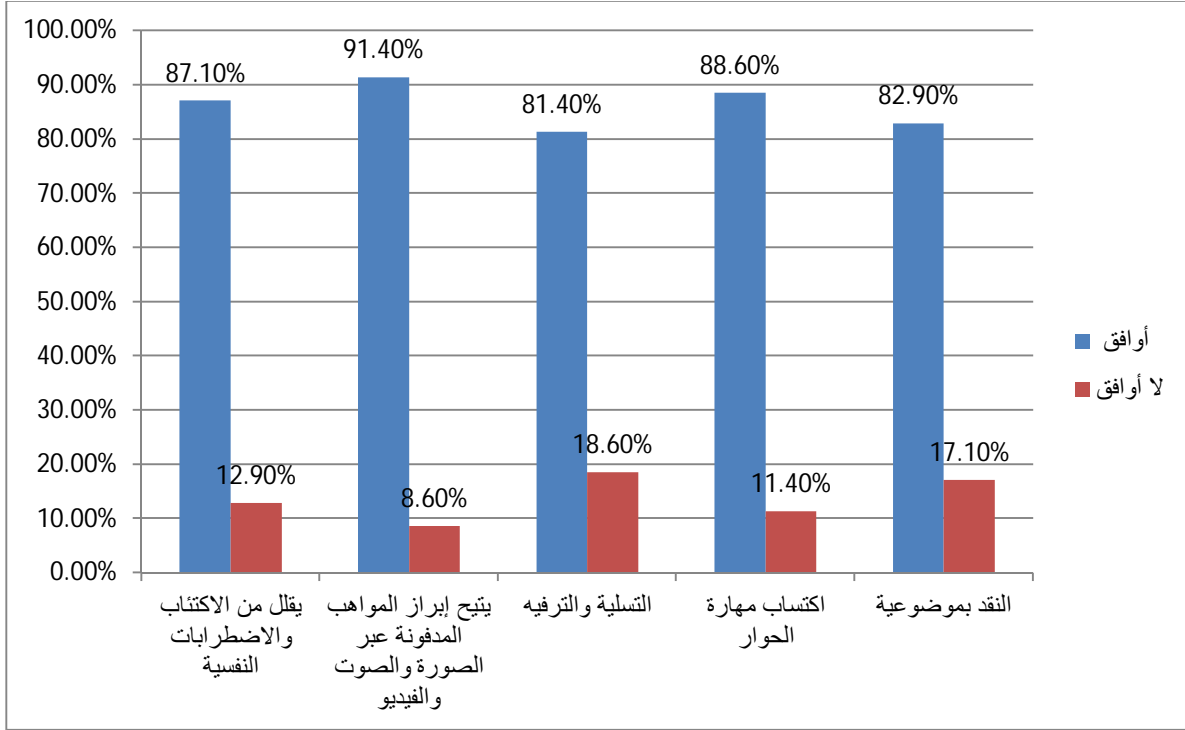
الجدول (17)

التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق تأثير موقع الواتساب

المجموع		لا أوافق		أوافق لحد ما		أوافق		وافق تماماً		تأثير WhatsApp
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	70	%12.9	9	%51.4	36	%11.4	8	%24.3	17	يقلل من الاكتئاب والاضطرابات النفسية
%100	70	%8.6	6	%41.4	29	%34.3	24	%15.7	11	يتيح إبراز المواهب المدفونة عبر الصورة والصوت والفيديو
%100	70	%18.6	13	%27.2	19	%37.1	26	%17.1	12	التسلية والترفيه
%100	70	%11.4	8	%35.7	25	%27.1	19	%25.8	18	اكتساب مهارة الحوار
%100	70	%17.1	12	%24.3	17	%12.9	9	%45.7	32	النقد بموضوعية

شكل رقم (16)

التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق تأثير موقع واتساب



يتضح من الجدول أعلاه أن التوزيع التكراري لتأثير تطبيق واتساب على أفراد العينة جاء على النحو التالي:

يقلل من الاكتئاب والاضطرابات النفسية كانت الإجابة أوافق تماماً بنسبة 24.3% وأوافق بنسبة 11.4% وأوافق لحد ما 51.4% ولا أوافق 12.9% نلاحظ أن مجموعة آراء الموافقين من المبحوثين 87.1% من أفراد العينة الكلية وهذا يعني أن موقع واتساب يقلل من الاكتئاب والاضطرابات النفسية.

بينما كانت الإجابة يتيح إبراز المواهب المدفونة عبر الصور والفيديو كانت الإجابة أوافق تماماً بنسبة 15.7% وأوافق بنسبة 34.3% وأوافق لحد ما 41.4% ولا أوافق 8.6% من الملاحظ أن الذين أجابوا بموافق أن تطبيق واتساب يتيح إبراز المواهب المدفونة كانوا بنسبة 91.4% من أفراد العينة الكلية بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 8.6%.

بينما جاء خيار أن الواتساب للتسلية والترفيه بنسبة 17.1% أوافق تماماً وأوافق كانت 37.1% وأوافق لحد ما كانت بنسبة 41.2% نلاحظ نسبة 18.6% كانت إجابة المبحوثين الموافقين من أفراد العينة الكلية بينما غير الموافقين كانوا بنسبة 18.6% وهذا يدل على أن موقع الواتساب يؤثر على الطلاب باستخدامه في برامج التسلية والترفيه.

كما جاء استخدام الواتساب في اكتساب مهارة الحوار بنسبة 25.8% أوافق تماماً وأوافق بنسبة 27.1% وأوافق لحد ما 35.7% ولا أوافق بنسبة 11.4% نلاحظ أن عدد الذين أجابوا بموافق من أفراد العينة المبحوثة على أن الواتساب يؤثر في اكتساب مهارة الحوار كانوا بنسبة 88.6% وغير الموافقين 11.4% وهذا يدل على أن الفيس بوك يؤثر على اكتساب مهارة الحوار بين طلاب الجامعات.

بينما كانت الإجابة على خيار النقد بموضوعية بنسبة 45.7% أوافق تماماً وأوافق 12.9% وأوافق لحد ما 24.3% ولا أوافق 17.1% نلاحظ أن الموافقين من أفراد العينة المبحوثة على تأثير موقع واتساب في النقد بموضوعية كانوا بنسبة 82.9% نلاحظ أعلى نسبة كانت لتأثير الواتساب إتاحة إبراز المواهب المدفونة عبر الصورة و الفيديو، وهذا يدل على أن تطبيق واتساب يؤثر على الطلاب في إبراز المواهب المدفونة عبر الصورة والفيديو.

رابعاً : البيانات المتحصل عليها بأداة المقابلة

أجرت الدراسة مقابلات مفتوحة مع متخصصين في علم الاجتماع وعلم النفس التربوي وإعلاميين (هم):

1. د. يعقوب إبراهيم، أستاذ علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية بجامعة النيلين أستاذ مشارك بجامعة القرآن الكريم رئيس قسم النشر العلمي والتأليف، بمكتبة بحري 23 يناير 2018م.

2. د. يحيى محمد فضل الله أستاذ علم النفس بجامعة أمدران الإسلامية 2018/1/23م.

3. محمد بشير أستاذ علم الاجتماع جامعة أمدران الإسلامية 2018/1/22م.

4. د. أحمد محمد صافي الدين أستاذ العلوم الإنسانية قسم الإعلام جامعة بحري 2018/1/31م.

5. د. أسامة حسب الرسول بشير يوسف أستاذ مساعد بجامعة السودان رئيس قسم كلية علوم الاتصال 2018/2/1م.

