



جامعة العربي التبسي - تبسة



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

LARBI TEBESSI -TEBESSAUNIVERSITY

جامعة العربي التبسي - تبسة

UNIVERSITE LARBI TEBESSI -TEBESSA-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

الميدان: علوم إنسانية و اجتماعية

الشعبة: علوم الإعلام و الإتصال

التخصص: اتصال في التنظيمات

الانتماء و الولاء لدى الطالب الجامعي من خلال

مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك أنموذجا"

دراسة ميدانية على عينة طلبة قسم الاعلام و الاتصال

"جامعة تبسة"

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر " ل.م.د"

دفعه: 2020

إشراف الأستاذ:

د/حمدي زيدان

إعداد الطالبين:

أيوب زارعي

سليم خلفون

جامعة العربي التبسي - تبسة

Université Larbi Tebessi - Tebessa

لجنة المناقشة:

الصفة	الرتبة العلمية	الاسم واللقب
رئيسا	أستاذ محاضر ب-	د/ بوزيان عبد الغني
مشرفا ومقررا	أستاذ مساعد أ-	أ/ حمدي زيدان
عضوا ممتحنا	أستاذ محاضر ب-	د/ براي محمد

السنة الجامعية: 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان :

ليس في الحياة ما هو أجمل من لحظة قطف الثمار، وإنما إذا نجني اليوم
ثمار بحثنا. نتوجه بالحمد إلى من له الحمد في الأولى والآخرة إلى الله عزو
جلّ القائل: "لئن شكرتم لأزيدنكم" /إبراهيم / 07

ونحنى بكل احترام وتقدير لأستاذي المشرف "حمدي زيدان" الذي كان لنا
نبراسا وهّاجا أضاء و أوضح مسلكنا ، وقادنا إلى بر الأمان وأرسى أقدامنا
على طريق النجاح والفلاح، نشكره على ما قدمه لنا من نصائح وتوجيهات
قيّمة، أثمرت عملنا بفضل الله سبحانه وتعالى ثم بفضلله، متمنيّة له دوام
العطاء والرقى في مجاله المهني و البحثي.

كما لا يفوتني أن أشكر كل أساتذتي الأفاضل و كل من ساعدني من قريب
أو بعيد لهم كامل الشكر والامتنان

إهداء

الى اللذان ملكا عرش كياني ومهما ربي أوصاني..... الى الذي لم يبخل
علي بالنصائح القيمة، الذي كل قطرة من عرقه نزلت من أجل راحتنا
وهنائنا، الذي مهما قلت لن أوفي حقه وأعطيه ولو القليل من الذي فعله
والدي الكريم أشكرك جزيل الشكر على كل الحب والحنان الذي
قدمته لنا أشكر الله الذي رزقني بوالد هو أغلى ما من الله عليّ في هذه
الدنيا أطال الله لنا في عمرك وجعلك سراجا منيرا في حياتنا.
لا أنسى فضل الغالية على قلبي التي جعلتني مرة أقول أنني أملك أمّا رائعة
مثلها كل نبض في قلبي يدق باسمك فأنت الأمل والنور لعيني ***والدتي
الكريمة*** كل الشكر والتقدير وأجمل الكلمات لك أمي على ما فعلته لنا
ساندتنا وكنت الصديقة في أصعب الأوقات منحتنا كل شيء أدامك الله لنا
شمعة مضيئة وأطال في عمرك وعافاك لنا.
إلى "إخوتي"؛ من كان لهم بالغ الأثر في كثير من العقبات والصعاب؛ الذين لم
يتوانوا في مد يد العون لي يوما.
إلى القلب الطاهر الرقيق ، و النفس البريئة "أختي"
إلى رياحين حياتي أبناء أخي و أبناء أختي
أهدي لكم بحثي هذا.....



فهرس المحتويات



خطة الدراسة

المقدمة العامة

الفصل الأول: الاطار المنهجي للدراسة

اشكالية الدراسة

أسباب اختيار الموضوع وأهميته

أهداف الدراسة

الدراسات السابقة

ضبط المفاهيم

الاجراءات المنهجية للدراسة

صعوبات الدراسة

الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة

تمهيد:

أولا : مواقع الاتصال الاجتماعي

1/نشأة مواقع الاتصال الاجتماعي

2/خصائص مواقع الاتصال الاجتماعي

3/أنواع مواقع الاتصال الاجتماعي

4/أشهر مواقع الاتصال الاجتماعي

ثانيا : موقع الفيس بوك

1/نشأة موقع الفيس بوك

2/احصائيات موقع في الجزائر و الوطن العربي الفيس بوك

3/تطبيقات الفيس بوك

4/آثار موقع الفيس بوك على العلاقات الاجتماعية

ثالثا: الانتماء

1/أهمية الانتماء

2/العوامل المؤثرة على انتماءات الفرد

3/أنواع الانتماء

4/أبعاد الانتماء

5/متغيرات الانتماء

6/نظريات الانتماء

رابعا : الولاء

1/خصائص الولاء

2/أهمية الولاء

3/أنواع الولاء

4/العوامل المساعدة على تكوين الولاء

العلاقة بين الطالب الجامعي و (الانتماء ، الولاء) من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

البيانات الأولية


النتائج الجزئية

النتائج العامة


الخاتمة

قائمة المصادر و المراجع

الملاحق



مقدمة عامة



يشهد العالم المعاصر مجموعة من التغييرات المتسارعة في كافة المجالات الاتصالية و تقنيات المعلومات ، ما جعل العالم قرية كونية تنتقل فيها المعلومات إلى جميع أنحاء الكرة الأرضية ، ولا شك أن هذه التغييرات لها تأثيرها المباشر في مختلف مجالات الحياة الثقافية ، الاقتصادية والفكرية والاجتماعية على الأفراد المؤسسات المكونة للمجتمعات

والجزائر كأحد مجتمعات العالم المعاصر لم تكن بعيدة عن هذه الثورة فهي تشهد منذ عدة عقود إقبالا كبيرا، في كافة المجالات في مجال التحول إلى مجتمع تقني يقوم على الاستفادة من المزايا التي تقدمها تقنية الحديثة بشكل عام في جميع الميادين كما اثر هذا التطور بشكل كبير على كافة أنماط الاتصال الإنساني، حيث فتح مجالا واسعا لتجسد مفهوم القرية الكونية الذي أشار إليه مارشال ماركوس ما يتيح لها مواكبة عصر المعلومات الذي فرض على الجميع حتى لا تجد نفسها في عزلة عن بقية دول العالم . البشرية لجمع وانتاج وبث ويشير مفهوم تكنولوجيا الاتصال إلى التجهيزات والوسائل التي اكتشفتها ونقل واستقبال وعرض المعلومات و الاتصالات بين المجتمعات و الأفراد، حيث أصبحت لها ارتباط بكافة المجالات الأنشطة الإنسانية فأصبحت جزءا مهما في الحياة اليومية للأشخاص . وتعتبر الانترنت من بين أكثر مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي نجحت إلى حد كبير في فتح فرص جديدة أمام الأفراد للتفاعل ونقل أفكارهم والمعلومات، من خلال بناء علاقات اجتماعية افتراضية تنتهي عند حدود الشاشة .

حيث نجد أن مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية ، ورغم أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد لكن استخدامها امتد ليشمل النشاط السياسي و الاقتصادي والديني والاجتماعي والصحي...الخ وذلك من خلال المعلومات الخاصة بالأحداث المختلفة في جميع المجالات

و الفيسبوك من بين أهم الشبكات الخاصة بالتواصل الاجتماعي وأكثرها شهرة، يتيح لنا مجموعة لا متناهية الخدمات بشك مجاني ، كما أنه يعمل على نشر الوعي والثقافة والمعرفة من خلال ربط وفك وجمع

وعزل الفرد مع الافراد المستخدمين له فنجد من يستخدمه لمشاركة تفاصيل حياته اليومية أو صور وفيديوهات مع الاصدقاء وتجد البعض الاخر يستخدمها لنشر الافكار والآراء والدعوات مع الاخرين ونجد من يستخدمها كأداة تسويقيه فعاله لترويج السلع والخدمات .و وسع أفق العلاقات الاجتماعية لتصبح ذات طابع على المستوى الجامعة او المدينة او المستوى الوطني بل تعدت ذلك لتكون عالميه الطابع ، ففي الوقت الذي تتدنى فيه مستوى العلاقات الاجتماعية الحقيقية تتزايد العلاقات الاجتماعية الشبكية .

ولقد جاءت دراستنا هذه لمحاولة التعرف على مظاهر الانتماء و الولاء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي.

ولهذا اعتمدت في خطة الدراسة على ثلاث فصول تمثل الفصل الأول في إشكالية الدراسة ومنهجيتها تطرقنا فيه إلى إشكالية الدراسة من أسباب اختيار الموضوع وأهميته مروراً بأهداف الدراسة وصولاً إلى الدراسات السابقة وختمنها بضبط المفاهيم. ثم الإجراءات المنهجية للدراسة من مجالات الدراسة المنهج المتبع وأيضا العينة المستخدمة و أدوات الدراسة.

أما الفصل الثاني مواقع التواصل الاجتماعي من نشأتها، أنواعها ،خصائصها وأشهر مواقع الاتصال الاجتماعي ،أما ثانيا موقع الفيس بوك نشأته و احصائيات موقع في الجزائر و الوطن العربي و أهم تطبيقاته ، آثاره الموقع على العلاقات الاجتماعية .ثالثا الانتماء ،أهمية العوامل المؤثرة على انتماءات الفرد أنواع ،أبعاد متغيرات نظريات و رابعا الولاء خصائص أهمية أنواع و أهم العوامل المساعدة على تكوينه، بالإضافة العلاقة بين الطالب الجامعي و (الانتماء ، الولاء) من خلال مواقع التواصل الاجتماعي و الفصل الثالث الإطار التطبيقي للدراسة من عرض النتائج والبيانات وتحليل الاستمارة وأيضا النتائج الجزئية والعامة للدراسة.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

- 1- الإشكالية
- 2- أسباب إختيار الموضوع و أهميتها
- 3- أهداف الدراسة
- 4- صعوبات الدراسة
- 6- الدراسات السابقة
- 7- الاجراءات المنهجية للدراسة
- 8- تحديد المفاهيم

أولا الإشكالية:

احتلت تكنولوجيا الاتصال الحديثة مكانة محورية في حياة البشرية في القرن الحالي ، أتاحت فرصا و امكانيات جديدة في مجال التواصل، فتعددت أشكاله ووسائله و تأثيراته من خلال التطورات الحديثة، و الذي أحدث نقلة نوعية و ثورة حقيقية في علم الاتصال حيث انتشرت شبكة الانترنت في كافة أنحاء المعمورة ، و أصبحت أهم وسائله حيث ربطت أجزاء العالم المختلفة، بفضائها الواسع و مهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب و التعارف و تبادل الآراء و الأفكار و الرغبات.

و من بين هاته الوسائل الحديثة نجد مواقع التواصل الاجتماعي التي أضحت أحدث ما أنتجته الانسانية و الأكثر استخداما نظرا لما يعرضه من خدمات و طبيعة التواصل الاجتماعي الذي يتيح ، فقد بدأت مواقع التواصل الاجتماعي مشوارها في الفضاء المفتوح كوسائل فعالة في مجال الاتصال و التواصل بين المنظمات و الأفراد بالاضافة إلى سرعة نقلها للمعلومات و تشعب الوسائط النصية الفائقة، و النقل التجميعي و غيرها...، و الاستخدام المستمر لشبكات التواصل الاجتماعي وُلد انتماءا الكترونيا الذي بدوره خلق ولاء دائما لدى الأفراد و المنظمات على اختلاف فئاتهم و اتجاهاتهم .

و المجتمع الجزائري على وجه الخصوص واجه نقلة نوعية في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بين مختلف اوساطه و مؤسساته ، و من بين هاته المؤسسات نجد المؤسسة الجامعية التي تعتبر من أهم المؤسسات الفاعلة في المجتمع الجزائري ، و بما أنّ الطالب الجامعي أكثر عرضة و استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي كونها تساعده في رفع مستواه الثقافي و تشكيل المعارف ، بالاضافة الى تكوين العلاقات و ابداء الآراء بسهولة حول القضايا العامة و المجتمعية حيث تعمل على ربطه افتراضيا مع عالم شبكات التواصل الاجتماعي الذي نظرا لعادات استخداماته المتواصلة شكّل انتماءا فكريا و سياسيا لدى الطلبة الجامعيين من خلال الاشتراك في الصفحات و المجموعات الالكترونية كذلك التابعة للجامعات

بحيث كان الولاء الواسع لهاته الصفحات نتاج ذلك بين اوساط الطلبة ، و التي باتت من أولويات حياتهم الافتراضية بشكل عام و حياتهم الجامعية على وجه الخصوص.

انطلاقا مما سبق لا يمكن تحقيق الهدف من الدراسة إلا من خلال الاجابة عن التساؤل الرئيسي الآتي:

*كيف تساهم صفحة كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية في تعزيز الولاء و الانتماء لدى الطالب الجامعي ؟

وللإمام بجميع النواحي التي تتضمنها هذه الإشكالية نطرح التساؤلات الفرعية:

1-كيف تشكل صفحة كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية الانتماء و الولاء لدى الطالب الجامعي؟

2-كيف يعمل القائمون على صفحة كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية بنشر الانتماء و الولاء لدى الطالب الجامعي؟

3-من خلال ماذا يمكن لصفحة كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية تفعيل الانتماء و الولاء لدى الطالب الجامعي؟

ثانيا :أسباب اختيار الموضوع:

إن الباحث في اختياره لموضوع بحثه تحكمه العديد من الأسباب الذاتية والموضوعية، ومن جملة الأسباب التي دفعتنا لدراسة هذا الموضوع ما يلي

1-الأسباب الشخصية: تتدرج تحت النقاط التالية:

*مبولات ذاتية بدراسة الوسائط الجديدة ومدى تأثيرها على الطالب الجامعي.

*تخصصنا في مجال الإعلام والمجتمع والذي يفرض دخول عالم التكنولوجيا ومعرفة استخداماته وتطبيقاته.

*الاهتمام الشخصي كوننا اطلبة جامعيين بكل ما يتعلق بالبحوث الخاصة بهذا النوع ومدى احتكاكها بالإنترنت.

2-الأسباب الموضوعية وتتدرج تحت النقاط التالية:

*أهمية موضوع المتعلقة بالإعلام الجديد و ما أفرزه من تطبيقات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي كونه مستحدث و غامض لقلّة الأبحاث والدراسات.

*محاولة تدعيم رصد البحث في دراسات تطبيقات الإعلام لجديد في الجزائر خاصة شبكات التواصل الاجتماعي.

*انتشار واستخدام تطبيقات الإعلام الجديد مما يستدعي البحث فيها.

*محاولة معرفة كيفية تشكيل الانتماء و الولاء لدى الطالب الجامعي من خلال كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية.

ثالثا : أهداف الدراسة:

كل دراسة علمية مهما اختلفت مجالاتها وتعددت أسبابها تقوم وتتأسس على أهداف معينة تسعى إلى تحقيقها وهذه الدراسة تهدف إلى:

*تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على ظاهرتي الانتماء و الولاء لدى الطالب الجامعي .

*إبراز دور صفحة كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية في تشكيل الولاء و الانتماء لدى الطلبة الجامعيين.

*التعود على القيام ببحوث و مواضيع ميدانية و محاولة التحكم في العوامل و الاجراءات المختلفة في مجال الاعلام و الاتصال.

*محاولة اثناء ميدان الاعلام و الاتصال بالمزيد من البحوث نظرا لطبيعة الموضوع و حدائته.

رابعا: صعوبات الدراسة :

-قلة المصادر العلمية، وفي حال توافرها يجهل غالبا آلية الوصول إليها خاصة الرقمية منها

-صعوبة التمييز بين ما هو مرتبط بشكل مباشر بقضية البحث وغيره من المواد العلمية التي ليس لها

الصلة بها، فليس الهدف من البحث هو الشمول العبثي الذي لا طائل منه، بل التركيز على تناول مشكلة

البحث بشكل محدد ودقيق.

خامسا : أهمية الدراسة

تكمن أهمية الموضوع في معرفة الدور الذي تلعبه صفحة كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية ، على حياة الطالب الجامعي و الحياة الجامعية التي أصبحت أسلوب حياة شكلت انتماء عميقا لدى الطلبة الجامعيين خاصة ،لتخلص إلى خلق ولاء لا محدود لديهم ، أيضا محاولة فهم و رصد السيطرة المباشرة و الغير مباشرة لمواقع التواصل الاجتماعي على عقول الطلبة و استحوادها على معظم أوقاتهم و هو ما دفعنا لدراسة هذا الموضوع كما تضاف هذه الدراسة إلى مكتبة الجامعة دراسة ميدانية متخصصة في مجال الإعلام لتناولها بعدا هاما من أبعاده .