6. د. أيمن محمد طه، أستاذ مشارك بجامعة الخرطوم كلية التربية جامعة الخرطوم 2018/2/6م.

فقد لخص يعقوب إبراهيم الحاج تأثير المواقع الاجتماعية على طلاب الجامعات في الآتي:

أولاً : تأثيرات فكرية:

وتأتي هذه التأثيرات على حسب المادة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إذ تعد المادة بعناية لتحقيق أهداف مرسومة تعتمد على أسلوب التمرحل النفسي الممزوج بالتكنولوجيا فلا يجد الطالب تقليد ما يقدم في هذه المواقع من قواعد للسلوك والأفكار وبالتالي يكون إطاره المرجعي معتمداً أساساً على الأفكار المنشورة لأنه سيتبناها عبر التفاعل معها وإن كانت بعض المنشورات تؤثر تأثيرات سلبية على الأفكار المتعلقة بالمقدسات الدينية والقيم والمعايير المألوفة.

ظهر أفكار جديدة تدعو الطلاب إلى اكتساب مهارات وقدرات جديدة تمكنهم من بناء شخصيتهم بشكل أكثر منطقية وبالتالي يقودهم إلى التفكير النقدي المجرد قد تظهر معه بعض الأفكار المنحرفة قد تؤدي إلى الإلحاد.

ثانياً : تأثير سلوكي:

معظم الطلاب يقلدون ما هو مشهور خاصة في العلاقات الاجتماعية بين الجنسين، وأساليب التعامل مع الأقران في تبادل المصطلحات التي يتلقون عبر هذه المواقع مما يؤدي إلى فقدان الهوية.

ثالثاً : تأثيرات اجتماعية:

تتمثل في فرض العزلة إذ أن المواقع الاجتماعية هي السبب الرئيسي في عزل الطالب عن محيطه الأسري وذلك لانشغاله بالتواصل مع عالم افتراضي متنوع ومتعدد في نفس الوقت يناقش قضايا تميل إلى الترفيه والعلاقات الغير مقيدة مع الجنس الآخر. إذ أن الطلاب في مرحلة عمرية قابلة للتغير والتأثير.

رابعاً : حدوث تغير في القيم والمعايير:

قال أن بعض المواد المنشورة تدفع الطلاب إلى التمرد عن القيم والمعايير المألوفة تحت تبرير الحداثة والمعاصرة فتحل القيم والتحررية مكان القيم المعروفة ويكتسب الطلاب القيم الأقل ضبطاً من المعايير القائمة أصلاً.

خامساً : تأثيرات ثقافية:

تتمثل في انتقال فكرة الانحراف والجريمة عن هذه المواقع نجد أن المواقع الاجتماعية سهلت عرض وسائل وأساليب الانحراف في الجريمة وسط كل من له فكرة سلوك إجرامي فيلتقط الفكرة ويتبادل الصورة من المجرمين خاصة أن الجريمة أصبحت معدة عبر هذه الوسائل والتفاعل معها سهل.

سلسلاً : ضعف التماسك الأسري

وذلك بسبب قلة الاجتماعات الأسرية لانشغال كل فرد من أفراد الأسرة بالتواصل مع هذا العالم الافتراضي ويؤثر ذلك على منظومة التوجيهات الأسرية كما يؤثر ذلك في المستقبل الدراسي والتحصيلي للطالب.

سابعاً : تأثير ديني:

أصبحت هذه المواقع تشغل أوقات الفراغ ويؤثر ذلك على عدم التزام الطلاب بالشعائر الدينية كالصلاة في مواقيتها كما هنالك مواد عبر المواقع تشكك الطلاب في ديانتهم وأشار إلى أن بعض الألعاب الإلكترونية المنتشرة والرموز بعضها تحتوي على خيارات السؤال عن الديانة فإذا اكتسب الطالب أنه مسلم يرد عليه بأنه لم ينتقل إلى المرحلة القادمة.

تستخدم عبر هذه المواقع رموز وشعارات عبدة الشيطان تتبع اليهودية والماسونية يبيث فيها استهداف خاص للإسلام والمسلمين ليس الغرض منها الترفيه والتسلية أو الرقي أو الحضارة.

ثامناً : إدمان الطلاب للمواقع الاجتماعية:

نجد بعض الطلاب أصيبوا بإدمان هذه المواقع لأنها لها القدرة على جذب واستمالة الشباب.

تاسعاً : المشاكل النفسية:

نجد معظم الطلاب يقارنون أنفسهم بالآخرين في عالم التكنولوجيا من حيث الهاتف والبيئة الافتراضية فيحس الطالب بالحرمان ويسقط ذلك الإحساس على المجتمع.

عاشراً : المكانة الاجتماعية

فقد يحصل الطالب بما ينشره عبر هذه المواقع على تقديرات اجتماعية بشعارات الإعجاب والتعليق.

فيما يرى (يحي محمد فضل الله) أن هنالك دوافع للاتصال بالانترنت تلك الشبكة التي تحتوي على كل العالم أو جعلت العالم قرية صغيرة أو عبارة عن جهات تلفون يمتلكه كل شخص،

خاصة مجتمع الطلاب إذ تعتبر شريحة الطلاب الفئة الأكثر استخداماً للإنترنت والمواقع الاجتماعية والتفاعل معها. إذ أشار إلى أن الدافع الأساسي هو:

- الحاجة إلى المعرفة ومسايرة العصر والآخرين.
- تنمية القدرات.
- الهروب من ضغوط الحياة اليومية سواء كانت أسرية أو نفسية أو أكاديمية أو الحاجة إلى تقديرات الآخرين.
- التسلية والترفيه، تقليل الاكتئاب.

وقد رجح طريقة استخدام المواقع إلى الحالة النفسية للمتصفح فهو يفقد حاجة في نفسه يجدها في مواقع التواصل معظم الطلاب يستخدمون هذه المواقع لدرجة الإدمان النفسي والجسمي وهذا له أضرار وآثار تتمثل في أضرار العيون - الدوخة، النوم في زمن متأخر (السهر المفرط) مما يجعل الطالب غير قادر على مراجعة دروسه الأكاديمية وقد تؤثر عليه في الإنتاجية إذا كان الطالب يعمل ويقراً فهي قد تنمي اتجاهات إيجابية أو سلبية لدى الطالب وقد يرجح ذلك إلى السلوك النفسي، ويقدر ما توجد دوافع توجد إشباعات من محتوى هذه الوسائل ويمكن تلخيص الإشباعات في الآتي:

- **إشباعات توجيهية:** تتمثل هذه في الحصول على المعلومات وتأكيد الذات ومراقبة البيئة وهي إشباعات ترتبط التعرض للوسائل الاجتماعية والاعتماد عليها.
- **إشباعات اجتماعية:** تتمثل هذه في ربط المعلومات التي يحصل عليها بشبكة علاقته الاجتماعية حيث يستخدم الطلاب المواقع الاجتماعية لتحقيق نوع من التواصل بينهم وبين أصدقائهم وأسرههم فيخلق ذلك نوع إيجاد موضوعات للحديث مع الآخرين والقدرة على إدارة النقاش والتمكن المعرفي.

- إشباعات عملية الاتصال: وهي نوعين: إشباعات شبه توجيهية تحقق هذه من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس حتى مواقع التسلية والترفيه والإثارة.

- إشباعات شبه توجيهية: تحقق من خلال التوحد مع شخصيات في المواقع الاجتماعية وتتزايد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة مثل الخيال والتخلص من الملل والضيق والتخلص من الشعور بالوحدة والعزلة والتوحد والإندماج مع الشخصيات.

بينما (محمد بشير) يرى أن تكنولوجيا الاتصال فتحت آفاق جديدة لاستخدامات ووظائف جديدة ربما حوت الفواصل التقليدية بين الاتصال الجماهيري والشخص وقادته إلى نمط اتصالي جديد يتسع كل أنماط الاتصال ألا وهو الاتصال التفاعلي القائم على التفاعل الحر والمباشر بين المرسل والمستقبل وتبادل أدوار الاتصال بين الطرفين على إشباع حرية المستقبل في الاختيار انتشار الاتصال التفاعلي بشكل وثيق بانتشار استخدام الانترنت وما ينتجه من خدمات يمكن إجمالها في تحقيق الاتصال التفاعلي بتمازج بمجرد التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي كما أن شريحة الطلاب أكثر تعرضاً لهذه الوسائل الحديثة وأكثر تأثراً فنجد أن التواصل خلق علاقة حميمة بين الطلاب وصلت بعضها إلى ارتكاب الجرائم وبعضها إلى مرحلة الزواج كما أن هنالك تأثيرات إيجابية للاتصال بالمواقع الاجتماعية إذ خلقت ربط بين جماعات بين الطلاب وتكوين منتديات من هذه المجموعات تخدم قضايا مناطقهم خاصة طلاب الولايات الوافدين إلى العاصمة ويتمثل ذلك في تشييد بعض المدارس والمستشفيات كما ساعدت المواقع في نشر ثقافة وتراث مناطقهم إلى العالم ويرى أيضاً الاتصال بالانترنت وشبكات المتعددة أدت إلى زيادة الوعي السياسي والتعبير عن آرائهم بكل شفافية وحرية كما ساهمت المواقع في تنمية الملكات الثقافية وتعليم اللهجات الجديدة التي تفقد هويتهم السودانية وساهمت في اكتساب الثقافات

والكتابة السريعة وإعادة صياغة مفاهيم وترسيخ مفاهيم أخرى فنجد الطالب في اتصاله وتفاعله مع وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من واقعه المعاش.

فيما يرى (أحمد محمد صافي الدين) مواقع التواصل المتمثلة في الفيس بوك والواتساب سلاح ذو حدين وسط شريحة الطلاب تبني وتهدم وتبقى القضية مرتبطة بالمستخدم الذي بدوره يحتاج إلى حصانة فكرية وسلوك قويم يشب عليه إذ إن شريحة الشباب وميولهم واتجاهاتهم تتأثر لمباخ العام والثقافة المنتشرة عالمياً وإقليمياً ومحلياً مع بعض التمسك بالتراث المحلي وقال إن مضامين الاتصال التفاعلي لا تتفق كلها مع القيم والعادات والتقاليد والثقافات كما أنها لا تتناقض كلها. فنجد أن لكل مصمم رسالة يحاول توظيفها لخدمة ثقافته وقيمه وعقيدته وتقاليده وبناءً على ذلك فالمنتج أكثر يروج إلى المحتوى بوفرة حيث يجد فرص في عكس ما لديه بخلاف المجتمع المستهلك. التصدي ومقاومة ما ينشر في المواقع الاجتماعية يجب أن يكون هنالك تنفيذ برامج محو الأمية الإعلامية لدى كافة الناس من بينهم شريحة الطلاب ويشير إلى أن محتوى المواقع الاجتماعية يؤثر بعمق على هذه الشريحة التي تشكل المستقبل إذ أن شريحة الطلاب في طور التشكيل والإعداد واكتمال الشخصية. وأبان أن المواقع جاذبة ومغرية أينما وجدت فراغ تشغله ولا ننكر أن فترة الشباب فترة مليئة بالفراغ لذلك نجدهم أكثر تأثراً وتغيراً وارتباطاً بهذه المواقع الاجتماعية ويرى أيضاً أنا محتوى المتصل بالمشاعر والعواطف والجنس وآداب الفراش يجد القبول والانتشار كما أن توظيف المواقع الاجتماعية توظيفاً إيجابياً يتطلب الوقوف على الفلسفة التي انطلقت ابتداءً لتحقيقها فهي تهدف وفق رؤية مٌطلقها إلى تحقيق إستراتيجية جزء من إستراتيجية كبرى تقود الشعوب عالمياً.

إن الرسائل المقدمة تهدف إلى صياغة العقول صياغة جديدة ضمن منظومة التحكم من خلال تكنولوجيا الاتصال التي تعد أسلحة صامتة هادئة بدلاً من الأسلحة النارية الباهظة الثمن والتكلفة فالمقالة التي لخصها المفكر الأمريكي (توك تشومكي) لخصت إستراتيجية التحكم في الشعوب عيلاً ضمن مواقع التواصل الاجتماعي التي يرتادها الملايين في مختلف البلدان بناءً

عليه فإن توظيف هذه المواقع إيجابياً يتطلب الوعي بخطورتها ومن ثم ترشيد توظيفها ولن يكتمل التوظيف من غير إيجاد محتوى إسلامي عربي وسوداني يملأ الفراغ العريض للشباب (الطلاب) وغيرهم حيث يتم التوظيف بنشر الوعي من خلال التربية الإعلامية لذا يجب على مؤسسة التعليم العالي في الإطار التربوي قبل التعليم عليها أن تقوم بتأهيل وتدريب الأطر البشرية التي تنشر الوعي وتدير عجلة الإنتاج في مؤسسات إعلامية الغرض منها ملاً فراغ وتحصين الطلاب ضد الانجراف تجاه تيار العولمة ويؤكد أن مظهر طلاب الجامعات الموجود الآن بحاجة لعمل كبير لتحقيق الهدف المطلوب من محتويات المادة المنشور والموجهة لهم عبر هذه المواقع فنجدها غيرت من سلوكهم ومعاملتهم ويعتبر أن الطلاب لا يستخدمون المواقع بغرض التعلم وغنما لقضايا انحرافية عديمة القيمة.

فيما يرى (أسامة حسب الرسول) أن الإعلام الجديد (سوشيال ميديا) يعتبر مواعين تتمثل فيها المضامين فيها ما يتوافق مع الطالب الجامعي وفيها ما لا يتوافق وفي كلتا الحالتين لها تغير في حياة الطالب الجامعي وسلوكه، كما أشار إلى أن الرسائل الموجهة عبر هذه المواقع الاجتماعية مشبعة بالترغيب والتشويق وكل رسالة لها هدف من مرسلها فهي تنقل أفكار واتجاهات تحدث تغيير في اتجاهات المتلقي. ويرى أن تطبيقات الفيس بوك والواتساب أكثر استخداماً في مجتمع الطلاب وذلك لما تتميز به من سرعة وسهولة وبرامج جاذبة بالصورة والصوت والرموز التي تحمل ثقافات متعددة وفي نفس الوقت تعد غزو فكري في زمن المتلقي، ويضيف إلى ذلك أن غالبية الطلاب لا يستخدمون الاتصال بالانترنت من أجل الاستفادة الأكاديمية بل من أجل تحقيق أغراض أخرى تجذبهم ويفتقدونها في نفس الوقت. ويقول أن الاستعمار الإلكتروني هو لستلاب ثقافي فنجده ممثل في أشكال الطلاب ولغتهم وأضاف قائلاً إن المادة المقدمة عبر هذه المواقع جاذبة بالتلوين مما يؤدي إلى تركيز المتلقي فواد الرسائل الإعلامية يتألقون بكل مجهودهم من أجل تحقيق أهداف مقصودة.