سادسا :الدراسات السابقة والمشابهة:

الدراسات السابقة في مجال البحث العلمي هي المجال الواسع الذي يمكننا من فهم الموضوع والاستفادة مما توصل إليه الباحثون من قبل ويكون الاقتراب من الدراسات السابقة أو كما يسميها البعض الأدبيات السابقة إما نظريا أو منهجيا أو الاتنين معا ويشترط في هذه الدراسات التي يتناولها الباحث أن تكون ذات علاقة مباشرة بموضوع الدراسات فيؤكد الباحث أو يضيف أو يلغي ما توصل إليه الباحثون الذين استعان ببحوثهم، ودراسة الصفحات النسائية من خلال شبكات التواصل الاجتماعية اقتصرت على دراسة واحدة وهذا لعدم توفر الدراسات في هذا المضمار، تمثلت الآتي:

الإضافة إلى انه تسنى للباحثة الوقوف على بعض الدراسات المشابهة للموضوع والتي انحصرت في الآتي:
الدراسة الأولى: مضامين صفحات الجامعات على الفايسبوك، دراسة تحليلية للصفحة الرسمية التواصلية

لجامعة محمد خيضر بسكرة

أ/ إشكالية الدراسة:

تبحث هذه الدراسة في مضامين صفحات الجامعات وفكرة استغلال المؤسسات التعليمية الأكاديمية ومن بينها جامعة محمد خيضر بسكرة للتطورات التكنولوجية والإعلام الجديد من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مختلف نشاطاتها والتي سهلت وسرعت في طريقة الاستعمال باعتبارها قناة جذابة لعرض مختلف نشاطاتها وأخبارها التي تخص جمهورها ومؤسساتها.

وتعتبر جامعة بسكرة كمؤسسة تعليمية أكاديمية لها موقعها الرسمي على صفحة الفايسبوك تنتشر فيه جميع أخبارها وهو الجانب الذي لفت انتباه الباحث في الدراسة من خلال تحليل جميع المنشورات التي تنتشرها الصفحة.

ب/ تساؤلات الدراسة:

- ما هي أنواع المواضيع التي تم نشرها في صفحة التواصل الاجتماعي لجامعة محمد خيضر بسكرة؟
 - ما هي أساليب النشر في الصفحة الرسمية التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة؟
 - ما هي درجة تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحة الرسمية التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة؟
- ج/ فرضيات الدراسة:

انطلقت الدراسة من فرضية مفادها أنواع المواضيع التي تنتشرها الصفحة الرسمية التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة منشورات خاصة بالتسجيلات الجامعية وهي فرضية نفتها نتائج الدراسة.

د/ منهج الدراسة:

ونظرا لطبيعة الموضوع فقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي حيث عمل على وصف وتحليل مضامين الصفحة الرسمية التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة.

هـ/ مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع البحث المرتبط بهذا الموضوع من 74 منشور تم إحصاءها على أساس أن الحدود الزمنية للدراسة تمتد من 01 جانفي 2014 إلى غاية 31 ديسمبر 2014، حيث لم يتم استثناء أي منشور قام بنشره

مسئولو صفحة التواصل الاجتماعي الخاصة بالجامعة خلال هذه المدة، أي أن مجتمع البحث يتمثل في جميع المنشورات التي تم نشرها خلال سنة 2014.

و/ عينة الدراسة:

بما أن العينة هي عدد محدود من مفردات مجتمع البحث وعليه فإن مجتمع البحث هو محدود المفردات لدى استخدامنا المسح لشامل لمجتمع البحث وتتمثل جميع منشورات الصفحة الرسمية التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة على موقع في الفايبيوك خلال سنة كاملة من 01جانفي إلى 31ديسمبر 2014.

ر/ أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة كوسيلة للبحث على أداة المقابلة وأداة تحليل المضمون لمعرفة ما هي المضامين التي تنشرها الصفحة التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة على موقع في الفايبيوك من ناحية الشكل والمضمون.

ز/ نتائج الدراسة: تتلخص أهم النتائج الدراسة فيما يلي:

- تعددت لغات النشر في مضامين الصفحة الرسمية التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة كل حسب طبيعة الموضوع والهدف المنشود. إلا أن جل مضامينها نشرت باللغة العربية.
- اختلفت أساليب النشر في الصفحة التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة من حيث الوسائط المتعددة، لكن اعتمدت بشكل كبير على الوسيط الصورة في عرض مضامينها.
- تتيح الصفحة التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة لمستخدميها أو معجبيها خاصة توفير روابط للاطلاع وتحميلها، مما يساهم في تقديم المعلومة بأيسر الطرق.
- مضامين منشورات الصفحة التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة لا تتعلق بأخبار التسجيلات الجامعية فقط، بل بمواضيع مثل: مواضيع خاصة بالنشاطات الجامعية لان الصفحة والمشرفين عليها يستغلونها في نشر منشورات كل ما يتعلق بالجامعة

اهتمت الدراسات السابقة والمشابهة في تحديد ملامح مشكلة الدراسة وفي كيفية اختيار عينة الدراسة الميدانية، واختيار عينة الدراسة التحليلية وتحديد مجموعة من الفئات التي تخدم الموضوع، كما ساهمت هذه الدراسات في صياغة تساؤلات الدراسة بشكل علمي يحقق أهداف الدراسة، وكذلك في تحديد المنهج والأدوات والأساليب المناسبة، والاهتداء للمراجع البحثية الممكنة والقيام بعملية حصر وجرد لها، إضافة إلى المساعدة في العديد من المعلومة العلمية أضيفت إلى الفصول النظرية، كما ساهمت هذه الدراسات في التعرف على كيفية ضبط النتائج وتحقيق أهداف الدراسة.

2- الدراسة الثانية:

دراسة مريم نريمان نورمان : استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة.

الإشكالية: ما اثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات العامة؟

التساؤلات الجزئية:

- ما هي عادات وأنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" لدى الجزائريين؟
- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع "الفيس بوك"؟
- كيف يؤثر استخدام "الفيس بوك" على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

أهداف الدراسة:

- معرفة الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال في حياة الأشخاص.
- التعرف على أهم الخدمات التي توفرها مواقع الشبكات الاجتماعية.
- معرفة مدى تأثير العلاقات الاجتماعية بسبب استخدام الشبكات الاجتماعية الافتراضية.
- التعرف على الأسباب التي ساعدت في انتشار العلاقات الافتراضية على حساب نظيرها الواقعية.

المنهج المتبع: المسح الوصفي.

أدوات جمع البيانات: الملاحظة والاستبيان ، أسلوب التحليل الكمي ، التكرار والنسب المئوية، مقياس الدلالة الإحصائية ،مقياس شدة الاتجاه، أسلوب التحليل الكيفي. مجتمع وعينة الدراسة: العينة القصدية أو العمدية، واختيرت عينة من 280 فرد.

نتائج الدراسة:

- لقد لوحظ من خلال نتائج تحليل البيانات ن استخدام موقع "الفايس بوك" يختلف من مستخدم إلى آخر تبعاً لمتغيري الجنس و السن .

أفراد العينة بين 26 و36 سنة أكثر إدماناً على موقع التشبيك الاجتماعي "فايسبوك" نظراً لجلوس أغلبيتهم أكثر من ثلاث ساعات مع الموقع ببقية الفئات العمرية.

- أفراد العينة الأكبر سناً (أكثر من 37 سنة) يتعاملون لموقع "فايسبوك" من حيث اختيار الأصدقاء، حيث نلاحظ يختارون أصدقاءهم بعشوائية وإنما يقومون بانتقائهم لهدف الاستفادة والإفادة .

- الدافع الأول وراء استخدام أفراد العينة "فايس بوك" كان التواصل مع الأهل و الأصدقاء و التثقيف وكذا الحصول على معلومات جديدة.

- تبين أن استخدام أفراد العينة لموقع "فايسبوك" قلل من تواصلهم وجها لوجه مع أصدقائهم وأسرههم وكذا قلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم الأمر الذي أدى إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل مع الجماعات الاجتماعية الحقيقية.

سادساً: تحديد المفاهيم :

1-الانتماء : لغة: انتمى ، ينتمي ، إنتماء إليه أو إلى الشيء : انتسب الشعور للفرد بأنه جزء من مجموعة أشمل (أسرة ، حزب ، أمة)¹

¹ المعجم العربي المسير، دار الكتاب المصري، القاهرة ، 1999، ص 113.

ب- اصطلاحاً: هو حاجة من حاجات الانسانية الضرورية التي يشعر النفس بالراحة و الطمأنينة¹.

ج- اجرائياً : و هو انتساب الطالب الجامعي إلى مجموعة معينة أو منظمات و الشعور بعضويته إلى هذه الجماعة و وجود علاقة بينه و بين هذا الوسط.

2- الولاء: عرّفه مدحت أبو محمد أبو النصر: على أنه " الشعور بالانتماء اتجاه شيء يعتبره هاماً في حياته و شعوره بالمسؤولية تجاهه²

التعريف الاجرائي:

هو قوة ارتباط الطالب الجامعي و انتماءه لمجموعة ما مما يدفعه الى الاندماج في العمل و تبني قيم المنظمة أو المجموعة.

3- الطالب الجامعي:

عرّفه عبد الله محمد عبد الرحمان بأنه " الطلاب هم مدخلات و مخرجات العملية التعليمية الجامعية³.

4-مواقع التواصل الاجتماعي:

عرّفها لاستال على انها قنوات توصلية تخلق بنية اجتماعية افتراضية مفتوحة متفاعلة قادرة على الابتكار دون المساس بشكل هذه البنية مع صعوبة تحديد الهدف من هذه الخلايا الاجتماعية المبتكرة من خلال التطور التقني و المعلوماتي⁴.

-اجرائياً: مجموعة مواقع متاحة على شبكة الانترنت تتيح التواصل بين الافراد في بيئة افتراضية.

ثامنا : الاجراءات المنهجية للدراسة:

مجتمع البحث وعينة الدراسة:

¹ نبيل يعقوب ، سمارة حمنو ، قيم الانتماء و الولاء المتضمنة في مناهج التربية الوطنية للمرحلة الاساسية ، فلسطين ، 2009 ، ص 18

² مدحت أبو النصر : تنمية المهارات بناء و تدعم الولاء المؤسسي لدى العاملين داخل المنظمة ، دار ايتوك للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2005 ، ص 38.

³ عبد الله محمد عبد الرحمان ، سوسيولوجيا التعليم الجامعي، دراسة في علم الاجتماع التربوي ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة، ص 28

⁴ - الله محمد عبد الرحمان ، سوسيولوجيا التعليم الجامعي، دراسة في علم الاجتماع التربوي ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة، ص 28

مجالات الدراسة:

تقوم الدراسة الميدانية على تحليل واقع الميدان الذي يجري فيه البحث و بما أن أي دراسة ميدانية تتطلب تحديد مجالاتها المختلفة، من مجال مكاني و زمني و بشري فهي في دراستنا كآلاتي:

1-1 المجال المكاني: و الذي نعني به النطاق الجغرافي لإجراء الجانب التطبيقي لهذه الدراسة و اقتصرت هذه الدراسة على كلية العلوم الانسانية بجامعة تبسة نظرا للقرب الجغرافي و كذا معرفتنا بالمكان و من ثمة سهولة الوصول الى المبحوثين (طلبة سنة الثانية ماستر لجميع التخصصات تاريخ، اعلام واتصال و مكنتات) و بالتالي سهولة توزيع الاستمارات كذلك توافر المبحوثين على شروط الدراسة خاصة.

1-2 المجال الزمني: انقسمت هذه الأخيرة الى جانبين:

- الجانب نظري: استمر البحث فيه طوال الفترة الممتدة من جانفي الى نهاية ماي 2020

- الجانب ميداني: شرع فيه ابتداء من ماي مارس الى غاية 17 جوان 2020.

1-3 المجال البشري:

أ- مجتمع البحث: يُعرف مجتمع البحث على أنه: مجموعة عناصر، له خاصية أو عدة خصائص مشتركة، تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجري عنها البحث أو التقصي¹ و مجتمع دراستنا كبير يقدر بـ 1121 يقدر طالب.

ب - عينة الدراسة :

تعرف العينة على أنها مجموعة من مفردات الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة بحسب أنواع العينات بحيث تكون المفردات المختارة تحمل نفس خصائص المجتمع الأصلي للدراسة وتمثلة تمثيلا كاملا².

غالبا ما يجد الباحث نفسه غير قادر على دراسة جميع مفردات البحث، علاوة على أن دراسة المجتمع ككل قد تكون مضيعة للوقت و تبديدا للجهد و المال بغير مبرر و نظرا لصعوبة الوصول إلى كل الطلبة لما

¹ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية دار القصب، الجزائر، ط، 2006، ص.2.

² عاطف عدلي العبد وآخرون، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، مصر، ص.140.

يتمتع به مجتمع البحث من كبر و ضخامة ، لهذا قمنا بأخذ عينة طبقية متساوية، "وفيها يقسم المجتمع إلى طبقات معينة بموجب مواصفات معروفة تؤخذ وحدات من كل طبقة للحصول على عينة مؤلفة من مجموع هذه الأجزاء" وفي دراستنا هذه اعتمدنا على العينة القصدية لتكون محل الدراسة، قُدر عدد مفردات العينة بـ 60 طالب جامعي من عدد الطلبة الإجمالي بقسم الاعلام و الاتصال جميع المستويات. ،واخترنا هاته العينة لسببين أما الأول فهو معرفة وجهات نظر طلبة تخصص الاعلام و الاتصال لأن دراستنا الميدانية على صفحة قسم الاعلام والاتصال على الفيسبوك تخصصهم ،أما السبب الثاني وهو مؤهلهم ومستواهم المعرفي من جهة ووعيمهم من جهة أخرى.

منهج الدراسة:

عند القيام بدراسة لابد على الباحث اتباع خطوات فكرية منظمة، للوصول إلى الحقيقة أو البرهنة على حقيقة ، وذلك بإتباع منهج معين الذي يتوافق مع الدراسة. ولذلك عُرف المنهج بأنه: الأسلوب أو الطريقة الواقعية، التي يستعين بها الباحث لمواجهة مشكلة بحثه أو دراسة لمشكلة موضوع البحث ¹.

*إذن المنهج الوصفي هو الحصول على معلومات دقيقة تصور الواقع الاجتماعي، وتساهم في تحليل الظواهر ².

-ومن المعروف أن طبيعة الموضوع هي التي تحدد المنهج الذي يجب على الباحث إتباعه، ومن خلال هذا نرى بأن المنهج المناسب لهذه الدراسة هو **المنهج الوصفي التحليلي** وقد تم اختيار هذا المنهج دون غيره لأنه يتناسب مع الظاهرة المدروسة أو موضوع دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الانتماء و الولاء لدى الطالب الجامعي إذ يتعلق الأمر بتقديم وصف عن موقع الفيس بوك خاصة ودوره في تفعيل انتماءات و ولاء الطلبة الجامعيين من جهة، ومن جهة أخرى يعتبر أنسب المناهج لمثل هذه المواضيع.

أدوات جمع البيانات:

¹ عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، 1995، ص 29.

² محمد علي محمد، علم الاجتماع والمنهج العلمي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1986، ص 8.

تُعرف الأداة: هي الوسيلة المستخدمة في البحث، سواء أكانت تلك الوسيلة متعلقة بجمع البيانات أو بالتصنيف والجدولة.

وأداة البحث هي الوسيلة التي يجمع بها الباحث بياناته، وليس هناك تصنيف موحد لهذه الأدوات، حيث تتحكم طبيعة الموضوع أو الظاهرة المراد دراستها وفروض البحث في اختيار الأدوات والوسائل والتقنيات التي سوف يستعملها الباحث، لهذا يجب على الباحث أن يكون ملم بطرق عديدة وأساليب مختلفة وأدوات متنوعة ومتباينة كي يستطيع أن يحل مشكلة البحث، ويتحقق من فروضه قد تستخدم أكثر من أداة واحدة في البحث وفقا لمبدأ المرونة المنهجية على اعتبار أن كل أداة بمثابة ضابط لما تصل إليه الأداة الأخرى من بيانات ومعلومات

أ /الملاحظة:تعتبر الملاحظة من الوسائل المنهجية التي يُعتمد عليها في جمع المادة العلمية والحقائق من ميدان الدراسة، ذلك أنّ الملاحظة هي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب، وفقاً لظروفها الطبيعية. وتعرف على أنها أكثر التقنيات صعوبة، لأنها تعتمد على مهارة الباحث وقدرته على التحليل. وتتميز الملاحظة عن غيرها من أدوات جمع البيانات بأنها تسجل السلوك بما يتضمنه من مختلف العوامل في ذات الوقت الذي يحدث فيه، وفي هذا المجال استخدمت ملاحظة بسيطة في جمع البيانات بدون مشاركة عند الإطلاع الميداني والالتقاء بالمبحوثين في المنظمة لمعرفة الحقائق وجمع المعلومات التي تخدم الموضوع وتكمل الاستمارة¹

ج/ الاستمارة أو الاستبيان:

إن الاستمارة هي مجموعة الأسئلة المنظمة والمصنفة حسب محاور، وكل محور يمثل جانب في مشكلة الدراسة، فهي مرتبطة في صياغتها بالفروض وتساؤلات الدراسة، بشكل عام، كما تعتبر من الوسائل التي يعتمد عليها الباحثون في البحوث الكمية، والتي تعتمد على مدى ما يتوفر للباحث من بيانات وإحصاءات. حيث تعرف الاستمارة على أنها : مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة

¹ محمد طلعت عيسى، تصميم وتنفيذ البحوث الاجتماعية، مكتبة القاهرة، 1971ص 32.