فيما يرى (أيمن محمد طه) أن الانترنت عالم افتراضي مليء بعدد من البرامج ذات التأثير الفعال والقوي ويرى أن هنالك نذبات معينة لمواقع ترويجية وفي نفس الوقت تسوق بصورة جذابة وشقة لها وضعها في نفس المستخدم الذي يمكن التحكم في ميوله واتجاهاته وأفكاره ويمكن تغييرها، ويرى أن شريحة الطلاب هم فئة أكثر عرضة للتغير عبر هذه المواقع الإلكترونية خصوصاً أنهم يميلون إلى تطبيق فيس بوك وواتساب ويوتيوب مما يؤدي إلى انشغالهم عن قضاياهم الأكاديمية فمعظم الطلاب لا يستخدمون الانترنت وشبكاتة من أجل المعرفة بل يتصفحون من أجل المواقع الإباحية والرومانسية فالمواد المنشورة عبر الانترنت تخاطب العواطف إذ أن الطلاب شريحة في مقتبل العمر تميل بميل العاطفة فنجد أنهم غير مقيدون في استخدام الإنترنت لذلك تتيح لهم المواقع الاجتماع والعلاقة مع الجنس الآخر بكل حرية خصوصاً أن عالم الانترنت سري في الاستخدام ولا يمكن التحكم فيه إلا عن طريق الرقابة الذاتية، كما يرى أنه لتحسين استخدام الشبكات الاجتماعية بالصورة المطلوبة لابد أن يكون هنالك تحصين للأفكار عن طريق الأسر فعلى الأسرة غرس القيم الدينية الحميدة في نفوس أبنائهم وعلى وزارة الاتصالات أن تضع ضبط المواقع والتحكم فيما ينشر بتقنياتها المستخدمة وهنالك دور يقع على عاتق وزارة التربية والتعليم العالي يتمثل في منهجة المقررات إلكترونياً حتى ينشغل الطلاب بقضاياهم الأكاديمية بدلاً من تصفح مواقع إباحية، كما أضاف قائلاً هنالك جانب يختص بأساتذة الجامعة تتمثل في تكثيف نمو المعرفة وتقديم الإرشاد والتوعية.

نلاحظ أن كل المتخصصين اتفقوا على أن هذه المواقع ساعدت على العزلة الاجتماعية، كما أدت إلى زيادة التطرف الديني وإقناع الطلاب بالأفكار المتشددة. كما اتفق أيضاً على أن الدافع الأساسي لاستخدام المواقع الاجتماعية هو التسلية والترفيه وليس الحاجة إلى المعرفة إلا القليل منهم كما اتفقوا على تطبيق الفيس بوك والواتساب هي الأكثر شيوعاً واستخداماً بين الطلاب

ووجهوا رسائل إلى الجهات المسؤولة لتوظيف هذه المواقع إيجابياً تمثلت في تحصين الأفكار عن طريق غرس القيم الدينية والتنشئة الاجتماعية السليمة إضافة إلى ذلك منهجة المقررات إلكترونياً وتدريب الأطر البشرية لنشر الوعي وسط الطلاب.

الخاتمة

وتشتمل على:

أولاً: النتائج

ثانياً: التوصيات

ثالثاً: المقترحات

أولاً : النتائج

(أ) خلاصات الإطار النظري أهمها:-

1. مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعميق الروابط الأسرية وانتشار العقول الافتراضية.
2. أجمع كثير من الكتاب على أن استقطاب الشباب للانضمام للجماعات المتشددة دينياً تم عبر وسائل التواصل الاجتماعي وذلك لما لها من قدرة على الإقناع.
3. معاناة الشباب المنتمي لهذا العصر من أزمة الهوية إذ أنهم الفئة الأكثر تأثراً لما يتلقونه من مواد تنشر عبر المواقع الاجتماعية.
4. يواجه الإسلام تحدي في مواجهة خطر الاتصال التفاعلي بالانترنت بفضي بالشباب إلى الانحراف والإدمان.
5. تسببت المواقع مع كثرة إدمانها في تغير المواقف والاتجاهات وكذلك إحداث تغيير في القيم الاجتماعية.
6. ساعدت المواقع الاجتماعية على انتشار جريمة العنف الطلابي وذلك لما يتلقونه الطلاب من تعزيز لسلوكيات منحرفة.
7. الانترنت عالم يتوفر فيه خاصية التزامنية واللاتزامنية نجده أكثر تفاعلية من قبل المستخدمين.

(ب) نتائج الدراسة التطبيقية:-

1. الفيس بوك أكثر الشبكات الاجتماعية استخداماً وتأثيراً في مجتمع الطلاب.
2. الدافع الأساسي لاستخدام المواقع الاجتماعية تكوين الصداقات والتعارف.
3. اتصال الطلاب بالانترنت خلال اليوم يصل إلى 4 ساعات فأكثر.

4. ساعد استخدام المواقع الاجتماعية في التعبير عن الرأي والمشاركة.
5. ساعدت المواقع الاجتماعية في تبادل الخبرات والمهارات بين الطلاب.
6. ساهمت المواقع الاجتماعية في نشر الثقافة بين الطلاب بالتعارف على شباب العالم.
- 7 ساعدت المواقع الاجتماعية على انتشار التطرف الديني بين الطلاب وإقناعهم بالأفكار المتشددة.
8. أصبحت المواقع الاجتماعية بديلاً للمنابر السياسية في الجامعات.
9. العلاقات غير مقيدة مع الجنس الآخر.
10. ساعدت المواقع الاجتماعية على العزلة الاجتماعية.
11. ساهم موقع واتساب في إبراز المواهب المدفونة عبر الصور والفيديو.
12. يستخدم الطلاب المواقع الاجتماعية من أجل التعلم والمعرفة الأكاديمية.
13. ساهم موقع فيس بوك في سرعة نشر المدونات مما أثر على الطلاب.
14. ساهمت المواقع الاجتماعية في ترقية السلوك الحضاري.
15. تؤثر المواقع الاجتماعية سلباً وإيجاباً حسب نوعية الاستخدام.
16. يستخدم الطلاب وسائل التواصل الاجتماعي عن طريق الهاتف المحمول واللابتوب.

ثانياً : التوصيات

أولاً : توصيات موجهة لوزارة التعليم العالي:

1. على الوزارة الاهتمام والتنسيق مع الجامعات في انتهاج المنهج العلمي إلكترونياً حتى توظف مواقع التواصل في أكاديميات الطلاب.
2. الإكثار من المواقع العلمية المخصصة بشتى المجالات وتنشيط الدوريات الإلكترونية العلمية.
3. عقد شراكات مع المؤسسات ذات الصلة بالجامعات في توعية الطلاب خاصة مؤسسات التنشئة الاجتماعية والدينية.

ثانياً : توصيات موجهة لمديري الجامعات السودانية:

1. تفعيل مواقع للجامعات الإلكترونية الرسمية لمواكبة احتياجات الطالب الجامعي.
2. إشراك الأسر والطلاب في الاتصال بالمواقع الإلكترونية للجامعات من خلال التشبيك الاجتماعي للأسر والطلاب والأساتذة.
3. إنشاء مجموعات خاصة بين الطلاب والأساتذة بالجامعة لتكون حلقة وصل وطريقة أفضل للنقاش مع الطلاب.
4. إنشاء منتديات تقدم الإصلاح والتنمية داخل الجامعة.
5. تشجيع الطلاب على الاختراع في مجال التكنولوجيا.

رابعاً : توصيات للطلاب:

1. على الطلاب الاهتمام بقضاياهم الأكاديمية عبر هذه المواقع على وجه الخصوص لأنها يبنى عليها مستقبلهم.
2. التحلي بالأخلاق الكريمة في استخدام هذه المواقع.

3. عدم التواصل مع الجنس الآخر إلا للضرورة.
 4. البعد عن التواصل والانتماء للمجموعات المتطرفة دينياً والمنحرفة فكرياً .
 5. تحصين أفكار الطلاب بالمعلومات الدينية حتى تكون لديهم القدرة على المتطرفين دينياً .
- خامساً : توصيات موجهة لأسر الطلاب:**

1. غرس القيم الدينية الحميدة في نفوس أبنائهم.
2. التنشئة السليمة.

ثالثاً : المقترحات

نسبة لأهمية التكنولوجيا الحديثة وتأثيرها على أفراد المجتمع عامة وشريحة الشباب خاصة تقترح الباحثة قيام أبحاث في هذا المجال على النحو التالي:

1. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب دراسة في المجموعات التطوعية الإلكترونية.
2. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على بيئة المجتمع كعامل للتغيير الثقافي والحضاري.

المصادر والمراجع

المصادر والمراجع

أولاً : المصادر:

- القرآن الكريم
- السنة النبوية الشريفة

ثانياً : المراجع:

1/ المراجع العربية:

1. إبراهيم، الدسوقي عبده، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية، (الإسكندري: دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، 2004م).
2. إبراهيم، عبدالرحمن، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1(عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع 2015م).
3. أبو العطاء، مجدي محمد، المرجع الأساسي لمستخدمي الانترنت، ط1، (القاهرة، المكتبة العربية لعلوم الحاسوب، 2000).
4. أبو عيشة فيصل، الإعلام الإلكتروني، ط1 (عمان: أسامة للنشر والتوزيع 2009).
5. أحمد، محمد سيد وآخرون، وسائل الإعلام من المبادئ إلى الانترنت، ط3، (ب م: ب ن، 2011)
6. إسماعيل، محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003م).
7. بسيوني، عبدالحميد، حماية الأسرة والمعلومات من أخطار وتهديدات الانترنت، ب ط (القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ب ت).
8. البسيوني، محمد علي، دولة الفيس بوك، ط1 (القاهرة: دار الشروق، 2009)، ص8-12.

9. جرار، ليلي أحمد، الفيس بوك والشباب العربي، ط1 (الكويت : دار فلاح للنشر والتوزيع، 2012م).
10. الجميلي، خيرى خليل، الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، ب ط(الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 1997م).
11. الخولي، سناء، أزمة ومشاكل الشباب، ط1، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، 2011م).
12. الخولي، سناء، الأسرة والحياة العازلة، ط1، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1991م).
13. الدليمي، عبد الرزاق، مدخل الى وسائل الاعلام الجديد، ط1 (الأردن : دار المسيرة، 2012م).
14. الدناني، عبد الملك ردمان، الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت، ب ط (ب م : دار الراتب الجامعية ، 2001).
15. الشيباني، عمر محمد، الأسس النفسية والتربوية لرعاية الشباب، (تونس:ب د، 2007).
16. الطرابيشي، مرفت- السيد عبدالعزيز، نظريات الاتصال، ب ط، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2006م).
17. العلاق، بشير، الاتصال في المنظمات العامة بين النظرية والممارسة، ط3، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009م)
18. الغزالي، محمد، مشكلات في طريق الحياة الإسلامية، كتاب الأمة، العدد (1)، ط4، (بيروت: مؤسسة الرسالة، 1985م).
19. اللواء الرشيدى، محمود : خبير الامن المعلوماتي، الانترنت والفيسبوك" ثورة 25 يناير نموذجا "، ط1 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2012).

20. المسلمي، إبراهيم عبدالله، نشأة وسائل الإعلام وتطورها، ط2، (القاهرة: دار الفكر العربي، 2005م).
21. المكاوي، محمد محمود، الجوانب الأخلاقية والاجتماعية للجرائم المعلوماتية، ط1 (مصر: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع).
22. الهاشمي، مجدي هاشم، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، ط1، (ب م: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012).
23. حجاب، محمد منير - وهبي، سحر محمد، المدخل الأساسية للعلاقات العامة المدخل الاتصالي، ط3، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2000).
24. حجاب، محمد منير، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ط1 (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007م).
25. حجاب، منير محمد، الحرب النفسية، ط1 (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2005م).
26. حسين، سمير محمد، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، ط3، (القاهرة: عالم الكتب، 1996م).
27. خليل، عثمان سيد أحمد محمد، الشباب وأوقات الفراغ، ط1، (الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، 2001).
28. خميس، أحمد حسن، الانترنت، ط1 (القاهرة: دار المصري لتبسيط العلوم 2013م).
29. رضا، يوسف محمد، معجم العربية الكلاسيكية والمعاصرة، ط1، (لبنان: ب ن، 2006).
30. زويل، محمود أمين، الاتصالات وسيكولوجية العلاقات الإنسانية، ط1، (الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية، 2010).
31. شفيق، حسنين، الإعلام التفاعلي، ط3، (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة، 2010م).

32. شفيق، حسنين، تكنولوجيا الوسائط المتعددة، (القاهرة: رحمة برس للطباعة والنشر، 2007م).
33. شقرة، علي خليل، الإعلام الجديد، ط1، (عمان، دار اليمامة للنشر والتوزيع-2013م).
34. شكري، عبد الحميد، تكنولوجيا الاتصال، إنتاج برامج الراديو، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1996م).
35. شمو، علي محمد، أساسيات الاتصال ومهاراته، ط1، (الخرطوم: جامعة السودان المفتوحة، 2005).
36. شمو، علي محمد، الاتصال الأساسيات والمهارات، (الخرطوم، فبراير 2006م).
37. صالح، محمد عزمي، التأهيل الإعلامي لرعاية الشباب، ط1، (القاهرة: دار الصحوة للنشر، 1985م).
38. عبد العزيز، بركات، مناهج البحث الاعلامي - الاصول النظرية ومهارات التطبيق، ط1 (ب م: دار الكتاب الحديث، 2012م).
39. عبدالغني، إيمان، مشكلات الشباب، ط1 (الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2011).
40. عبدالله، الهادي عبدالصمد، قضايا التعليم العالي، ط1، (الخرطوم: دار جامعة أم درمان الإسلامية للنشر، 2013م).
41. عدلي، عاطف، عبيد، عدل العبد، مدخل الاتصال والرأي العام، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1997م).
42. علي، حسن، المدونات والمدونون، ط1 (القاهرة: دار الفكر العربي، 2009م).
43. عليان، ربحي مصطفى-غنيم، عثمان محمد، أساليب البحث العلمي الأسس النظرية والتطبيقية العملي، ط2، (ب م، دار صفاء للنشر والتوزيع، 1429-2008).
44. فهمي، محمد سيد، فن الاتصال في الخدمة الاجتماعية، ط1 (القاهرة: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2008).

45. فهمي، محمد سيد، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، (القاهرة: المكتب الجامعي الحديث، 2006).

46. فهمي، محمود سيد، فن الاتصال في الخدمة الاجتماعية، ط1، (الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2010م).

47. مجاهد، أماني جمال، استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات اجتماعية متطورة، ط1، (القاهرة، جامعة المنوفية، 2011م)

48. محمد عبد الحميد، المدونات - الإعلام البديل، ط1 (القاهرة: عالم الكتب، 2009).

49. مشرف، محمد علي محمد، الفراغ والشباب الجامعي، ط1، (القاهرة: المجلس الأعلى للشباب والرياضة، ب.ت).