ترسل للأشخاص المعنيين البريد، أو يجري تسليمها باليد، تمهيداً للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع، أو التأكد من معلومات متعارف عليها¹ كما تعد الاستمارة أقل وسائل جمع البيانات تكلفة، كما يمكن الحصول عن طريقها على البيانات، إجابات عدد من الأفراد وبأقل جهد ووقت ممكنين بالإضافة إلى سهولة تقنيها أكثر من أي وسيلة أخرى.² وعند صياغة وتطبيق الاستمارة ينبغي على الباحث أن يراعي في ذلك التنفيذ بموضوع البحث وعدم الخروج عن الأطر والمضامين وحدود النظرية والتطبيقية وقد تم بناء هذه الاستمارة بعد مرورها بعدة مراحل إجرائية ساعدت على وضع الاستمارة النهائية للبحث.

وقد اشتملت الاستمارة على 22 سؤالاً وكانت هذه الأسئلة موزعة حسب التساؤلات الفرعية الخاصة بالبحث، اشتملت على أربع محاور ، ونظرا لظروف أزمة كورونا التي حالت دون وصولنا للمبحوثين شخصيا فقد تم توزيعها إلكترونيا .

¹ عمار بوحوش ، مرجع سابق، ص06.

² صلاح مصطفى الفوال، علم الاجتماع المفهوم والموضوع والمنهج، دار الفكر العربي، القاهرة، 1982، ص 17.

الفصل الثاني :الإطار النظري، للدراسة

الفصل الثاني :الاطار النظري للدراسة

تمهيد:

أولا : مواقع الاتصال الاجتماعي

1/نشأة مواقع الاتصال الاجتماعي

2/خصائص مواقع الاتصال الاجتماعي

3/أنواع مواقع الاتصال الاجتماعي

4/أشهر مواقع الاتصال الاجتماعي

ثانيا : موقع الفيس بوك

1/نشأة موقع الفيس بوك

2/إحصائيات موقع في الجزائر و الوطن العربي الفيس بوك

3/تطبيقات الفيس بوك

4/ آثار موقع الفيس بوك على العلاقات الاجتماعية

ثالثا: الانتماء

1/ أهمية الانتماء

2/ العوامل المؤثرة على انتماءات الفرد

3/ أنواع الانتماء

4/ أبعاد الانتماء

5/ متغيرات الانتماء

6/ نظريات الانتماء

رابعا : الولاء

1/ خصائص الولاء

2/ أهمية الولاء

3/ أنواع الولاء

4/ العوامل المساعدة على تكوين الولاء

العلاقة بين الطالب الجامعي و (الانتماء ، الولاء) من خلال مواقع التواصل الاجتماعي



تمهيد:

إن التطور الحاصل في تكنولوجيا الاتصالات غيرت من حياة الأفراد من حيث تواصلهم في علاقاتهم الإنسانية حيث تحول الاتصال، من مواجه إلى افتراضي وذلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفي هذا المبحث سوف نتعرف على نشأة هذه المواقع وأبرزها إضافة إلى إيجابياتها وسلبياتها.

1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي عند الحديث عن نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين، الأولى مرحلة الجيل الأول للويب 1.0 web والمرحلة الثانية هي الجيل الثاني للانترنت 2.0 web غير أن أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية جماهيرية ظهرت خلال المرحلة الثانية¹

أ/ المرحلة الأولى: يشير 1.0 web إلى شبكة المعلومات الموجهة الأولى التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جدا من المستخدمين تتكون أساسا من صفحات ويب ثابتة وتتيح مجال صغير للتفاعل ويمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب 1.0 ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة شبكة موقع - سيكس دقريز Sixdegree-

الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطار فرصة طرح لمحات عن حياتهم وإدراج أصدقائهم، وقد أخفق هذا الموقع عام 2000 ومن المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضا موقع "كلاس مايت" الذي ظهر في منتصف التسعينيات، وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة، شهدت هذه المرحلة أيضا إنشاء مواقع شهيرة أخرى، مثل موقع "لايف جورنال" وموقع "كايوورلد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999 وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحا على مؤسسيها، ولم يكتب لكثير منها البقاء.

¹ مريم نريمان نورمان: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره في العلاقات الاجتماعية ، دراسة عينة من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال ، تخصص الاعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، جامعة الحاج لخضر ،باتنة، 2011-2012. ص56.

ب/ المرحلة الثانية: يشير الويب 2.0 إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها..). تطوير المجتمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع - ماي سبايس - وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفايبيوك، وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد¹ مع تزايد مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم. و أمام هاتين المرحلتين بدا واضحا اختلاف الآراء حول أول شبكة اجتماعية عبر الانترنت وسنحاول هنا أن نورد الآراء التي تبحث عن أول شبكة اجتماعية عبر الانترنت، حيث يرى البعض بأن أول موقع خاص بالشبكات الاجتماعية وموقع SixDegrees.com الذي ظهر عام 1997، والذي سمح للمستخدمين بوضع معلوماتهم الشخصية profile ووضع قائمة أصدقائهم وبدأ منذ عام 1998 بالسماح للمستخدمين بتصفح قائمة الأصدقاء، هذه الملامح أو الخصائص ظهرت في عدد من المواقع التي سبقت موقع Degrees.com فالمعلومات الشخصية Profiles " وجدت في مواقع التعارف Dating Site وحتى في المواقع الاجتماعية Community sites رغم أن قائمة الأصدقاء لم تكن ظاهرة بالنسبة للمستخدمين، ولقد أتاح موقع lassmates.com للأشخاص الانتساب إلى المدارس أو الثانويات أو الكليات التي ينتمون إليها وتصفح الشبكات الخاصة بالأفراد الذين ينتمون إليها غير أن المستخدمين لم يكن بإمكان خلق صفحات خاصة وتحديد قائمة للأصدقاء إلا بعد سنوات متأخرة، ولهذا يعتبر موقع SixDegrees.com أول موقع جمع بين كل هذه الملامح والخصائص ولقد روج هذا الموقع لنفسه كأداة تساعد الناس في التواصل وارسال الرسائل لآخرين، لكن في الوقت الذي استطاعت هذه الخدمة أن تجذب ملايين من المستخدمين إلا أنها فشلت أن تبقى دائمة حيث تم إيقاف الخدمة عام 2000 ويبرى مؤسسو هذا الموقع أنه كان في الصدارة آنذاك خاصة مع بداية ارتفاع عدد مستخدمي الانترنت في العالم. ومن

¹ المرجع السابق، ص 57.

1997 إلى سنة 2001 بدأت هذه الأدوات الاجتماعية تتزايد بأشكال متعددة وتركيبات متنوعة فيما يتعلق بالصفحات الشخصية مع التوضيح العلني لقائمة الأصدقاء فظهر ، BlackPlanet Asian Avenue و MiGente التي تسمح للمستخدمين بخلق صفحات شخصية ومهنية تحدد هوية الأصدقاء دون البحث عن الموافقة من خلال الاتصالات، ومن خلال Live Journal استطاع الأشخاص تعيين¹ البعض، كأصدقاء لأجل متابعة مجالاتهم وتسيير المحيط الخاص، وبعد ذلك ظهر العالم الافتراضي الكوري Cyworld عام 1999 ووجس ملامح مواقع الشبكات الاجتماعية عام 2001 حيث تضمن قوائم الأصدقاء وخدمة تدوين المذكرات وغيرها، أما الموجة الثانية فكانت مع إطلاق Ryze.com عام 2001 لأجل مساعدة الأشخاص في زيادة فعالية الشبكات التجارية وتوالت بعد ذلك الشبكات الاجتماعية في الظهور حيث ظهر ، facebook ، MySpace، Twitter، وغيرها من المواقع، لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع والتطور² ،

2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز الشبكات الاجتماعية بعدد من الخصائص التي تجعلها تتميز عن بقية التطبيقات والمواقع في شبكة الانترنت ، الأمر الذي ساهم في رفع أسهم هذه المواقع بالنسبة للمستخدمين،³ ورغم تنوع هذه الخصائص من موقع تشترك مع بعض في عدد من الخصائص نوردتها في التالي:

أ/ المشاركة participation :

وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات و ردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام و الجمهور .

ب/ الانفتاح openness :

¹ مريم نورمان، مرجع سابق، ص 48.

² خالد غسان، يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية "ماهية مواقع التواصل الاجتماعي و أبعادها التقنية الاجتماعية-الاقتصادية-الدينية و السياسية على الوطن العربي و العالم"، دار النفوس للنشر و التوزيع، الأردن، 2012، ص ص 27- 26 .

³ منال هلال المزاهرة: تكنولوجيا الاتصال و المعلومات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2014، ص 103 .

معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل و المشاركة، أو الإنشاء و التعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت و التعليقات و تبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية واجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

ج/ المحادثة conversation :

حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي و وسائل الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة و التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة¹.

د/ المجتمع community :

وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة و التواصل بشكل فعال، و من ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو برنامج تلفزيوني مفضل، و يصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا الكترونيا متقاربا².

هـ/ الترابط connectedness :

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، و ذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع و التي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا مثل خبر ما الى مدونة فيعجبك فترسلك إلى معارفك على فيسبوك، وهكذا مما يسهل و يسرع من عملية انتقال المعلومات³

3-أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

¹ جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري: الشبكات الاجتماعية و القيم "رؤية تحليلية"، الدار المنهجية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، صص(52-53)

² محمود المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور الملتقين (دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية)، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، 2012، ص 50.

³ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص 27.

لمواقع التواصل الاجتماعي العديد من الأنواع وذلك بحسب اختلاف فكرة من أنشئها فهي لا تختلف من وجهة واحدة هناك العديد من أوجه الاختلاف.

أ/ **وفقا للغة:** قسمت مواقع التواصل الاجتماعي إلى نوعين أ -تدعم لغات مختلفة بالإضافة إلى اللغة العربية مثل الفايسبوك وتلوج ب- لا يدعم اللغة العربية ولكن يدعم لغات أخرى مثل ماي سبيس.

ب/ **وفقا للتكلفة:** من حي التكلفة فإننا نجد ان كافة مواقع التواصل الاجتماعي الشهيرة قسمت إلى نوعين: ب- /**1مجاني:** ويمكن استخدامها والاشتراك فيها دون مقابل مادي.

ب- /**2غير مجاني:** ويتطلب لاستخدامها دفع مبالغ مادية وخاصة عند رغبة المستخدم بالسماح له بمساحة اكبر ولكن المساحات الصغيرة يمكن استخدامها دون دفع مبلغ مجاني مثل: فليكر.

ج/ **وفقا للتخصص:** تم تقسيم مواقع التواصل الاجتماعي إلى نوعين:

ج- /**1عامة:** مثل فيسبوك وتويتر وجوجل بلس ,ماي سبيس.

ج- /**2متخصصة:** والتي تجمع أفراد من هوايات معينه أو تخصص معين مثل liked in . :

د/ **وفقا للمحتوى:** وقسمت إلى أربعة أقسام فبعضها خاص ب:

د- /**1الصور:** ويتميز بوجود الصور فقط مثل فليكر.

د- /**2نصوص:** ويتميز بت ا رسل النصوص وهي الصفة الغالبة عليه مثل: تويتر.

د- /**3فيديو:** والذي يتميز بان محتواه الرئيسي هو الفيديو مثل: يوتيوب.

د- /**4عام:** يجمع بين الصوت والصورة والفيديو والنصوص مثل الفيسبوك وماي سبيس وجوجل بلس¹

هـ/ **وفقا لحجم النص:**

- /**1محدد حجم النص:** بحي لا يمكن كتابه النص إلا بعدد حروف محدودة مثل تويتر فهو يسمح بـ

140حرف فقط.

¹ - مريم نورمان، موجع سابق، ص. 54.

- هـ - /2غير محدد النص :ويمكن كتابة نصوص طويلة دون تقييد بعدد من الأحرف أو الكلمات مثل: الفايسبوك، وماي سبيس وجوجل بلس، وتاجد ونتلوج و LinkedIn.
- و/ وفقا للمسئولية :من المسئول عن موقع التواصل الاجتماعي فنجد أنها تقسم لقسمين:
- و - /1أفراد :مثل الفايسبوك وي وتيوب وتاجد و LinkedIn وتويتر
- و - /2مؤسسات :جوجل بلس وماي سبيس وفليكر¹.

4- أشهر مواقع التواصل الاجتماعي:

إن شبكات التواصل الاجتماعي متاحة لجميع مستخدمي الانترنت، بل صممت خصيصا لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع، مثل شبكة: ماي سبيس، الويكي، يوتوب، فليكر، تويتر، الفايسبوك وغيرها. وعن طريق موقع اليكسا Alexa استطاعت الباحثة الحصول على أشهر تسعة مواقع للتواصل الاجتماعي وهي

كالتالي:² , LinkedIn , Tagged , YTube , Flickr , Twitter , Netlog ,

ومن أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت في القرن الواحد والعشرين موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك facebook حيث يعد هذا الموقع من أكثر مواقع الشبكات والتواصل الاجتماعي رواجاً وانتشاراً لما يحققه من ميزات يتمتع بها رواده، إذ أنه يمثل أداة لتسهيل التواصل الاجتماعي لأشخاص يجدون صعوبة في تكوين علاقات اجتماعية، وروابط وصلات مع الآخرين³.

2-تعريف الفايسبوك:

¹ - مشطري مرسى: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية-نظرة في الوظائف-، مجلة المستقبل العربي، لبنان، العدد 359، جانفي 2012، صص 160-161 .

² هنادي حسن البلوشي، خدمات المكتبات الجامعية السعودية المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك، رسالة ماجستير، جامعة الملك عبدالعزيز، المملكة العربية السعودية، 2016، صص 32.

³ - وائل مبارك خضر فضل الله : أثر الفايسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية للنشر و التوزيع، الخرطوم، السودان، 2012، صص 11 .

يعتبر موقع " الفايسبوك" واحدا من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط، انما و أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء¹ ويعرف قاموس الإعلام والاتصال **dictionary of media and communications** الفايسبوك على أنه: " موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة، profiles وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص² ويعرّف الفايسبوك **FACE BOOK** أو كتاب الوجود باللغة العربية: هو موقع الشبكات الاجتماعية، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه، وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، إنشاء روابط تواصل مع الآخرين³

3- نشأة موقع الفايسبوك:

بدأ الفيسبوك كفكرة بسيطة لأحد طلبة هارفارد "مارك زوكربيرج (Mark ZUCKERBERG)" الذي أصبح فيما بعد أصغر ملياردير في العالم. فكرة " زوكربيرج " كانت تقضي بإنشاء موقع انترنت بسيط يجمع من خلاله طلبة هارفارد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين الطلبة والإبقاء على الروابط بينهم بعد لتخرج، وبالفعل جسد فكرته هذه التي رأت النور في 4 فيفري 2004 ومع انطلاق الموقع حقق نجاحا كبيرا ليصبح اليوم من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية وأكثرها استخداما على الإطلاق. بلغ عدد مستخدمي "الفايسبوك" النشطين في العالم إلى غاية جويلية 2011 حوالي 800 مليون مستخدم، وتشير الإحصائيات أن 11% من سكان العالم يملكون حساب في " الفايسبوك"، يدخل 50% إلى " الفايسبوك " يوميا، ومتوسط عدد

¹ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع ط1 2008، ص218.

² مريم نريمان نورمان، مرجع سابق، ص 55.

³ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص 34.

الأصدقاء للمستخدم الواحد 130 و 80 صفحة ومجموعة مشترك بها، وتشير الإحصائيات أنه 20 مليون تطبيق يسجل يوميا في "الفايسبوك"، وخلال 60 ثانية فقط¹:

510 -آلاف مستخدم يضع تعليقات **Posted comments Status updates** ألف حالة 293 -يتم تحديث **Uploaded photos** ألف صورة 163 -يتم تحميل 30 - بليون قطعة محتوى يتم مشاركتها في الشهر. 50% من المشتركين الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 34 سنة يفتحون صفحة "الفايسبوك" بمجرد استيقاظهم من النوم في حين أن 28% يتفحصون صفحاتهم قبل النوم. وحسب إحصائيات موقع [Socialbacker .com](http://Socialbacker.com) المتخصص في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت، تأتي الولايات المتحدة الأمريكية في أول القائمة من حيث عدد مستخدمي "الفايسبوك" وذلك بأكثر من 157 مليون مستخدم، تليها اندونيسيا والهند بأكثر من 41 مليون مشترك ثم البرازيل بأكثر من 35 مليون مشترك، أما في العالم العربي فتصدر مصر القائمة بعدد مستخدمين فاق تسعة ملايين مشترك ثم السعودية والمغرب بأكثر من 4 ملايين تليها الجزائر في المرتبة الرابعة بما يقارب الثلاثة ملايين مستخدم ثم تونس والإمارات بأكثر من مليوني مستخدم².

ويتكون الموقع من مجموعة من الشبكات تتألف من أعضاء وتصنف المجموعات على أساس الإقليم، ومكان العمل، والجامعة، والمدرسة وبإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات ثم يبدأ بالتصفح واختيار مجموعة للاشتراك فيها داخل المجموعات هناك مساحة للتداول، والتعليقات إضافة إلى وجود نتيجة الشهر التي تدون فيها أهم الأخبار التي يهتم بها المشتركون في المجموعة بدءا من الأحداث القومية أو المحلية،

¹ طاهر حسن أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، جامعة الأزهر، غزة، رسالة ماجستير، 2012، ص 28.

² علي خليل شقرة، الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، ص 65 .

¹ حتى أعياد ميلاد الأعضاء، كما توجد مساحة لإعلانات البيع والشراء الخاصة بالأعضاء، ولكل عضو مساحة يضيف فيها صورته الشخصية إلى جانب وجود مدونات مرتبطة بالموقع، ويهدف الموقع بشكل عام إلى إتاحة التعارف بين الشباب .

إحصائيات موقع "الفايسبوك" في الجزائر والوطن العربي:

كشفت موقع **socialbacker.com** أنه ومع بداية عام 2012 سجلت في الجزائر نسبة ارتفاع دخول للفايسبوك قدرت بـ 8.20% :مقارنة بعدد السكان في الجزائر وبـ: 60.32% بالنظر إلى مستخدمي الانترنت. حيث بلغ عدد مستخدمي "الفايسبوك" مليونين و 835 ألفاً، وأشار ذات الموقع أن عدد الذكور الجزائريين الذين يستخدمون "الفايسبوك" أكثر من عدد الإناث حيث بلغ عدد الذكور 68% في حين بلغ عدد الإناث 32%. أما إحصائيات استخدام "الفايسبوك" حسب السن فكشفت نفس الموقع أن الاستخدام الأكبر كان لفئة من 18 إلى 24 سنة فيما تتفاوت النسب بين بقية الفئات العمرية.

تطبيقات الفاييسبوك:

يتكون الفاييسبوك من مجموعات تتألف من أعضاء وتصنف على أساس الإقليم والمكان العمل الجامعة وبإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات أو المجموعة ثم يبدأ بالتصفح واختيار ما يناسبه ويكفي أن تكتب البريد الإلكتروني أو اسم أحد أصدقائك في المكان المخصص للبحث ولو كان مشترك على الفاييسبوك ستجده وتتواصل معه، ويمكن تفصيل ذلك فيما يلي:

أ/ الصفحة الشخصية **profile**: وهي الصفحة الشخصية للمستخدم، وتحتوي على كل ما يخصه من معلومات وصور ومقاطع فيديو، وملاحظات وروابط وأحداث وأصدقاء وغيرها، ومن أهم التقنيات الموجودة في البروفایل والتي يمكن الاستفادة بها هو شريط ماذا يخطر في بالك، **whats on your mind** ويوجد هذا

¹ مريم نريمان نورمان، مرجع سابق، ص ص 56- 57

الشريط في أعلى الصفحة، ويمكنك من كتابة حالتك الحالية وتظهر على حائطك الشخصي وغيره بسهولة، بسرعة، ومن خلال ذلك يتلقى المشترك كم أصدقائه تعليقاتهم واعجابهم، وتبدو قوة تأثير الكتابة عند تواجد عدد كبير من الأصدقاء لدى المستخدم.

ب/ الرسائل **messages**: وهي من الأدوات الهامة، ومن خلالها يستطيع المشترك الإطلاع على الرسائل الواردة، وكذلك إرسال الرسائل الجديدة، ورؤية التحديثات المرسلة من الصفحات والمجموعات المشترك فيها، والرسائل التي أرسلها¹.

ج/ المجموعات **groups**: وهي من أهم وأخطر التقنيات الموجودة بالفيسبوك لقيام أي جهة أو مؤسسة أو فرد بعمل مجموعة، يتم من خلالها التعريف بالأفكار الجديدة والدعوة لها، وتزداد أهمية المجموعة بزيادة عدد أعضائها ومشاركتهم وإيمانهم بالأفكار والمبادئ التي تدعو لها المجموعة، والإنشاء مجموعة يتم الضغط على القائمة الجانبية في الصفحة الرئيسية في الرابط groups ثم الضغط على الزر create group ويتم كتابة بيانات المجموعة الجديدة، فنكتب وصفا للمجموعة، ونوعها، وعنوان البريد الإلكتروني، ثم الخطوة التالية وهي التخصيص فيها من خلال الاختيارات المتاحة، وهناك ثلاثة اختيارات تمثل أنواع المجموعات وهي²:

1مجموعة مفتوحة: وهي معروضة للجميع وهذا الخيار يعني أن هذه المجموعة يمكن لأي شخص أن يسجل فيها. **مجموعة مغلقة**: حيث أن هذه المجموعة يظهر وصفها للجميع، ولكن للانضمام إليها لابد من موافقة لمسؤولين على هذه المجموعة. وبعد الموافقة تبدأ المجموعة في الظهور على الصفحة ويمكنك الاشتراك فيها. **مجموعة سرية**: بمعنى أن هذه المجموعة لا تظهر لأي شخص على الفيسبوك، ولابد من دعوة الأشخاص للانضمام إليها من قبل المسؤولين عنها.

¹ الرفاعي عبد الهادي، وليد عامر، سنان ديب: العولمة و بعض الآثار الاجتماعية والاقتصادية الناجمة عنها، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية، المجلد (27) العدد (1) ص 54.

² علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 46.

مجموعة الدردشة: ظهر في الآونة الأخيرة تقنية مجموعات الدردشة chat groups ومن خلالها يمكن أن تضيف كل أصدقاءك إلى القروب حتى دون موافقتهم، ويتم مشاركتهم في كل إضافة في القروب، وهذه التقنية تجعل الأعضاء على اتصال دائم وفعال... وهذا النوع من المجموعات له أهمية وخطورة عظيمة حيث أنه يمكن جمع عدد كبير من الأعضاء في وقت قصير أنه لا يستلزم موافقة من يتم إضافته "يتم إجبارهم على المشاركة" وان كان لهم بعد الإضافة الخروج من المجموعة.

د/ صفحات الأعمال الرسمية أو صفات الإعجاب: وتعتبر وسيلة هامة من وسائل التواصل من المعجبين بشخصية أو بفكرة، أو منتج، أو خدمة، أو حدث، ويقوم الأفراد والمؤسسات حاليا بتأسيس صفحات على الفيسبوك للتواصل مع أحبائهم ومعجبين جدد، ومن خلالها يتم إرسال كل التحديثات واستقبال التعليقات على كل جديد.

هـ/ الأحداث والمناسبات events: وهي شيء مؤثر جدا ووسيلة في غاية الأهمية والخطورة عند تنظيم أي فعاليات مهمة.¹

آثار الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية:

أ/ الآثار الايجابية: يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم ومن هذه الخدمات:

أ- 1/ إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع: وذلك عن طريق إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم بعد اخذ موافقتهم، فالخيار الحرية متاحة لمن يريد أن يضيف صديق له على المواقع، ومتاح لهذا الصديق أن يقبل أو يرفض هذه الصداقة عن

¹ - ليلي حسين: اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، تخصص تربية، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، 2014-2015، ص38.

طريق الإجابة سلبا أو إيجابا على الطلب الذي يتلقاه. ويمكن لمن يتلقى طلب الصداقة أن يحتوى عن الشخص طالب الصداقة عن طريق نبذته الشخصية أو الاستفسار عنه من أصدقاء آخرين. وفي حال تمت الموافقة على الصداقة يستطيع كل منهم التواصل مع الآخر....

- إتاحة الفرصة لمشاهدة كل الأصدقاء مرة واحدة مرتبة أسماؤهم أبجديا مع أرقام هواتفهم الموجودة على نبذ حياتهم إذا كانت هذه الهواتف متاحة للأصدقاء.

- إمكانية فرز الأصدقاء وتصنيفهم حسب أي معلومات عن كل منهم كزملاء الدراسة أو زملاء العملاء العمل أو حسب المهن¹

- إمكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء عن طريق الدردشة والرسائل والهدايا الافتراضية وإبلاغهم عن الأعمال التي تقوم بها حاليا بحيث يبقوا على اتصال مستمر عبر هذا الواقع الافتراضي.

- إتاحة المجال لحذف اسم أي صديق من لائحة الأصدقاء إذا كنت لا ترغب بالاستمرار في صداقته.

أ- /2 خدمة الشركات وأصحاب الأعمال: في الإعلان عن الوظائف واختيار الموظفين، كأخذ ما ينشرونه من نبذ شخصية عن أنفسهم وخبراتهم على الفايسبوك بعين الاعتبار عند البدء في اختيار الموظفين من بين المتقدمين، وكذلك يمكن للفايسبوك إهداء خدمات كبيرة في التسويق والترويج للمنتجات

أ- /3 يتيح الفايسبوك كذلك فرصة تحميل ألبومات الصور: بشكل أكبر وأسهل مما تتيحه المواقع الأخرى،

حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهريا على الفايسبوك، وكذلك تسجيل مقاطع الفيديو عبر عدة مصادر كالهاتف النقال والبريد الإلكتروني... حيث يتم تحميل أكثر من عشرة ملايين شهريا على هذا

الموقع²

¹- ليلي حسين ، مرجع سابق ، ص 40.

²- المرجع السابق ، ص 41.

أ- /4التواصل مع مجتمعات افتراضية: متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب والتعليم، من هذه المجتمعات وزيادة خبراته...

أ- /5متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات :كالشخصيات السياسية والاقتصادية والفنية والعاملين في المجالات الاجتماعية والدينية، حيث أصبح لمعظم هؤلاء حسابات على الفايسبوك يمكن لمن يتواصل معهم أن يطلع على أخبارهم وأفكارهم ووجهات نظرهم حول مختلف للأحداث والقضايا..

أ- /6إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع فيديو :ومقاطع فيديو يرغب العضو في الاحتفاظ بها من مواقع وأخبار وصور للرجوع إليها في أي وقت يشاء، حيث يمكن للفيسبوك أن يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات المرغوب

سلبية التعامل مع موقع الفايسبوك :هناك سلبيات ومحاذير ظهرت أثارها على السطح بعد انتشار استخدام موقع الفايسبوك يمكن إيجازها فيما يلي:¹

إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية :وقد بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيقي بين الأفراد الذين أدمنوا استخدام موقع الفايسبوك والتواصل عبر مجتمع أو مجتمعات افتراضية وقد شمل هذا الأمر العلاقات الأسرية، حيث تسبب في تدمير هذه العلاقات وتشتيت الأسر بالطلاق أو الخيانات أو الانعزال وقد بينت دراسات أجريت في المجتمع الغربي أن الفايسبوك كان سببا من أسباب رفع معدلات الطلاق والانفصال في هذه المجتمعات، فقد كشف استطلاع للرأي أجراه الموقع الانجليزي" ديفورس -أون لاين" حول هذا الموضوع أن ثلث حالات الطلاق التي وقعت في بريطانيا عام 2011كانت بسبب التواصل عبر الفايسبوك والرسائل غير لائقة والتعليقات البذيئة التي يتم إرسالها إلى الشريك الآخر خاصة بعد الانفصال وقبل الطلاق، مما يجعل الطلاق حتميا.كما بين الاستطلاع أن نسبة الطلاق هذه كانت في عام 2009تساوي 20%من حالات الطلاق،

¹ علي خليل شقرة ، مرجع سابق ، 46.

مما يشير إلى زيادة تدمير العلاقات الأسرية بسبب سوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وقد أكدت دراسة للمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية في مصر أن خمس حالات الطلاق تعود لاكتشاف شريك الحياة وجود علاقة مع طرف آخر عبر الانترنت من خلال موقع الفاييبوك، وهذا الأثر السلبي لسوء استخدام مواقع التواصل دفع البعض إلى إصدار فتوى بتحريم التواصل عبر هذه المواقع من باب "درء المفسد مقدم على جلب الصالح"¹

ولكن الرأي السديد هو تحريم استخدام هذه المواقع لأمر محترمة كالتواصل مع الجنس الآخر لأهداف وغايات غير مشروعة إسلامياً، أو يتنافى مع ألفاظ غير لائقة... أو استغلال هذه الوسائل لكل ما هو محرم إسلامياً أو يتنافى مع العادات والتقاليد الأصيلة في مجتمعنا... لا أن يتجه التحريم إلى استخدام هذه المواقع على الإطلاق، فإن لها فوائد وإيجابيات جمة، ويمكن استخدامها بشكل يسدي كثيرا من الخدمات للفرد وللمجتمع كأبي وسيلة أو جهاز أو آلة تم اختراعها أو ابتكارها.. حيث من الممكن أن توجه لخدمة الناس أو العكس، فالتحليل والتحريم يجب أن يتجه إلى الاستخدام والتوجيه وليس إلى أو الجهاز نفسه..

ب- /2 انتهاك خصوصية المشتركين: حيث أن المعلومات التي ينشرها المشتركون من خلال نبههم الشخصية أو الصور أو مقاطع الفيديو صفة الخصوصية مجرد نشرها، حتى لو اتخذ المشترك كل الإجراءات اللازمة للامان، فمن الممكن أن تصل هذه إلى دائرة أوسع كثيرا من الدائرة المقصودة أصلا بطرق عدة ويصبح سحبها بعد ذلك مستحيلا. وكذلك أي تعليقات أو مشاركات ممكن أن تصل إلى الشخص الخطأ بطريقة أو بأخرى كان يكون ذلك عن طريق أصدقاء الأصدقاء أو الاختراق. وتعتبر سياسة السرية الرسمية في فاييبوك عن هذا الوضع بما يلي:

رغم أننا نتيح لك ضبط خيارات خصوصية تحد الوصول إلى صفحاتك، الرجاء الانتباه إلى انه لا توجد تدابير أمنية مثالية أو غير قابلة للاختراق. لا يمكننا التحكم بتصرفات المستخدمين الآخرين الذين قد تختار

¹ وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، د.ط، 2010، ص 24.

مشاركة صفحاتك¹ و معلوماتك معهم، لذا لا يمكننا أن نكفل، ونحن ولا نكفل أن محتوى المستخدم الذي تنتشره على الموقع لن يشاهده أشخاص غير مرخصين. إدارات الخصوصية في فيسبوك تستطيع أن تخفض انكشاف المعلومات أمام من لا تريدهم معرفتها، ولكنها لا تستطيع النجاح بشكل تام وكامل. وكذلك يمكن لرجال القانون بموافقة وتصريح من المحاكم المختصة معاينة أي معلومات يرون أنها ضرورية لمساتهم في عملهم دون النظر إلى الخصوصية. لذلك فإن الأمان الحقيقي هو عدم نشر ما لا ترغب من الجميع الاطلاع عليه.

ب- /3 استغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية: يمكن لجهات كثيرة أن تستغل الفايسبوك لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها، وذلك بالاستفادة مما ينشر على هذا الموقع من معلومات وصور ومشاركات قد تجعل من أصحابها عملاء لجهات معادية دون قصد ودون أن يعرفوا ذلك. فقد أكد تقدير نشرته صحيفة "الحقيقة الدولية" في عددها 111 الصادر يوم 2008/4/9 تحت عنوان "أن الثورة المعلوماتية جعلت من عالمنا قرية صغيرة، وان هذه الثورة إضافة إلى الثورات الأخرى جعلت تلك القرية محكومة من قوة غير مركزية تتخذ من هذا التطوير وخاصة " الانترنت التفاعلي " وقوة لتغيير العالم² وكذلك نشرت مجلة " لوما غازين ويرابيل " ملفا واسعا عن موقع الفايسبوك أكدت فيه انه موقع استخباراتي صهيوني مهمته تجنيد العملاء والجواسيس للمخابرات الإسرائيلية. وقد أكد جيرالد نيرو الأستاذ في كلية علم النفس في جامعة بروفانس الفرنسية وصاحب كتاب "مخاطر الانترنت" أن هذه الشبكة تم الكشف عنها في أيام عام 2001 وهي عبارة عن مجموعة شبكات يديرها مختصون نفسانيون إسرائيليون مجنونون لاستقطاب شباب من العالم الثالث في الدول العربية وأمريكا الجنوبية عن طريق استغلال الدردشة عبر الفايسبوك في معرفة نقاط الضعف عند هؤلاء لاستغلالها في تجنيدهم لخدمة أهداف إستخباراتية. كما أكد البعض أن المخابرات الإسرائيلية قد وسعت من

¹ - مشتري مرسي، مرجع سابق، ص 60.