50. مكاي، حسن - السيد، ليلي حسن، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط6، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2006م)

51. هندي، عبدالمعین سعد الدين، التحولات الاقتصادية وقضايا التربية المعاصرة، ط1، (سوهاج: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2012م).

2/ المراجع المترجمة:

1. بيتر، جون، مقدمة في الاتصال الجماهيري، ترجمة: عمر الخطيب، (دم: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، د ت).

2. تابسكوت، دون، جيل الانترنت، ترجمة: بيومي محمد، ط1 (القاهرة: عالم الكتب، 2012م).

3. خاندفير، الفييس بوك ودليل الاستخدام بمهارة، ترجمة أحمد بيطار، ط1 (الرباط: شعاع للنشر والعلوم، 2012م).

4. ديفر، ملفين ل.، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبدالرؤوف، ط1 (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1993م).

5. ميدوز جاك، آفاق الاتصالات ومناخه في العلوم والتكنولوجيا، ترجمة: حشمت محمد علي قاسم (د م: مكتبة غريب للنشر، د ت).

6. ميرل، جون، الإعلام وسيلة ورسالة، ترجمة: ساعد خضر العرابي (الرياض : دار المريخ للنشر، 1989م).

7. هوستين ليفي، التسويق عبر الفيس بوك، ترجمة أحمد حيدر، ط1(بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون 2011م).

3/ الرسائل الجامعية:

1. أحمد، بلال أحمد الاتصال التفاعلي عبر الانترنت وأثره في الشباب"دراسة تطبيقية على موقع سودانيز أون لاين" (يناير 2010م - يناير 2012م).

2. أحمد، إدريس دور وسائل الإعلام وتأثيرها في معالجة الانحراف في قضايا الشباب "بالتطبيق على عينة من الشباب العربي"(جامعة، أم درمان الإسلامية، 2008م) .

3. الضو، ليلي سليمان ، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات الحضارية للشباب (رسالة دكتوراه، جامعة السودان، 2014-2016م)

4. بحر، طارق، دور تقنية الاتصالات في تطوير أداء البحث العلمي في السودان دراسة مسحية (1425هـ - 2004م).

5. بشير، محمد، اتجاهات الرأي العام الطلابي نحو مواقع التواصل الاجتماعي (بالتطبيق على عينة مستخدمي الفيس بوك)(جامعة أفريقيا العالمية، مايو 2012م - نوفمبر 2013م)

6. حامد، إسراء المواقع الإلكترونية السودانية وتأثيرها في تشكيل الرأي العام(دراسة تطبيقية على عينة من سكان ولاية الخرطوم في الفترة من 2009م - 2011م)

7. حسن، محمد، المواقع الإلكترونية ودورها في تطوير البرامج التلفزيونية بالتطبيق على موقع قناة الشروق (جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، يناير 2013 - ديسمبر 2013م).
8. عبدالكريم، عبدالله، دور الإعلام التفاعلي في التغيير الاجتماعي دراسة على عينة من المواقع الإلكترونية (الفييس بوك - تويتر) (رسالة دكتوراه، جامعة أمدرمان الإسلامية، 2008 - 2012م)
9. عبدالمجيد، محمد، الإعلان عبر الوسائط المتعددة بالمواقع الإلكترونية (بالتطبيق على الإعلانات في مواقع سودانيز أون لاين الفترة من يونيو - ديسمبر 2008م).
10. محمد، أحمد مصطفى، فاعلية الإعلام التفاعلي في تغيير القيم الاجتماعية(دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الإعلام التفاعلي في ولاية الخرطوم الفترة من 2007 - 2012م)
11. محمد، إدريس، دراسة تطبيقية على مستخدمي موقع الفييس بوك من طلاب الجامعات(جامعة الزعيم الأزهري، 2010م - 2012م)
12. مصطفى، آمنة الأمين، استخدام تكنولوجيا الاتصال في انتشار الشائعات "دراسة حالة على مستخدمي الانترنت والهاتف السيار بكلية دراسات الحاسبات الآلية" (كمبيوتر مان، الفترة أغسطس 2007م).
13. مصطفى، حسام الدين، استخدام تكنولوجيا الاتصال في انتشار الشائعات، (جامعة أم درمان الإسلامية، رسالة ماجستير غير منشورة، 2007م).
14. وداعة، محمد العوض، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تناول قضايا الشباب الجامعي (دراسة تطبيقية على عينة من طلاب الجامعات السودانية في الفترة من يناير 2013 - ديسمبر 2013م).

4/ المجالات والأوراق العلمية:

1. أمين، رضا عبد الواحد، استخدامات الشباب الجامعي لموقع " يوتيوب " على شبكة الإنترنت، ورقة بحثية قدمت إلى المؤتمر الأول " الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة ... لعالم جديد" والذي عقد في رحاب جامعة البحرين في الفترة ما بين ٧ - ٩ أبريل ٢٠٠٩م، منشورات جامعة البحرين.
2. الجندلي، محمد مازن، اتصالات الأعمال، (بحث منشور بمجله العلم والتكنولوجيا، معهد الإنماء العربي، لبنان يوليو 1991)
3. الدبيسي، عبد الكريم علي، الطاهات، زهير ياسين، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، (مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 201341، 2013).
4. الكردي، محمود، البنية الاجتماعية والانساق القيمية المتصلة بالعمل، ورقة مقدمة ضمن أعمال ندوة القيم والاتجاهات تأثيرها على خطط التنمية وقوة العمل، الاتجاهات تأثيرها على خطط التنمية وقوة العمل، وزارة القوة العاملة ومؤسسة فريدرش إيبيرت، الجيزة، 1988م.
5. راضي، زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، (عمان، جامعة عمان الأهلية، مجلة التربية، عدد 15، 2003م).
6. زاهر، رامي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، (عمان ، جامعة عمان الأهلية ، مجلة التربية، عدد 15، 2003)
7. سالم، عطية، مشكلات الطلاب الجامعيين وحلها في الإسلام، (المدينة المنورة: مجلة الجامعة الإسلامية، العدد الثاني، 1968م).
8. عبدالحليم، محي الدين، إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العمرية، ط1) الدوحة: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، كتاب الأمة العدد 64، 1998م)

9. غيطاس، جمال محمد، الإعلام والإبداع في ثورة المعلومات، بحوث وأوراق عمل، ملتقى دور تكنولوجيا المعلومات في دعم الديمقراطية وحرية التعبير - كوالالمبور، 2011م.
10. مشري، مرسي، شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية: نظرة في الوظائف، (مجلة المستقبل العربي، عدد 395، 2012م)

5/ التقارير والمؤتمرات:

1. التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية.
2. توصيات المؤتمر الأول لوزراء الشباب العرب، 1969م.
3. توصيات المؤتمر الأول لوزراء الشباب العرب، 1969م، مذكرة غير منشورة، مركز المعلومات.