² - راضي زاهر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، مجلة التربية عدد 15 ، جامعة عمان الاهلية ، عمان، 2003، ص 23.

توظيف الانترنت والشبكات الاجتماعية مثل الفايسبوك في تجنيد العملاء عبر استغلال المعلومات التي يقدمها المتصفحون الفلسطينيون عن أنفسهم وعن أصدقائهم مستغلة الظروف الاقتصادية الصعبة التي يعيشها الفلسطينيون تحت الاحتلال. وقد أكد المفوض الاتحادي السويسري لحماية البيانات الخاصة "هانز بيتر تيور" أن مواقع مثل الفايسبوك: "باتت مصدرا للمعلومات تلجا إليه أجهزة المخابرات كما تستخدمها الشركات للتجسس". واستغلال المخابرات الإسرائيلية لوسائل الإعلام عبر تحليل محتوياتها والربط بينها وبين كثير من المعلومات من مصادر أخرى، هو أسلوب معروف اتبعته هذه المؤسسة عبر التاريخ الطويل للصراع العربي الإسرائيلي.¹

خلاصة

مما سبق نستخلص أن موقع الفايسبوك ونظرا لسهولة الاستخدام، ومميزاته المختلفة، وتطور تطبيقاته باستمرار، ونظرا لاتساع مسافات حرية التعبير، الأكثر استخداما بالمقارنة بالمواقع الاجتماعية الأخرى مما ساعد على استقطاب العديد من الأفراد والجماعات لفتح حسابات فيها لنشر، وتبادل المعلومات، والصور، والفيديوهات، ووضع الإعلانات المتنوعة حيث يتطرق مستخدمو الفايسبوك إلى شتى المواضيع، كل حسب اهتمامه وميوله، حيث يعتبر كفضاء جديد يفرض احتميات معينة، ويعطي للمرأة الفرصة لتكون الفاعل وليس المفعول به، كما نلاحظ أن تغيير الوسيلة لم يكن دافعا في تغيير نمط معالجة قضايا واهتمامات المرأة، فلم تختلف معالجة الإعلام الجديد لها عن الإعلام التقليدي إلا بصور شكلية تفرضها الوسيلة

المبحث الثاني: الانتماء الاجتماعي

1- أبعاد الانتماء :

ولما كان مفهوم الانتماء يعد مفهوما مركبا ويتضمن عدیدا من الأبعاد وهي كالتالي :

¹ - راضي زاهر ، المرجع السابق ، ص 23.

الهوية: يسعى الانتماء إلى توطيد الهوية وهي في المقابل دليل وجوده ومن ثم تبرز سلوكيات الأفراد كمؤشرات للتعبير عن الهوية وبالتالي الانتماء.¹

الجماعية : إن الروابط الانتمائية تؤكد الميل نحو الجماعية ويعبر عنها بتوحد الأفراد مع الهدف العام للجماعة التي ينتمون إليها وتؤكد الجماعية كلا من التعاون والتكافل والتماسك والرغبة الوجدانية في المشاعر الدافئة للتوحد وتعزز الجماعية كلا من الميل الى المحبة والتفاعل والاجتماعية وجميعها تسهم في تقوية الانتماء من خلال الاستمتاع بالتفاعل الحميم لتأكيد التفاعل المتبادل .

الولاء : الولاء جوهر الالتزام بدعم الهوية الذاتية ويقوي الجماعية ويركز على المساندة و يدعوا إلى تأييد الفرد لجماعته ويشير الى مدى الانتماء إليها وكما انه الأساس القوي الذي يدعم الهوية , إلا انه في اللحظة نفسها يعتبر الجماعة بتوحد الأفراد مع الهدف العام للجماعة التي ينتمون إليها وتؤكد الجماعية كلا من التعاون والتكافل والتماسك والرغبة الوجدانية في المشاعر الدافئة للتوحد وتعزز إمكانية الإقبال مسؤولة عن الاهتمام بكل حاجات أعضائها بالالتزام المتبادلة للولاء بهدف الحماية الكلية.

الالتزام : حيث التماسك بالنظم والمعايير الاجتماعية وهنا تؤكد الجماعة الانسجام والتناغم والإجماع ولذا فإنها تولد ضغطا فاعلا نحو الالتزام بمعايير الجماعة كآلية رئيسية لتحقيق الإجماع وتجنب النزاع.

التواد: ويعني الحاجة إلى الانضمام أو العشرة وهو من أهم الدوافع الإنسانية في تكوين العلاقات والروابط والصدقات ويشير إلى مدى التعاطف الوجداني بين أفراد الجماعة والميل إلى المحبة والعطاء والإيثار والتراحم بهدف التوحد مع الجماعة وينمي لدى الفرد تقديره لذاته وإدراكه لمكانته وكذلك مكانة جماعته بين الجماعات الأخرى ويدفعه إلى العمل على الحفاظ على الجماعة و حمايتها لاستمرار بقائها وتطورها كما يشير إلى فخر الانتساب إليها .

الديمقراطية : هي أحد أساليب التفكير والقيادة وتشير الى الممارسة والأقوال التي يرددها الفرد ليعبر عن إيمانه بثلاث عناصر:

¹ مجدي عزيز إبراهيم : موسوعة المعارف التربوية ,ج4,عالم الكتب , القاهرة , 2006,ص : 510.

تقدير قدرات الفرد وإمكاناته مع مراعاة الفروق الفردية وتكافئ الفرص والحرية الشخصية في التعبير عن الرأي في إطار النظام العام وتنمية قدرات كل فرد بالرعاية الصحية والتعليمية والاجتماعية والاقتصادية أن يشعر الفرد بالحاجة إلى التفاهم والتعاون مع الغير وأن تتاح له الفرصة بالنقد وتقبل نقد الآخرين بصدر رحب إتباع الأسلوب العلمي في التفكير¹

أبعاد الانتماء الاجتماعي: هناك عدة أبعاد تحدد قوة انتماء الفرد لمجتمعه

ويعتبر البعد الثقافي أول هذه الأبعاد وأكثرها قوة حيث يستوعب الفرد من خلال عملية التنشئة الاجتماعية قيم المجتمع وثقافته بحيث تشكل ما يمكن أي يسمى بضميره الداخلي الذي يتوحد من خلاله مع المجتمع وإذا كانت الثقافة تحتوي على ثلاثة أنماط من القيم هي الإدراكية التي بناء عليها يدرك الفرد الواقع إدراكا موضوعيا والقيم التفاضلية التي يفاضل الفرد إسنادا إليها بين الأشياء فانه يستوعب القيم الوجدانية هي مجموعة من القيم التي تخلق معاني تصل إلى حد التقديس على بعض الموضوعات كالألم والوطن والعلم ورمز

الوطن فالعنصر الثقافي المكون في بناء شخصية الطفل لم يعد يعكس الثقافة الخارجية للمجتمع ومن ثم سلوكياته في الواقع الاجتماعي وهي السلوكيات الموجهة بقيمه ومعايير الشخصية قد لا تتوقف مع توقعات الآخرين لهذا السلوك مهم الآخرون اللذين يعيشون في إطار النظام الاجتماعي للمجتمع ويعتبر البعد الاجتماعي هو البعد الثاني لانتماء الفرد للمجتمع ويتجسد هذا البعد من خلال عدة مظاهر أول هذه المظاهر أن يتيحها المجتمع للفرد مكانة في إطاره يلعب دورا مشارك من خلاله في تفاعلات المجتمع ومن الطبيعي أن يستوعب الفرد قيم الدور فإذا كان الفرد يشغل دورا معيناً فانه يرتبط عضويا بالنقص الذي الأشياء فانه

¹ نفس المرجع ص: 511.

يستوعب القيم الوجدانية هي مجموعة من القيم التي تخلق معاني تصل إلى حد التقديس على بعض الموضوعات كالألم والوطن والعلم ورمز الوطني يعتبر هذا الدور احد مكوناته في هذا الإطار فنجد انه كلما قطع الفرد شوطا مع العمر كلما تزايدت حاجاته التي ينبغي أن يشبعها النسق وكلما تزايد عدد الأدوار التي يمكن أن يقوم بها الفرد كلما تزايد¹ ارتباطه بالمجتمع وانتماءه له ويتمثل البعد الثالث للانتماء في مدى إشباع المجتمع للحاجات الأساسية للفرد إذ ينبغي ،ن يحقق إشباعا لغالبية حاجاته وهنا نجد أن حاجات الفرد كثيرة ومتنوعة فهناك الحاجات البيولوجية كالحاجات المعيشية والحاجة إلى المأوى وتشكيل

الأسرة وهي الحاجات التي ينبغي أن تشبع حتى يتحقق الاستمرار الفيزيقي للفرد وهناك إلى جانب ذلك الحاجات الاجتماعية والثقافية وهي تتكون من مجموعة الاهتمامات التي غرسها المجتمع في الفرد فالحاجة إلى المكانة الاجتماعية والحاجة إلى الاعتراف الاجتماعي والحاجة إلى أن يشغل الفرد دورا في المجتمع وبشارك من خلاله في مختلف المجالات وكذلك الحاجة إلى الحراك الاجتماعي²

أنواع الانتماء الاجتماعي : هناك العديد من التصنيفات التي تحدد أنواع الانتماء

الاجتماعي ومستوياته ومنها ما يلي:

من حيث طبيعة الانتماء الاجتماعي ويحدد في نوعين:

النوع الأول: حيث يحصل الفرد على عضوية الجماعة قبل الانتماء إليها وفي هذا النوع يكون سعي الفرد إلى الجماعة لاحقا لشروط العضوية الفعلية حتى تكون الجماعة قد وفرت له حاجاته الرئيسية مثل : الحاجة إلى الغذاء والدواء

والمسكن والرعاية والأمن والتعليم وغير ذلك بتوجه الشخص بمشاعره وولائه لهذه الجماعة يكون الانتماء ماديا ومن الأمثلة على ذلك : انتماء الفرد إلى أسرته وانتمائه إلى وطنه النوع الثاني: حين يحصل الفرد على

¹ علي ليلة : الطفل والمجتمع , "التنشئة الاجتماعية وأبعاد الانتماء الاجتماعي", المكتبة المصرية , 2006,ص: 317.

² نفس المرجع ص:318.

عضوية الجماعة من خلال مشاعره ورغباته وميوله على العضوية الفعلية وبذلك تتغلب العوامل الذاتية على هذا النوع من الانتماء

من حيث مستويات الانتماء الاجتماعي ويقسم إلى ثلاث مستويات :

مستوى الانتماء المادي: وهو أن يكون الفرد عضوا فعليا في جماعة الانتماء فإذا لم يكتسب الفرد العضوية الفعلية في الجماعة لا يتحقق انتمائه لها مستوى الانتماء الظاهري: وهو الانتماء اللفظي , حيث يعبر الفرد عن انتمائه بغرض إشباعه لحاجاته مثل: الانتماء لأسرة مفككة¹

مستوى الانتماء الايثاري : ويظهر هذا النوع من خلال مواقف الحياة الفعلية التي تتطلب تضامن الأعضاء من أجل جماعة الانتماء .

من حيث موضوع الانتماء الاجتماعي ويشمل جماعات الانتماء المختلفة وفقا لموضوع الانتماء مثل الانتماء الأسري أو الانتماء الوطني والذي يمكن تصنيفه الى صنفين هما :

انتماء حقيقي : حيث يكون الفرد لديه وعي بظروف وقضايا وتحديات وطنه , وقادرا على تحديد موقفه منها , مكرسا جهده ونشاطه لمواجهة هذه القضايا والتحديات .

انتماء زائف : وهو الانتماء الذي يتم بتأثير المؤسسات الرسمية وغير الرسمية التي تعمل على تشويه حقيقة الواقع في عقول المواطنين ومن ثم قد تصبح الأمور والمواقف والميول والاتجاهات غير معبرة عن الواقع الفعلي²

أهمية الانتماء الاجتماعي: تبرز أهمية الانتماء الاجتماعي على المستوى الاجتماعي

¹ عيد أحمد يوسف حمائل: دور إذاعة "أم أف أم" في تعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين , جامعة الشرق الأوسط نموذجا , رسالة ماجستير , غير منشورة , تخصص علم إجتماع التربية د س , ص 119.

² علي ليلة . مرجع سابق ذكره , ص: 319

فهو العمود الفقري للجماعة وبدونه تفقد الجماعة تماسكها وتماسك الجماعة هو انجذاب الأعضاء لها والذي يتوقف على مدى تحقيق الجماعة تحقق حاجات الفرد فيمكنها أن تؤثر على أفكاره وسلوكه عن طريق تلك الفوائد التي يحصل عليها من وراء انتمائه فيما يلي:

- تحقيق الرغبات الشخصية والاجتماعية التي يعجز الفرد عادة عن تحقيقها بمفرده .

- الشعور بالانتماء إلى جماعة تتقبله ويتقبلها فيشعر بالأمن والطمأنينة.

يمكن تغيير سلوك الفرد عن طريق الجماعة، فكل جماعة لها معاييرها وقيمها التي يتحتم على الفرد المنتمي إليها اكتسابها .

يتمكن الفرد عن طريق انتمائه للجماعة من اكتساب الميراث الثقافي الذي يمكنه من التفاعل ايجابيا مع أفراد مجتمعه .

تساعد الجماعة الفرد على ممارسة أنواع من النشاط ، يستغل فيه قدراته ويكتشف قدرات أخرى .

أما أهمية الانتماء الاجتماعي على المستوى النفسي: فتبرز من خلال كثرة المتغيرات

النفسية المرتبطة به والتي كشفت عنها نتائج العديد من البحوث والدراسات منها العلاقة بين حاجة الفرد للانتماء والتشابه بين الأشخاص حيث توصلت أن للجماعة ميولا انتمائي نحو الشخص الذي يتفق أو ينسجم معهم في اتجاهاتهم وفي ما يظهره من مفاهيم قيمة مشابهة لتلك القيم التي يحملونها بخصوص موضوع ما الكشف عن السلوكيات التعبيرية المرتبطة بإرضاء الحاجة إلى الانتماء حيث توصلت إلى أن كشف الذات هو واحد من هذه السلوكيات و الأشخاص ذوي الحاجة العالية للانتماء هم أكثر كشفا للذات من الأشخاص ذوي الحاجة المنخفضة¹.

¹ علي ليلة . مرجع سابق ذكره ، ص: 319

أما تأثير الجنس على الحاجة للانتماء فقد أظهرت الدراسات إلى أن الإناث بالمقارنة مع الذكور هن أكثر تحسسا لمشاعر الآخرين وأكثر إدراكا واستيعابا لحاجاتهم ورغباتهم وأن هذا يقربهن من آخرين ويؤدي إلى إشباع حاجة الانتماء لديهن¹

متغيرات الانتماء الاجتماعي : ابتداء من الدراسات التي بدأ "شارلز هورتن كولي" عن معنى الانتماء أصبحت هذه الحقيقة من الحقائق التي اهتمت بها دراسات سيكولوجية وسوسولوجية عديدة ، بعض الدراسات أكدت أنها حالة من التوحد مع الجماعة وهي حالة يستوعب من خلالها الفرد بداخله بحيث يعتبر تهديد للجماعة تهديدا له في هذا الإطار قد يضحي الفرد بنفسه فداء للجماعة ، لأنها تضحية بالجزء من أجل الكل ، فهناك أيضا من يعرف الانتماء بأنه مزيج غريب من العناصر الموضوعية والذاتية في واقع تاريخي اجتماعي محدد وقد يبلغ الانتماء درجة قصوى من الذاتية والاختبار الروحي حتى يصعب تحديده ، وإذا كان "إميل دوركايم" الانتماء بأنه الحالة التي يجد الفرد نفسه معتمدا عاطفيا واقتصاديا على الجماعة بحيث نجد أن الجماعة هي التي تمنحه مكانته وتتولى إشباع حاجاته فان إميل دوركايم يقدم تشخيصا واقعا للانتماء والإيثار ، الذي قد يأتيه الفرد فداء للجماعة وتضحية من أجلها أو أنه ينظر إلى ذاته باعتباره أصبح عبئا على الجماعة لأن الفرد² على خلاف ذلك نجد عالم الاجتماع "تالكوت بارسونز" الذي يرفض هذه البيئة المطلقة للجماعة من قبل الفرد حيث يرى إذا كان المجتمع يضم الفرد إليه من خلال عملية التنشئة الاجتماعية التي يتعرض لها خلال المراحل المختلفة من حياته ومن خلال الإمكانيات الاجتماعية التي يشغلها والأدوار الاجتماعية التي تقوم بها عادة وهي الحالة التي يرتبط فيها بالآخرين من خلال نسق التوقعات المتبادلة ، أو قد يكون ضم المجتمع للفرد من خلال إشباع حاجاته الأساسية وذلك يعين المجتمع بربط الفردية من خلال روابط ثقافية واجتماعية وبيولوجية ومن ثم يضعف ارتباط الفرد بالمجتمع إذ يضعف

¹ الموقع الالكتروني : <http://www.wikipedia.com> التاريخ : 20/11/2015 الساعة : 13.00

² علي أسعد وطفة : علي جاسم الشهاب : علم الاجتماع المدرسي ، المجلد الأول ، المؤسسة الجامعية ، عمان ، الأردن ، 2004 ، ص

أي رابط من الروابط الثلاثة إذ أضعفت الثقافة أو انهارت أو إذا لم يعثر الفرد على المكانة التي يشغلها أو الدور الذي يمكن أن يؤدي أو لأن المجتمع لم يشبع الحاجات الأساسية للفرد، ولا لأن الفرد يستمد في العادة وجوده من الجماعة ، على خلاف ذلك نجد عالم الاجتماع تال كوت بارسونز الذي يرفض هذه البيئة المطلقة للجماعة من قبل الفرد حيث يرى إذا كان المجتمع يضم الفرد إليه من خلال عملية التنشئة الاجتماعية التي يتعرض من خلال المراحل المختلفة من حياته ومن خلال الإمكانيات الاجتماعية التي يشغلها والأدوار الاجتماعية التي تقوم بها عادة وهي الحالة التي يرتبط فيها بالآخرين من خلال نسق التوقعات المتبادلة ، أو قد يكون ضم المجتمع للفرد من خلال إشباع حاجاته الأساسية وذلك يعين المجتمع بربط الفردية من خلال روابط ثقافية واجتماعية وبيولوجية ومن ثم يضعف ارتباط الفرد بالمجتمع إذ يضعف أي رابط من الروابط الثلاثة إذ أضعفت الثقافة أو انهارت أو إذا لم يعثر الفرد على المكانة التي يشغلها أو الدور الذي يمكن أن يؤدي أو لأن المجتمع لم يشبع الحاجات الأساسية للفرد ، ولا يختلف روبرت ميرتون عن تالكوت بارسونز في هذا الصدد حيث يرى ارتباط الفرد بالمجتمع من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية المتتابة ، ويتمثل البعد الثاني في إشباع الغاية البيولوجية والاجتماعية والثقافية للفرد في المجتمع وفقا لهذه القيم والمثل وإذا كان ذلك فان ارتباط الفرد بالمجتمع يكون أقوى ما يكون إما إذا لم يشبع الحاجات الواقعية لدى البعض الآخر بغير هذه القيم والمعلنة فان ارتباط الفرد بالمجتمع يكون أقوى أو بالأصح النظام الاجتماعي السائد يضعف ومن ثم يسلك الفرد الانسحاب منه وحتى التمرد والثورة عليه.

نظريات الانتماء الاجتماعي:

نظرية التحليل النفسي : تتكون الشخصية من وجهة نظر فرويد من ثلاث نظم أو قوى رئيسية هو ألهو والأنا الأعلى يمثل المصدر الرئيسي للطاقة والحصول على اللذة ومن سماتها التوجه نحو إشباع الغرائز بصرف النظر عن القيم والمعايير الاجتماعية ، أما الأنا فتمثل القوة الواعية للإنسان ومركز الارتباط بالواقع

¹ نفس المرجع ص:45.

وهي تعمل على توافق الشخصية مع البيئة الخارجية أما الأنا الأعلى فتشكل من قيم الآباء المجتمع التي غرست وتجذرت لدى الفرد وتتسم بالقوة الرادعة لكل أنواع السلوك غير المنسجم أو غير المتوافق مع القيم والمعايير الأخلاقية في المجتمع وفي هذا الإطار يقدم فرويد تفسيراً للانتماء الاجتماعي قائماً على الافتراضات الآتية :

إن ظهور السلوك الانتمائي يتوقف على أنماط العلاقات المبكرة بالوالدين خاصة الأم إن خبرات أساليب التغذية المبكرة تؤثر في تكوين الشخصية وان السلوك الانتمائي ما هو إلا نوع من الخلق الفمي بسبب الرضاعة من الثدي لفترة طويلة ويتبع تفسير فرويد هذا من اعتقاده في ان أساس ارتباط الطفل بأمه هو إرضاء حاجاته الفمية وان هذا يكون أساس الدافع الثانوي للميل للناس الآخرين فالطفل الذي كان في طفولته قد يشبع بشكل مفرط فان شخصيته ستكون عرضة للتناؤل والاعتماد على الآخرين فيما إذا لاقى إحباط في اشباع اللذة الفمية فان الشخصية الفمية تكون من النوع العدائي والتي تتسم بالسلوك الذي يميل الى إثارة الجدل والخلاف والتشاؤم والكره والعداء والتناقض الوجداني ازاء الأصدقاء أي الشعور بالمزيج من الحب والكره .

نظرية سوليفان : تعد نظرية سوليفان من النظريات التفاعلية فهو يتحدث عن كيفية نمو الشخصية منذ الطفولة وكيف نكتسب التوتر والقلق ويقول ان كل ذلك يتم من خلال التفاعل مع الآخرين يشير سوليفان الى ان طبيعة الشخصية المتبادلة التي تحدد درجة الإحساس¹ بالانتماء الاجتماعي للآخرين اذ ان خبرة التوتر الذي ينتج عن أخطار حقيقية أو موهومة² تهدد إحساسه بالانتماء الاجتماعي وكلما ازدادت خبرة التوتر كلما قلت قدرة الفرد على اشباع حاجاته وأدت الى اضطراب علاقاته الشخصية المتبادلة.³

¹ نفس المرجع ص:46.

² سهيلة عبد الرضا عسكر : الانتماء الاجتماعي وعلاقته بالأذعان لدى المسنين , كلية التربية , قسم العلوم التربوية والنفسية , الجامعة المستنصرية , العراق , , ص:65

نظرية أرك فروم : يرى فروم ان الإنسان تحكمه العديد من الحاجات مثل : الحاجة الى الانتماء والحاجة الى التجذر والحاجة الى الهوية الشخصية والحاجة الى إطار مرجعي توجيهي , فالحاجة الى الانتماء تكمن في كل ظاهرة من ظواهر العلاقات الإنسانية الودية وهي الشعور بالمقاسمة والاشترك , لأن المشاركة الايجابية والمحبة تسمح له بتجاوز وجوده الفردي وهذه الحاجة ضرورية في الحفاظ على الاستقرار النفسي والاجتماعي للفرد وبما ان الفرد كائن اجتماعي فان أغلب مشاكله ناتجة عن انفصاله عن مجتمعه لأنه بحاجة الى الانتماء والشعور بالأمن في ظل الجماعة , فضلا عن حاجته الى الإبداع والابتكار والاستقلال الذاتي وان حالة التوتر تأتي من حالة اشباع هذه الحاجات .

نظرية ماسلو : يؤكد ماسلو وجود نوعين من الحاجات لدى الانسان الحاجة الفيزيولوجية وحاجات الأمن والاستقرار وحاجات الحب والانتماء وحاجات التقدير , فبعدما يشبع الفرد حاجاته الفيزيولوجية وحاجات الأمن تبدأ الحاجة الى الانتماء بالظهور وتكوين علاقات اجتماعية وتكوين أسرة والى الإحساس بالانتماء لمؤسسة مهنية أو اجتماعية وبعد اشباع الحاجة الى الانتماء والقبول من الآخرين ومجتمعهم ضروريا لحصول الفرد على الاطمئنان وإلا أدى الى شعور الفرد بالقلق والتوتر مما يجعله يندفع الى القيام بسلوك عشوائي أو سلوك غير اجتماعي كما يحصل الانتماء من خلال التوحد مع الناس والتوافق معهم وقبول الأنماط السلوكية والقيم والاتجاهات في المجتمع .

نظرية فستنكر : أعطى أهمية كبرى للواقع الاجتماعي كقوة دافعة توجه الفرد نحو الانتماء للآخرين والتأثر بهم فعلى الرغم من أنه يؤكد على أن كلا من الواقع المادي والواقع الاجتماعي يشكلان مصادر مهمة للتقييم إلا أن الاختلاف قائم بينهما وهو أن الواقع المادي يوفر للناس معيارا موضوعيا لمقارنة معتقداتهم وأفكارهم ومشاعرهم وقدراتهم , إلا أنه في أغلب الأحيان فان مثل هذا المعيار الموضوعي يكون غير متاح في حياة الفرد اليومية وعليه فانه يلجأ الى الآخرين لكي يحصل على معلومات وأحكام تهمة بخصوص و أنها

تحصل عندما يرغب الفرد في التحقق من مدى دقة وصحة هذه المعلومات التي كونها بخصوص ذلك الموضوع عن طريق مقارنتها بتلك المعلومات والأحكام التي يمتلكها أو يكونها الآخرون عن ذلك الموضوع¹

العوامل المؤثرة على انتماء الفرد للمجتمع :

استنادا الى ما سبق فإننا نلاحظ ظواهر عديدة تؤثر على انتماء الفرد للمجتمع مثلا ضعف القيم الأساسية ، ذلك بفعل التغييرات المتتابعة أو انتشار الثقافة الاستهلاكية أو ضياع المثل والأهداف التي يمكن أن يتحقق من ظلها التنشئة الاجتماعية الفعالة ، الأمر الذي يمكن أن يؤدي الى ضعف المكون الثقافي في شخصية الطفل ومن ثم ضعف ضميره الاجتماعي والأخلاقي وهي الحالة التي تدفعه الى تفضيل المصلحة الخاصة على المصلحة العامة وهو ما نعتبره مؤشرا على ضعف الانتماء الاجتماعي يؤثر على الطفل أيضا ، انتشار الفساد والغش والانحراف في المجتمع وهي الظواهر والسلوكيات التي تنتقل الى الطفل من خلال حكايات الأسرة أو الاعلام و حتى من حكايات الأصدقاء ، الأمر الذي يشعر الطفل أنه يعيش في بيئة فاسدة لا يعكس المثل التي يستوعبها من خلال عملية التنشئة الاجتماعية ، الأمر الذي قد يؤدي الى ضعف روابطه بما لديه من قيم تشكل ضميره الداخلي أو أتت ذلك يضعف روابطه بالمجتمع ، يؤثر على انتماء الطفل أيضا عدم اشباع الحاجات الأساسية للأفراد في المجتمع ، يشاهد الطفل الألعاب المختلفة في إعلانات التلفزيون ويصطلح بأن أسرته عاجزة عن توفيرها له ، يسمع من حكايات الأسرة على الدخول المتردية والعاجزة عن اشباع الحاجات الأساسية ، عن الأخ الذي تخرج ولم يجد عملا بعد ويشكل مشكلة تقلق راحة الاسرة وتنتقل الى الطفل حكايات الأخت التي لم تجد مسكنا لتكمل زواجها قد تنتقل الحكايات الى الطفل من خلال تفاعل هادئ وبطيء قد يتعرض على هذه المظاهر من خلال مشكلات تكاد تعصف بالأسرة²

العلاقة الجدلية بين الانتماء وجماعة الانتماء :

¹ نفس المرجع ص: 66.

² علي أسعد وطفة : علم الإجتماع التربوي، جامعة دمشق، 2004، ص: 112.

الانتماء مفهوم نفسي ،اجتماعي ، فلسفي ، وهو نتاج العملية الجدلية التبادلية بين الفرد والمجتمع أو الجماعة التي يفضلها المنتمي .

باعتبار الانتماء ذا طبيعة نفسية اجتماعية ، فان وجود المجتمع أو الجماعة هام جدا كعالم ينتمي إليه الفرد حيث يعبر عن الانتماء بالحاجة الى التجمع والرغبة في ان يكون الفرد مرتبطا أو يكون في حضور الآخرين وتبدو هذه الحاجة وكأنها عامة بين أفراد البشر .

يفضل ان تكون جماعة الانتماء بمثابة كيان اكبر واشمل وأقوى لتكون مصدر فخر واعتزاز للفرد وان يكون الفرد العضو في جماعة الانتماء في حالة توافق متبادل معها ليتم التفاعل الايجابي بينهم.

يعبر عن جماعة الانتماء بالجماعة البرمجية تلك التي يتوحد معها الفرد ويستخدمها معيارا لتقدير الذات ومصدرا لتقديم أهدافه الشخصية وقد تشمل الجماعة المرجعية كل الجماعات التي ينتمي اليها الفرد كعضو فيه.

ان يثق ويعتق معايير ومبادئ وقيم الجماعة التي ينتمي اليها ومن ثم يحترمها ويلتزم بها.

على الفرد نصره الجماعة التي ينتمي اليها والدفاع عنها وقت الحاجة والتضحية في سبيلها اذا لزم الأمر مقابل ان توفر الجماعة لها الحماية والأمن والمساعدة.

ان يكون توحد الفرد مع الجماعة ضمن إطار ثقافي مشترك ، وتعتبر اللغة والمعايير الثقافية الأخرى عناصر أساسية للجماعة ، ويتحدد مدى الانتماء بدرجة التمسك بها .

الانتماء بمثابة حاجة أساسية (إنسانية ، طبيعية، سيكولوجية) في البناء النفسي باعتباره خاصية نفسية واجتماعية.

الانتماء متعدد الأنماط ، اتساعا وضيقا ، تباعدا وتكاملا وللتنشئة الاجتماعية دور إما في إضعاف الانتماء أو تقويته اذ عن طريقها يتشبع الفرد بالقيم المعززة للانتماء ومفردات الثقافة كاللغة والفكر والفن.¹

¹ الموقع الالكتروني : [http //www.ibtesama.com](http://www.ibtesama.com) . التاريخ : 2020/2/5 الساعة 10:30 .

يتأثر الانتماء بالظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية السائدة ولذلك فإن أنماط السلوك التي يصعب تفسيرها أو تبريرها أحيانا ما تكون نتيجة لفشل الفرد في الشعور بالانتماء وإحساسه بالعزلة عن الجماعة .
لا انتماء بلا حب ولذا فالحب جوهر الانتماء.

الانتماء يدعم الهوية باعتبارها الإدراك الداخلي الذاتي للفرد ، محددة بعوامل خارجية يدعمها المجتمع والانتماء هو الشعور بهذه العوامل ويترجم من خلال افعال وسلوكيات تتسم بالولاء للجماعة الانتماء أو المجتمع¹

المبحث الثالث :الولاء

أنواع الولاء:

أولاً : الولاء العاطفي(التلاحمي):

وهو يعكس علاقة العامل وارتباطه الودي مع المنظمة التي يعمل فيها ، ويتمثل ذلك في مشاعر وأحاسيس المودة، والوفاء والإخلاص التي يكنها العامل لمنظمتة ، وينتج عن ذلك الشعور انخفاض معدلات الغياب ودوران العمالة، وارتفاع مستوى الأداء والإنجاز ، وهو يتأثر بمدى إدراك العامل لخصائص عمله من استقلالية

وتنوع في المهارات والقدرات وطبيعة علاقته برؤسائه ومرؤوسيه وزملائه في العمل وهو يتمثل كذلك بسلوك العامل المؤدي إلى تقوية الإحساس بتماسك وتلاحم أفراد وزملاء العمل

ثانياً : الولاء المستمر:

وهو يعكس علاقة العامل وارتباطه الودي مع المنظمة التي يعمل فيها ، ويتمثل ذلك في مشاعر وأحاسيس المودة والوفاء والإخلاص التي يكنها العامل لمنظمتة ، وينتج عن ذلك الشعور انخفاض معدلات الغياب

¹ نفس الموقع الالكتروني.

ودوران العمالة، وارتفاع مستوى الأداء والإنجاز ، وهو يتأثر بمدى إدراك العامل لخصائص عمله من استقلالية وتنوع في المهارات والقدرات وطبيعة علاقته برؤسائه ومرؤوسيه وزملائه في العمل وهو يتمثل كذلك بسلوك العامل المؤدي إلى تقوية الإحساس بتماسك وتلاحم أفراد وزملاء العمل.