6/ المراجع الإلكترونية (مواقع الانترنت):

1. توفيق، اسلام : جريدة المصريون - 2011/1/29 - مواقع التواصل الاجتماعي .. شرارة انطلاق الثورات العربية، 2016/11/15 الساعة الخامسة والنصف عصراً
<http://www.businessweek.com/articles-5-8-2016-2:00Pm>.
2. عادل، أمينة وهبة، خليفة: الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائيين والكتبة، دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع
[http://.eleagyp.com/downloads/2009/amina heba.doc.2013/1/](http://.eleagyp.com/downloads/2009/amina%20heba.doc.2013/1/)
3. موقع رويترز العربي 2011/3/17 - الأخبار زياد كبيرة في عدد مستخدمي الانترنت في مصر بعد ثورة يناير - 2016/11/15 الساعة الخامسة عصراً
<http://ara.reuters.com/article/internetNews/idARACAE72G1PN20110317>

4. مركز الأبحاث واشنطن، <http://arayalomostenir.com/pew>
5. كيري (2013)، وزير خارجية الولايات المتحدة الأمريكية، تاريخ الدخول - 2016/11/15م الساعة الرابعة والنصف عصراً .
- <http://www.alarabiya.net/ar/arabworld/egypt.html>
6. <http://ae.m.wikipedia.org/wiki/-24-April-2017> - 6:30 Am
7. [http://ar.m.wikipedia.org- 28-04-2017-6:00Am](http://ar.m.wikipedia.org-28-04-2017-6:00Am)
8. <http://kenanaonline.com/users/azhar-gaper/posts/713376>
9. [http://mawdoo3.com- 15-11-2016](http://mawdoo3.com-15-11-2016) 6:00Am
10. [http://www.almaaref.org/maarefdetails.php?subcatid=1800&id=13464
&cid=591&supcat=22&bb=0&number=26](http://www.almaaref.org/maarefdetails.php?subcatid=1800&id=13464&cid=591&supcat=22&bb=0&number=26)
11. mowdoo3.com ، Mon ، 6:30 Am

الملاحق

ملحق رقم (1)
الاستبيان

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات العليا

صحيفة استبانة

الأخ الطالب/ الأخت الطالبة

هذه الصحيفة موجهة للطلاب بالجامعات بهدف مسح بيانات لمعرفة الاتصال التفاعلي بالانترنت وتأثيره على طلاب الجامعات بالسودان وذلك في دراسة لنيل درجة الدكتوراة. كما أن هذه الاستبانة معدة للأغراض العلمية البحثية وإجابتك على هذه الأسئلة الواردة فيها دليل على مساهمتكم في رفع مستوى البحث العلمي، لذلك تأمل الباحثة التعاون في ملء البيانات بكل مصداقية ودقة.
ملحوظة:

❖ المعلومات الواردة في هذه الصحيفة تستخدم بكل سرية لأغراض الدراسة فقط ونرجو التكرم باختيار الإجابة التي ترونها مناسبة بوضع علامة (✓).

نشق في كريم استجاباتكم
مع جزيل الشكر والتقدير

الباحثة...

أولاً: البيانات الشخصية

1/ النوع:

أ: ذكر ب: أنثى

2/ العمر:

أ: 20-25 ب: 25-30 ج: 31 - 35 د: 35 فأكثر

3/ الحالة الاجتماعية:

أ: غير متزوج متزوج

4/ الجامعة:.....

5/ اللغات التي تتحدثها:

أ: عربي ب: انجليزي ج: فرنسي أخرى تذكر.....

ثانياً: البيانات الموضوعية:

1/ هل تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي:

أ: نعم ب: لا

2/ إذا كانت الإجابة بنعم كم ساعة خلال اليوم تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي؟

أ: ساعتان ب: 3 ساعات ج: 4 ساعات فأكثر

3/ أي الوسائط الإلكترونية التالية (شبكات التواصل الاجتماعي) تستخدم:

المواقع الاجتماعية	تستخدم تماماً	استخدم	استخدم إلى حد ما	لا استخدم
1. الفيس بوك				
2. الواتساب				
3. يوتيوب				
4. انستغرام				
5. تويتر				

4/ ما هي دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

العبرة	أوافق تماماً	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق
--------	--------------	-------	-----------------	----------

				1. التعبير عن رأيي ومشاركتي
				2. لا استطيع الاستغناء عنه
				3. لقضاء أوقات الفراغ
				4. التعرف وتكوين صداقات
				5. الفضول
				6. البطالة

المحور المعرفي:

5/ استخدامات المواقع الاجتماعية والتأثير المعرفي.

لا أوافق	أوافق إلى حد ما	أوافق	أوافق ماماً	العبارة
				1. في زيادة المعرفة
				2. في تبادل الخبرات والمهارات
				3. لتطوير قدراتي التقنية
				4. للقيام بواجباتي الوظيفية
				5. الاشتراك في مجموعات تعليمية
				6. لحضور بعض المحاضرات

المحور الثقافي:

6/ الاتصال باستخدام المواقع والتأثير الثقافي.

لا أوافق	أوافق إلى حد ما	أوافق	أوافق ماماً	العبارة
				1. للانفتاح الثقافي على الآخر
				2. للحوار مع مجتمعات أخرى
				3. لتحسين استخدام اللغات الأجنبية
				4. لتطوير مكونات هويتي الوطنية
				5. للانخراط في تيار العولمة
				6. للتعرف على شباب العالم

المحور الاجتماعي:

7/ استخدام المواقع والتأثير الاجتماعي.

العبارة	أوافق تماماً	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق
1. أفردت لي مساحة واسعة للتعرف على الجنس الآخر.				
2. العلاقات غير مقيدة مع الجنس الآخر				
3. ساهمت في عزلتي عن بيئتي الأسرية				
4. للهروب من مشكلاتي الشخصية والنفسية				
5. المشاركة الاجتماعية مع الأصدقاء والأقارب				

8 استخدام المواقع والتأثير على السلوكي.

العبارة	أوافق تماماً	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق
1. أثر على سلوكي وجرأتي في المبادرة				
2. تأثر مظاهر الحياة الاجتماعية نتيجة للاندماج مع ثقافات وسلوكيات وعادات الدول				
3. أحب صفحات المشاهير ومتابعة أخبارهم ومحاكاتهم				
4. لتقليد نماذج مما أعجبت بهم				
5. تعلم لهجات أخرى				
6. لترقية السلوك الحضاري				

المحور الديني:

9/ المواقع الاجتماعية والتأثير العقائدي.

العبرة	أوافق تماماً	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق
1. ساهمت المواقع في زيادة الوعي الديني				
2. ساهمت في إيجاد أنواع جديدة من التواصل الفكري والديني والمذهبي				
3. تساهم في انشغالي عن أداء العبادات كالصلاة في ميقاتها				
4. ساهمت المواقع في زيادة التطرف الديني فهي وسيط لمخاطبة الشباب وإقناعهم بالأفكار المتشددة				
5. ساهمت المواقع في تقديم كثير من الشخصيات (النماذج الدعوية) التي يحتذى بها				
6. ساهم التواصل مع المواقع الدينية في زيادة حصيلة معرفتي الدينية وتوازن الشخصية وتصحيح مسار توجيهي				

المحور السياسي:

10/ استخدام المواقع ودورها في التأثير السياسي.

العبرة	أوافق تماماً	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق
1. أسهمت المواقع في زيادة الوعي السياسي ديّ لفهم سياسات الدول الأخرى				
2. أشارك بآرائي السياسية حول القضايا التي تُثار من خلال نقاشات المجموعات				
3. تعرفت من خلال المواقع على كثير من الأنظمة السياسية				
4. أصبحت المواقع بديلاً لمنابر سياسية في الجامعات				
5. للانخراط في الأحزاب السياسية				
6. محاضرة حزب معين				

11/ موقع الفيس بوك (ما تأثير موقع الفيس بوك على طلاب الجامعات) .