ثالثاً: الولاء الأخلاقي (المعياري):

وهو التزام يعبر عنه الفرد عن درجة إحساسه الداخلي بمدى توافق وانسجام القيم والمبادئ التي يؤمن بها مع القيم والمبادئ التي تؤمن وتعمل بموجبها المنظمة المنتمي إليه فكلما كانت هذه القيم والمبادئ منسجمة ومتوافقة بين العامل والمنظمة كلما زاد هذا الالتزام من طرف العامل تجاه منظمته والاستمرار في البقاء فيها والتزامه بأنظمتها وتعليماتها والعكس صحيح¹

04- خصائص الولاء:

-يعبر الولاء التنظيمي عن استعداد الفرد لبذل أقصى جهد ممكن لصالح المؤسسة ورغبته الشديدة في البقاء فيها، ومن ثم قبوله وإيمانه بأهدافها وقيمتها.

-يشير الولاء التنظيمي إلى الرغبة التي يبديها الفرد للتفاعل الاجتماعي من أجل تزويد المؤسسة بالحيوية والنشاط.

-إن الولاء التنظيمي حالة غير ملموسة يستدل عليها من ظواهر تنظيمية تتابع من خلال سلوك وتصرفات الأفراد العاملين في تنظيم والتي تجسد مدى ولائهم

-إن الولاء التنظيمي حصيلة تفاعل العديد من العوامل الإنسانية والتنظيمية وظواهر إدارية أخرى داخل التنظيم²

¹ صفوان أمين الصقاف، أثر القيادات بالقيم على الولاء التنظيمي، حالة تطبيقية على منظمات الأعمال اليمنية، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد العاشر، العدد الأول، السودان، 2015، ص84.

² محمد صلاح الدين أبو العلاء، مرجع سابق، ص ص 38،39.

-إن الولاء التنظيمي لن يصل إلى مستوى الثبات المطلق إلا أن درجة التغيير التي تتحصل فيه تكون أقل نسبيا بين درجة التغيير التي تتصل بالظواهر الإدارية الأخرى¹

-يستغرق الولاء التنظيمي في تحقيقه وقتا طويلا لأنه يجسد حالة تامة للفرد كما إن التخلي عنه لا يكون لتأثر عوامل سطحية طارئة بل يكون نتيجة لتأثيرات استراتيجية.

-يتأثر الولاء التنظيمي بمجموعة المعتقدات الشخصية والعوامل التنظيمية والظروف الخارجية المحيطة بالعمل بمعنى الولاء يصنع ويكتسب وليس خطوة في الفرد².

أهمية الولاء:

الولاء التنظيمي لاقى اهتماما واضحا بين الباحثين والدارسين في مجال الإدارة في العصر الحديث، لما له علاقة إيجابية فعالية المنظمة، ودرجة إنجاز العمل، فهو يعبر عن اتجاه الفرد نحو منظمته واعتزازه بها، واستعداده للدفاع عنها وعن سمعتها بسبب إيمانه القوي بأهداف وقيمتها. "يمثل الولاء التنظيمي عنصرا هاما في الربط حين المنظمة والأفراد العاملين فيها لاسيما في الأوقات التي لا تستطيع فيها المنظمات أن تقدم الحوافر الملائمة لدفع هؤلاء الأفراد العاملين للعمل وتحقيق أعلى مستوى من الإنجاز³. "إن الولاء التنظيمي من أكثر المسائل التي أخذت تشغل بال الإدارة إدارة المنظمات كونها أصبحت تتولى مسؤولية المحافظة على المنظمة في حالة صحية وسليمة وتمكنها من الاستمرار والبقاء وانطلاقا من ذلك برزت الحاجة لدراسة السلوك الإنساني في تلك المنظمات بغرض تحفيزه وزيادة ولائه بأهداف وقيمتها"⁴ إن ولاء الأفراد

¹ سعد بن عميقان سعد الدوسري، مرجع سابق، ص.7.

² مزوار منوبة، أثر الحوافز على الولاء التنظيمي، دراسة حالة عينة من المؤسسات العمومية، مذكرة ماجستير، جامعة بومرداس، 2012، ص 58.

³ عبد الرحمان أحمد الهيجان، مرجع سابق، ص. 08.

⁴ الدوسري سعد بن عميقان، مرجع سابق، ص. 80.

لمنظماتهم يعتبر عاملا هاما في ضمان نجاح المنظمات "واستمر ريبها وزيادة إنتاجها إن الولاء لأفراد لمنظماتهم يعتبر ملامها في التنبؤ بفاعلية المنظمة"¹

العوامل المساعدة في تكوين الولاء:

المدخلات: تشير معظم الدراسات التي أجريت في مجال الولاء أن من أهم العوامل التي تساهم في تنمية الولاء لدى العاملين ما يلي:

أ- **المكانة الاجتماعية:** ويقصد تلك المرتبة الاجتماعية للشخص مقارنة بالآخرين في أي نظام اجتماعي وقد تكون المكانة رسمية أو مرتبة اجتماعية تضيفها الجماعة على شخص ما تعبير عن شعورهم نحوه تتكون مكانة غير رسمية، ويرتبط الأفراد بعضهم البعض في التنظيم ويسعى العاملون ببذل قصارى جهدهم للمحافظة على مكانتهم تتميتها لأن فقدان المكانة يعتبر حديثا سيئا بالنسبة لأي منهم.

ب- قيام المؤسسة بمساعدة الفرد على إشباع حاجاتهم حيث يلتحق العامل بأي مؤسسة ليعمل بها يسعى بداية لتحقيق حاجاته ورغباته المتعددة سواء السيكولوجية أو البيولوجية، فإذا قامت المؤسسة بمحاولة إشباعه يكون ذلك الأثر الطيب في محو الولاء التنظيمي لدى العمال وعلى العكس من ذلك تجاهلت المؤسسة هذا العنصر الفعال في نحوها وبالتالي يميل الفرد للبحث عن مكان آخر يجد فيه ضالته.

ج- **نظام الحوافز:** له دور فعال في تعزيز العلاقات بين التنظيم والعاملين فيه، فهي التي تحفز القوى الدافعة بغية تحقيق أهداف التنظيم وهذه الحوافز تكون مادية أو معنوية فردية أو اجتماعية يتوقف تأثيرها على نجاعة الأساليب المتبعة في تنفيذها والتي تراعي أهداف التنظيم وأهداف العاملين لتحقيق الولاء.

¹ موسى اللوزي، التطوير التنظيمي: أساسيات ومفاهيم حديثة، دار وائل، عمان الأردن، 1999، ص 118.

د- **المناخ التنظيمي**: يعبر مفهوم المناخ التنظيمي عن الخصائص المختلفة التي تميز البيئة في التنظيم والتي تشمل نواحي التنظيم الرسمي وحاجات العاملين وطبيعة الاتصالات التنظيمية وأساليب الإشراف¹.

و مما سبق نستخلص أن الولاء بين الموضوعات المهمة في حقل الإدارة، لذا حضي باهتمام من قبل الباحثين والدارسين في مجال السلوك، كونه يؤثر في مستقبل المنظمة والفرد العامل لذا تعتبره سلوكا مرغوبا فيه من طرف الموظف وقائد المنظمة مادام يعكس الغرض الذي يطمح له كلا الطرفين وهو الفعالية في الإنتاج والكفاءة في العمل تتجلى القيمة الحقيقية للولاء تحقيق جو كامل محفز من أجل البقاء على صيرورة الدافعية، كدفع مبالغ مالية لتدريب المواطنين ومنهم حوافز معنوية وأخرى مادية لإشباع حاجاتهم المتعددة حينها يحس الفرد بالطمأنينة والأمن الوظيفي مما سما يؤدي إلى الرضا عن عمله وبذل أقصى ما بوسعه من أجل استمرارية منظمته


* علاقة الانتماء بالولاء من خلال كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية لدى الطالب الجامعي

الولاء شعور بالارتباط بشيء ما خارج ذات الفرد مثل جماعة، تنظيم، هدف، فكرة، قضية، نظام، مثل أعلى، يحمل ذلك الشعور معه استعدادا للمساندة والقناعة تجعل الفرد يسلك بإصرار وحزم نحو المصلحة والمنفعة الخاصة بموضوع ولاءه، فالولاء يستوجب من الفرد أن يقوم بالتضحية العاطفية والمعنوية والمادية من أجل موضوع ولاء . وبالنظر في تصنيف الانتماء فالإنسان ينتمي ولكنه لا يدرك هذا الانتماء إنسان ينتمي و يدرك هذا الانتماء لكنه لا يسعد ولا يعتز به .إنسان ينتمي ويدرك هذا الانتماء ويعتز به . كما أن الدارس لمعنى الانتماء يتضح له أن المرحلة الثالثة من مراحل مفهوم الولاء وهذا يعود بنا إلى المقارنة بين تعريف الانتماء و الولاء؛ لنقول أن الولاء هو أعلى مستويات الانتماء من حيث تدرج الإدراك والاعتزاز بالمنظمة، ولعل هذا ما يفرض الخلاف بين تعريف " كانتر " للانتماء وتعريف " مارش " الذين

¹ خلف الله سليمان الرواشدة، صنع القرار المدرسي والشعور بالأمن والولاء التنظيمي، دار حامد للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، الأردن،

اختلفا في كون الانتماء مشروط أم غير مشروط وبالمقارنة نجد " أن كانتر " عندما ربط الانتماء بالعوائد كان يصف المستوى الثاني حيث يدرك الفرد انتماءه للمنظمة لكنه لا يعترف بها . اما "مارش" فيصف المستوى الثالث من الانتماء حيث الفرد يدرك انتماءه للمنظمة ويعترف بها وبالجمع بين أول التعليق وآخره يمكن القول " أن مارش " كان يصف الولاء بالتحديد ، الذي يعتبر انتماء غير مشروط لأنه انتماء مكلل بالاعتزاز ومدعم بالإدراك. الولاء والانتماء قد يمتزجان معا حتى انه يصعب الفصل بينهما، الا أن هناك عدد من الفروق أهمها تركيز الانتماء على عضوية الفرد لجماعة ما والاندماج فيها والتوحد معها، ي تجاوزها الولاء ليشمل فكرة ما أو قضية ما، فيمكن أن يكون الولاء لجماعة لا ينتمي إليها الفرد . بينما يركز الانتماء على جماعة يكون الفرد متقبلا لها، ومقبولا منها، يركز الولاء على الصلات، والعواطف، والقانونية التي تربط الفرد بالجماعة، أو الفكرة، أو القضية . يركز الانتماء على العضوية، يركز الولاء على المشاعر، والعواطف تجاه الجماعة باعتباره رابطة وجدانية، واستعداد إرادي يتخذ العديد من الصور الطاعة، الالتزام، الإخلاص، الواجب، الصداقة، ولهذا فهو يقوي الانتماء وينميه .الانتماء يحتوي جزء من موضوعه الوجود المادي، أما الولاء فيحتوي موضوع كله معنا وجدانيا، وسلوكيا، سواء أكان الاحتواء نظريا.

و من هنا يمكننا القول أن الانتماء يركز على العضوية و هذا شرط أساسي و نخص بالذكر الفيسبوك ، من خلال الاشتراك في المنظمات و غيرها يتولد لدى الفرد شعور ذاتي يربطه بهم يسمى بالولاء .



الفصل الثالث:

الإطار التطبيقي للدراسة

- 1- تفريغ البيانات وتحليلها .
- 2- نتائج الدراسة الجزئية
- 3- نتائج الدراسة الكلية



تمهيد:

سنقوم في هذا الجانب استعراض مختلف الجداول التحليلية البسيطة منها و المركبة الخاصة بتحليل معطيات أسئلة الاستمارة الاستبائية .

ويعقب كل جدول قراءة تحليلية، كما يعقب كل سلسلة من الجداول المرتبطة بسؤال من أسئلة الاستمارة

استنتاج جزئي لنخرج بعد تحليل كل الجداول بالاستنتاجات الجزئية ثم الاستنتاجات العامة.

نبذة عن صفحة قسم الاعلام و الاتصال :

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية لجامعة تبسة "كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية حديثة العهد بجامعة العربي التبسي، فقد تأسست اثر إعادة هيكلة كلية الآداب و اللغات و العلوم الإنسانية والاجتماعية بناء على المرسوم الرئاسي الصادر بالجريدة الرسمية عدد 57 المؤرخة في 2012/10/17"¹.

1- تفرغ و تحليل البيانات:**المحور الأول: البيانات السوسيو-ديمغرافية****جدول رقم (01): يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس**

المتغير	التكرار	النسبة
ذكور	19	31.67%
إناث	41	68.33%
المجموع	60	100%

يوضح الجدول أعلاه نسبة 31.67 % الذكور، أما الإناث بنسبة 68.33 % و كما نلاحظ فنسبة الإناث

أكبر من نسبة الذكور، و قد يرجع ذلك إلى أن الدولة الجزائرية تساوي بين المرأة و الرجل في التعليم و كذلك

نسبة ارتفاع النساء المتعلمات، يرجع أيضا إلى حب المعرفة والتزود بالمعلومات أكثر من خلال الاستخدام

الأمثل لشبكة الانترنت و مواقع التواصل الاجتماعي ذلك أنه يقوي شخصياتهن ويجدن أن العالم الافتراضي

1- بن احمد الطاهر، أصداء جامعية، الجزائر، العدد 21، أكتوبر 2014، ص 22.

يزيد من التحصيل العلمي لديهن، ولأن نسبة الإناث كذلك تفوق نسبة الذكور في الجزائر عموماً، بالإضافة إلى الاختيارات المتاحة للذكور عوض التعليم في ميدان عمل الجيش، الشرطة، التجارة... الخ

جدول رقم (02): يبين توزيع المبحوثين حسب السن

المتغير	التكرار	النسبة
(اقل من 25 سنة)	34	56.67%
(25-35 سنة)	22	36.67%
32 فما فوق	04	6.66%
المجموع	60	100%

من خلال معطيات الجدول تبين لنا أن ما يقارب نسبة 56.67 % من المبحوثين يتراوح أعمارهم ما بين (21-25) سنة يرجع ذلك إلى أن الفئة أهم الأكثر استخداماً للأنترنيت نظراً لصغر سنهم وبالتالي هم أكثر تعلقاً بها واستخداماً لها في جميع المجالات ومختلف الخدمات التي تشبع رغباتهم وتمدهم بالعزيمة والإرادة القوية للعمل أكثر في حين نجد أن عينة البحث التي تبلغ أعمارهم ما بين (26-31) تمثل نسبة 36.67 % أما الذين يتراوح أعمارهم ما بين 32 سنة فما فوق يمثلون نسبة 6.66% و يمثلون الفئة التي تحصلت على شهادة البكالوريا متأخرة.

جدول رقم (03): يبين توزيع المبحوثين حسب التخصص

المتغير	التكرار	النسبة
اعلام واتصال	20	33.33%
سمعي بصري	20	33.34%
اتصال تنظيمي	20	33.33%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال قراءة أرقام الجدول أعلاه أن توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي حصل على نسب متساوية تقدر: 33.33% من جميع التخصصات الموجودة بالقسم لأنه تم اختيار عينة طبقية متساوية كما يرجع ذلك أيضاً إلى طلبية جميع التخصصات بقسم الاعلام والاتصال بحاجة لمواقع التواصل

الاجتماعي وبالتالي استعمالاتهم تكون أكثر من أي وقت مضى بغية التزود أكثر بالمعلومات القيمة في ميدان التخصص ويعملون على تطوير خبراتهم و قدراتهم من خلالها.

المحور الثاني : تشكيل الانتماء و الولاء للطالب الجامعي من خلال الصفحة الافتراضية لقسم الاعلام و الاتصال على الفيس بوك

جدول رقم (04): يبين اشتراك المبحوثين في صفحة قسم الإعلام و الاتصال

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	36	60%
لا	24	40%
المجموع	60	100%

من خلال الجدول يظهر لنا نسبة 60% صرحوا باشتراكهم في صفحة قسم الاعلام و الاتصال على الفيسبوك و ذلك لحاجتهم في معرفة كل ما يخص القسم و كل جديد يتعلق بأمر القسم من معلومات ادارية سواء تعليمات أو اشعارات و غيرها ،ونسبة 40% أكدوا عدم اشتراكهم في الصفحة لعدم معرفتهم بوجودها أو ربما لحصولهم على معلومات القسم من موارد أخرى غير الفيسبوك

جدول رقم (05): يبين انتساب المبحوثين لصفحة قسم الإعلام و الاتصال

المتغير	التكرار	النسبة
منذ إنشائها	36	90%
حديثا	04	10%
لا اعلم	/	/
المجموع	40	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة هي 90% كانت "منذ إنشائها" و أقل نسبة كانت "حديثا" بنسبة 10%، أما بالنسبة الذين أجابوا "لا أتذكر" كانت النسبة معدومة ، وهذا راجع للأهمية التي تحتلها صفحة قسم الاعلام و الاتصال و مدى الاستفادة المباشرة منها و ربما لان لديها صدى واسع بين أوساط طلبة القسم .