العبارة	أوافق ماماً	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق
1. الموقع ساعد في تواصل مع أساتذة أكفاء من الجامعات المختلفة				
2. الموقع ربطني مع زملائي في الجامعة والجامعات الأخرى				
3. لموقع يتيح قدراً مميزاً من التفاعلية والمشاركة مع الآخر				
4. إنشاء صداقات جديدة				
5. المدونات والفيديو				

12/ موقع الواتساب (ما هو تأثير موقع الواتساب على طلاب الجامعات)؟

العبارة	أوافق ماماً	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق
1. يقلل من الاكتئاب والاضطرابات النفسية				
2. يتيح إبراز المواهب المجهولة عبر الصورة والصوت والفيديو				
3. التسلية والترفيه				
4. اكتساب مهارة الحوار				
5. النقد بموضوعية				

13/ إلى أي مدى يمكن أن تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير سلوكيات الطلاب؟

.....

14/ ما هي توصيتك للطلاب في استخدام برامج التواصل الاجتماعي إيجابياً؟

.....

15/ ما مقترحاتكم للارتقاء بمستوى التفاعل بين طلاب الجامعات في برامج التواصل الاجتماعي؟

.....

ملحق رقم (2)
خطاب المحكمين

السيد/_____ المحترم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

الموضوع: تحكيم استمارة بحث

بالإشارة إلى الموضوع أعلاه بين أيديكم استمارة بحث لنيل درجة الدكتوراة وتأمل الباحثة في تعديل أو إضافة أو حذف ما ترونه مناسباً من بنود الاستمارة ليلاءم موضوع الدراسة.

وجزاكم الله خيراً

ملحق رقم (3)

أسماء المحكمين

الاسم	الجامعة
أ.د مختار عثمان الصديق	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
أ.د. عبدالدائم عمر الحسن	جامعة أم درمان الإسلامية
أ.د. حسن محمد زين	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
د. أسامة أحمد حسن	جامعة القرآن الكريم
د. نهى حسب الرسول	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

ملحق رقم (4)

نبذة تعريفية عن طلاب جامعات السودان

المجموع	المرشحون حسب نوع الجنس		الأعوام
6080	2298 %37.85	3782 %62.2	م1990/89
13370	5201 %38.9	8169 %61.1	م1991/90
21474	9105 %42.4	12369 %57.6	م1992/91
21474	11075 %42.9	14740 %57.1	م1993/92
26521	11749 %44.3	14772 %55.7	م1994/93
25534	11337 %44.4	14197 %55.6	م1995/94
26939	12446 %46.2	142931 %53.8	م1996/95
40030	19254 %48.1	20776 %51.9	م1997/96
37163	179887 %48.4	19178 %51.6	م1998/97
40054	24833	15721 %38	م1999/98
40410	24610 %60.9	15800 %39.1	م2000/99
55991	29227 %52.2	26764 %47.8	م2001/2000
107344	54423 %50.7	52921 %49.3	م2002/2001
111677	56843 %50.9	54834 %49.1	م2003/2002

10970	57474 %52.6	51794 %47.4	2004/2003م
124754	75864 %53.1	68890 %46.9	2005/2004م
المجموع	المرشحون حسب نوع الجنس		الأعوام
134285	99474 %51.2	94811 %48.8	2006/2005م
166089	84871 %51.1	81218 %48.9	2007/2006م
175684	95923 %54.6	79760 %54.4	2008/2007م
159687	76808 %48.1	82879 %51.9	2009/2008م
167567	79469 %47.4	88098 %52.6	2010/2009م
193915	93688 %48.3	00227 %51.7	2011/2010م
187112	89439 %47.8	97673 %52.2	2012/2011م
194097	94525 %48.7	099572 %51.3	2013/2012م
215793	102070 %48.3	113723 %52.7	2014/2013م
234049	108833 %46.5	125216 %53.5	2015/2014م
230580	111140 %48.2	119440 %51.8	2016/2015م
234599	115195 %49.1	119404 %50.9	2017/2016م

المصدر: (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، الإدارة العامة للقبول وتقييم وتوثيق الشهادات، 2016م)

الطلاب المقيدون بالجامعات الحكومية والأهلية 2014-2015م

الجامعة	طلاب البكالوريوس		طلاب الدبلوم		مجموع	
	ذكور	إناث	المجموع	ذكور	إناث	المجموع كلي
الخرطوم	8535	14284	22819	271	267	538
أمدردمان الإسلامية	26043	29629	55672	3522	4256	7778
السودان للتكنولوجيا	13573	13144	26717	17140	8966	26106
الجزيرة	5928	13231	19159	836	2218	3054
بحري	7695	5621	13316	1654	977	2631
النيلين	25417	22871	48288	4217	3557	7774
القرآن الكريم والعلوم الإسلامية	8692	11870	20562	31	0	31
القرآن الكريم وتأسيس العلوم	3433	6877	10310	8	45	53
الزعيم الأزهرى	3956	6381	10337	524	418	942
وادي النيل	5145	6875	12020	2012	1819	3831
شندي	2613	5228	7841	84	169	253
دنقلا	3456	3557	7013	424	572	996
جامعة البحر الأحمر	3811	4363	8174	1762	2147	3909
كسلا	3288	-2573	715	951	319-	632
القضارف	2625	4711	7336	185	245	430
سنار	4493	5365	9858	872	635	1507
الإمام المهدي	3741	2965	6706	173	247	420
بخت الرضا	2811	4462	7273	524	644	1168
النيل الأزرق	2204	1850	4054	456	577	1033
كردفان	6583	9272	15855	1572	514	2086

6321	204	152	52	6117	3083	3034	غرب كردفان
4133	277	157	120	3856	1401	2455	السلام
13266	3409	2614	795	9857	5771	4086	الفاشر
14898	164	80	84	14734	7367	7367	الدنج
10625	1540	987	553	9085	4445	4640	نيالا
6569	416	219	197	6153	3140	3013	زالنجي
3769	332	218	114	3437	2124	1313	البطانة
6347	1546	0	1546	4801	1148	3653	كرري
21671	1	0	1	21670	11441	10229	السودان المفتوحة
11226	2157	1242	915	9069	3971	5098	أفريقيا العالمية
18399	3080	1655	1425	15319	8740	6579	الرباط الوطني
5100	0	0		5100	5100		الأحفاد
11941	2818	785	2033	9123	3064	6059	أمدرمان الأهلية
10475	865	258	607	9610	3935	5675	العلوم والتقانة
5842	0	0	0	5842	2739	3103	السودان العالمية
2911	150	125	25	2761	1796	965	العلوم الطبية والتكنولوجيا
2193	219	64	155	1974	496	1478	المستقبل
1531	0	0	0	1531	0	1531	المغتربين
1659	826	383	443	833	273	560	عبدالله البديري
3088	790	274	516	2298	904	1394	ودمدني الأهلية
1684	21	17	4	1663	1114	549	الوطنية
3446	820	177	643	2626	545	2081	المشرق
2010	99	54	45	1911	1114	797	الرازي
27	0	0	0	27	5	22	العربية
556230	84906	37415	47491	463422	243699	219723	المجموع

أسماء الجامعات الأهلية

الكلية	الرقم
جامعة قاردن سيتي	1
جامعة بن سينا	2
جامعة الأحفاد	3
جامعة الرازي	4
جامعة العلوم الطبية والتكنولوجيا	5
جامعة أمدرمان الأهلية	6
الجامعة العربية المفتوحة	7
جامعة العلوم والتقانة	8
جامعة المستقبل	9
جامعة المغتربين	10
جامعة الرباط	11
جامعة ودمدني الأهلية	12
جامعة كرري	13
جامعة أفريقيا العالمية	14
جامعة المشرق	15
الجامعة الوطنية	16
جامعة السودان العالمية	17