جدول رقم (06): يوضح اطلاع المبحوثين المستمر لمضامين صفحة قسم الاعلام و الاتصال

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	24	40%
أحيانا	04	6.67%
لا	26	43.33%
المجموع	60	100%

يبين لنا الجدول أعلاه اطلاع المبحوثين الدائم و المستمر للمنشورات صفحة الاعلام و الاتصال فكانت نسبة 40% للذين أقرؤا أنهم لا يتابعون ما تنشره الصفحة باستمرار ،فيما قالت نسبة 6.67% ونسبة 43.33% للذين صرحوا أنهم لا يتابعون كل ما تنشره الصفحة مبررين ذلك بأنهم يولجون إليها فقط وقت الحاجة لذلك.

جدول رقم (07): يوضح رأي المبحوثين حول ما تنشره صفحة قسم الاعلام و الاتصال

المتغير	التكرار	النسبة
دائما	06	10%
غالبا	22	36.67%
أحيانا	30	50%
المجموع	60	100%

يوضح الجدول أعلاه نسب آراء المبحوثين حول ما يتم نشره على صفحة قسم الاعلام و الاتصال بنسبة 50% وتأتي غالبا بنسبة 36.67% أما المتابعين على متابعة بنسبة 10%، في حين النسبة المتبقية التي تمثل أبدا هي 3.33% ويرجع ذلك عدم اهتمام المبحوثين بما يعرضه

جدول رقم (08): يبين أهمية صفحة قسم الاعلام و الاتصال بالنسبة للمبحوثين

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	28	46.67%
لا	22	36.67%
لا اعلم	10	16.66%
المجموع	60	100%

من خلال معطيات الجدول وجدنا أن نسبة 46.67% يقرون بأهمية وجود صفحة الاعلام و الاتصال على موقع الفايسبوك، أما نسبة فقد صرحوا بعدم أهميتها 36.67%، فيما جاءت 16.66% كنسبة من مجتمع الدراسة للذين لا رأي لهم فيها.

جدول رقم (09): يوضح اللغة المستخدمة في منشورات صفحة قسم الإعلام و الاتصال

المتغير	التكرار	النسبة
عربية	60	100%
فرنسية	00	/
انجليزية	00	/
المجموع	60	100%

يوضح الجدول أعلاه أن جميع المنشورات صفحة قسم الاعلام و الاتصال على موقع الفايسبوك باللغة العربية بنسبة 100% و هذا يرجع إلى أن اللغة العربية ومستوياتها اللغة الرسمية المستخدمة في مواد التدريس بالكلية لذلك يتم استخدامها على الموقع الأزرق بالإضافة الى كونها اللغة الأقرب عند الطلبة والدارسين والباحثين و الأكثر فهما و استيعابا لديهم وذلك و أيضا لزيادة التفاعل بين الناشر والمتلقي فضلا عن استخدام اللغتين الحيتين الفرنسية و الانجليزية .

جدول رقم (10): تقييم المبحوثين لمنشورات صفحة قسم الاعلام و الاتصال على موقع الفايسبوك

المتغير	التكرار	النسبة
جيدة	54	90%
متوسطة	06	10%
رديئة	00	00
المجموع	60	100%

يبين الجدول أعلاه أن الفيسبوك تعمل على التفريق بين المنشورات المهمة والغير مهمة، من أجل معرفة ما يهتم المستخدم من منشورات الصفحات ومن ثم إظهارها لدى نسبة أكبر من المستخدمين ، فسوف تلاحظ هذا الأمر بشكل أوضح لنشر المكثف في صفحات يساعد اعتبار منشورات الصفحة او معظمها غير مهم،

لذلك لا يصل إلى جمهور واسع من معجبي الصفحة ، فبإمكانك التفريق بين كل منشور وآخر بساعتين أو ثلاث ساعات، وبشكل عام تأثير النشر المكثف يتعلق بمدى جودة وأهمية المنشورات.

المحور الثالث: مدى نشر القائمين على صفحة قسم الاعلام و الاتصال للانتماء و الولاء لدى الطالب

الجامعي

جدول رقم (11): يبين رأي المبحوثين حول عدد القائمين على صفحة قسم الاعلام و الاتصال

المتغير	التكرار	النسبة
3 أفراد	15	25%
5 أو أكثر	15	25%
لا أعلم	30	50%
المجموع	60	100%

توضح نتائج الجدول أنّ نسبة 50% عبرت عن رأي المبحوثين حول عدد القائمين على صفحة قسم الاعلام و الاتصال و الذين أقروا أنهم لا يعلمون، فيما تقاسم بقية مفردات البحث النصف المتبقي بنفس النسبة لكليهما قدرت بـ 25% بين أنهم 3 أفراد أو أنهم 5 أشخاص أو أكثر... و الحقيقة أنه توجد 5 أنواع مختلفة لأدوار الأشخاص الذين يديرون الصفحات و هي كالاتي المسؤول يمكنه إدارة أدار الصفحات وإعداداتها، وتعديل الصفحات وإضافة تطبيقات، وإنشاء منشورات وحذفها باسم الصفحة، والرد على التعليقات والمنشورات بالصفحة وحذفها، وإرسال رسائل باسم الصفحة، وإنشاء إعلانات، وعرض الرؤى ومعرفة من قام بالنشر باسم الصفحة ، المحرر: يمكنه تعديل الصفحة وإضافة تطبيقات، وإنشاء منشورات وحذفها باسم الصفحة، والرد على التعليقات والمنشورات بالصفحة حذفها، وإرسال رسائل باسم الصفحة، وإنشاء إعلانات، وعرض الرؤى ومعرفة من قام بالنشر باسم الصفحة والمشرف يمكنه الرد على التعليقات والمنشورات بالصفحة وحذفها، وإرسال رسائل باسم الصفحة، وإنشاء إعلانات، وعرض الرؤى، ومعرفة من قام بالنشر باسم الصفحة ،المُعلن: يمكنه إنشاء إعلانات وعرض الرؤى ومعرفة من قام بالنشر باسم الصفحة ،المحلل: يمكنه الاطلاع على الرؤى ومعرفة من قام بالنشر باسم الصفحة .

جدول رقم (12): يبين هوية القائمين على صفحة قسم الاعلام و الاتصال

المتغير	التكرار	النسبة
موظفون بالكلية	02	3.34%
رئيس القسم و معاونيه	50	83.33%
أساتذة بنفس التخصص	03	5%
طلبة الاعلام	07	11.67%
المجموع	60	100%

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 83.33% من المبحوثين يعتقدون أن رئيس القسم وبما يضمه من طاقم إداري، هم المسؤولون عن الصفحة و عن ما ينشر فيها من تقارير و تعليمات و مراجع و غيرها ، فيما قالت نسبة 11.67% أن طلبة التخصص هم القائمون على صفحة قسم الاعلام و الاتصال بتفويض من رئيس القسم ، أما النسبة المتبقية 5% قالوا أنهم أساتذة متخصصين في علوم الاعلام و الاتصال ، و الحقيقة أن ميدان الاعلام و الاتصال من التخصصات التي تعرف إقبال كثيف للطلبة على مختلف تخصصاته في الليسانس والماستر. وهذا بالنظر لما اكتسبه من سمعة طيبة في مختلف النشاطات والتظاهرات العلمية والثقافية. حيث ساهم بشكل كبير في حركية التفاعل مع المحيط الخارجي للجامعة، من خلال التريصات والخرجات الميدانية، والأبواب المفتوحة، ومختلف الفعاليات التي دأب على تنشيطها، ومن هذا المنطلق فإن صفحة قسم الإعلام والاتصال تعتبر أحد الركائز الأساسية في عملية التكوين والنشاط بالكلية والجامعة والمحيط بشكل عام، بما يحوزه من خصوصيات وما يملكه من مؤهلات وطاقات كبيرة تدفعه دائما نحو مزيد من التألق والرقي بالمكانة والأهمية التي اكتسبها من خلال الانجازات المتميزة التي سجلها طيلة مساره.

الجدول (13): يبين تواصل المبحوثين مع القائمين بالصفحة

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	34	56.66%
لا	26	43.33%
المجموع	60	100%

نكشف من خلال الجدول أن نسبة 56.66% من الطلبة قد تواصلوا مع القائمين بالصفحة من أجل استفسارات تتعلق بمسارهم الدراسي أو لطلب مراجع أو غيرها ، فيما جاءت نسبة 43.33% من الطلبة لتعلن عدم تواصلها مع الصفحة كونهم لم يحتاجوا لذلك أو لاتصالهم الشخصي المباشر مع ادارة قسم الاعلام و الاتصال.

جدول رقم(14): يوضح شعور المبحوثين بالانتماء و الولاء للقسم الاعلام من خلال صفحة الفايسبوك

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	28	46.67%
لا	32	53.33%
المجموع	60	100%

انطلاقا من الجدول نلاحظ ان غالبية الطلبة عينة الدراسة يحسون بانتمائهم و ولائهم لقسم الاعلام و الاتصال من خلال الصفحة الافتراضية للقسم و ذلك بنسبة % أي ،في حين نجد نسبة % لا يقرون بانتمائهم للقسم الاعلام و الاتصال و ولائهم من خلال الصفحة الافتراضية لقسم الاعلام و الاتصال و يمكن تفسير ذلك دافعهم للاشتراك في الفضاءات الافتراضية هو المناقشة و التحوار باستخدام مهارات الاتصال الفعال.

جدول رقم (15): يبين مدى تفاعل المبحوثين مع منشورات الصفحة

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	12	20%
غالبا	44	73.33%
لا	04	6.67%
المجموع	60	100%

تبين نتائج الجدول أن غالبية الطلبة يتفاعلون مع منشورات صفحة قسم الاعلام و الاتصال بنسبة 73.33% ، و نسبة 20% يتفاعلون بشكل دائم معها، فيما صرّحت نسبة 6.67% أنها لا تتفاعل أبدا مع منشورات الصفحة ، و الحقيقة عن تفاعل الطلبة مع منشورات صفحة قسم الاعلام و الاتصال شهدت تطورا

سريعا وملحوظا في ارتفاع عدد المتابعين الذي قدر بـ 3450 متابع ،وتزايد أعداد الطلبة الملتحقين بها خاصة مع ظهور أزمة كورونا، الذي أبرز دورها في تعزيز انتماء الطلبة لها من خلال تفاعلهم مع يتم نشره في العالم الافتراضي. مما يعني أن هناك جهودا حثيثة من طرف المشرفين لإيجاد بيئة تفاعلية أفضل وأكثر تحفيزا للطلاب على التطبيق والإنتاج في تحصيله الدراسي.

جدول رقم (16): يبين نسب متابعة المبحوثين لصفحة قسم الاعلام على الفايسبوك

المتغير	التكرار	النسبة
دائمة	36	60%
نادرة	10	16.67%
قليلة	14	23.33%
المجموع	60	100%

توضح نتائج الجدول أنّ نسبة 60% أكدوا متابعتهم لجميع منشورات صفحة قسم الاعلام و الاتصال من خلال تفعيل زر "المشاهدة أولا" ليكون بوسعهم رؤية جميع المنشورات أولا بأول ، فيما تقاسم بقية أفراد العينة النسبة المتبقية بشكل متقارب دالين على قلة متابعتهم لمنشورات الصفحة ، على التوالي 23.33% و 16.67%. مبررين ذلك أنهم يرجعون للصفحة فقط عند حاجتهم لذلك.

جدول رقم (17): يبين اقتراحات المبحوثين حول الرقي بصفحة قسم الاعلام و الاتصال

المتغير	التكرار	النسبة
رفع مستوى استخدام التكنولوجيا	20	33.33%
تنمية روح التعاون بين الاساتذة و الطلبة	20	33.33%
ترقية أساليب البحث العلمي	20	33.34%
أخرى تذكر	/	/
المجموع	60	100%

يبين الجدول الموضح أعلاه اقتراحات المبحوثين فيما يخص تحسين صفحة قسم الاعلام و الاتصال من طرف القائمين عليها لمواكبة التطورات التكنولوجية المتسارعة في المؤسسات الجامعية في الجزائر بشكل عام ، حيث تمثلت 33.33% نفس النسبة للجميع الاقتراحات المطروحة و التي كلها تصب في اطار الرقي

و النهوض بقسم الاعلام و الاتصال و زيادة نسبة التفاعل بين الطلبة و ادارة القسم و كذا زيادة فعالية استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل الكلية .

المحور الرابع : تفعيل الانتماء و الولاء لدى الطالب الجامعي من خلال صفحة الاعلام و الاتصال على

موقع الفيسبوك

جدول رقم (18): يبين مساهمة صفحة قسم الاعلام و الاتصال في رفع شعور الانتماء و الولاء لدى

المبحوثين فيما يتعلق بالقسم

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	35	58.33%
لا	05	8.34%
نوعا ما	20	33.33%
المجموع	60	100%

انطلاقا من الجدول والشكل السابقين نلاحظ ان النسب جد متباينة فيما يخص انتماء العينة من الطلبة الى احدى الصفحات او المجموعات في الفيس بوك حيث جاءت في الصدارة الإجابة بـ "نعم" و بنسبة 58.33 % ، و 33.33% نسبة للذين يرون بضحالة فعاليتها في رفع شعور الانتماء و الولاء لدى الطلبة من خلال صفحة قسم و الاتصال ، أما الإجابة بـ"لا" جاءت ضئيلة و مثلت نسبة 8.34 % ، و هذا يبرز ان الطلبة تنتمي و تتفاعل بقوة على المجموعات و الصفحات شبكة الفيس بوك.

جدول رقم (19): يوضح تعزيز صفحة قسم الاعلام الاتصال للانتماء و الولاء لدى المبحوثين من خلال

منشوراتها

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	30	50%
احيانا	16	26.67%
لا	14	23.33%
المجموع	60	100%

انطلاقاً من الجدول أعلاه نلاحظ ان نصف عينة الدراسة يحسون بانتمائهم و ولائهم لقسم الاعلام و الاتصال من خلال صفحة الافتراضية للقسم ذلك بنسبة 50 % أي 30 مفردة ،في حين نجد نسبة 26.67 % أي 16 مفردة يشعرون أحياناً أن الصفحة تعزز انتمائهم و تزيد من ولائهم لقسم الاعلام و الاتصال ... فيما كانت 23.33 % لا يرون أن بإمكانها ترسيخ أو رفع شعور انتماء الطلبة لها.

جدول رقم (20): يبين ما تنشره صفحة قسم علوم الإعلام و الاتصال تعليمات حول سلوك الواجب اتباعه

داخل الكلية

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	15	25%
لا	45	75%
المجموع	60	100%

تكشف بيانات الجدول أعلاه أنّ نسبة 75% من مفردات العينة تقول أن صفحة قسم علوم الإعلام و الاتصال لا تنشر تعليمات حول سلوك الواجب اتباعه داخل الكلية يرجع الى عدم الاهتمام أكثر بالجانب السلوكي للطلبة داخل الحرم الجامعي و المحافظة على الآداب العامة لنقص الوعي لديهم.

جدول رقم (21): يوضح رأي المبحوثين حول الإشارة إلى تعديل سلوك الطلبة بالقسم

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	44	73.33%
لا	16	26.67%
المجموع	60	100%

نكشف من خلال الجدول رأي مفردات البحث حول فكرة تعديل سلوك الطلبة داخل الكلية فكانت نسبة الموافقة على ذلك 73.33%، أما النسبة المتبقية المقدرة بـ 26.67 % صرحوا أن الفكرة غير مناسبة و يرجع ذلك لأن وجود حرية التصرف أمر لا بد منه .

جدول رقم (22): يوضح نوعية المنشورات التي تقدمها صفحة قسم الإعلام و الاتصال

المتغير	التكرار	النسبة
الأنشطة الخاصة بالطلبة	30	50%
تتويجات الأساتذة	16	26.67%
تعليمات تخص الطرفين	14	23.33%
المجموع	60	100%

يوضح الجدول نوعية المنشورات التي تقدمها صفحة قسم الإعلام و الاتصال و التي أقر نصف عينة الدراسة بأنها تختص بنشر كل ما يتعلق بالطلبة بنسبة 50% فيما عبر 26.67% أنها عبارة عن تتويجات تخص الاساتذة و الموظفين بشكل عام ، أما النسبة المتبقية 23.33% فقد صرحوا أنها تنتوع في نشر كل ما يخص القسم من طلبة و اساتذة و موظفين.

جدول رقم (23): يبين مضمون منشورات صفحة الإعلام والاتصال

المتغير	التكرار	النسبة
تقارير بحثية و فعاليات علمية	30	50%
تعليمات للطلبة	16	26.67%
كل ما يخص القسم	14	23.33%
المجموع	60	100%

يظهر الجدول أعلاه مضمون منشورات صفحة الإعلام والاتصال من خلال ما تقدمه بنسبة 50% بر الفضاء الرقمي التفاعلي "شبكة الفيسبوك" كنافذة إعلامية واتصالية الكترونية موجهة لتعزيز مفهومي الانتماء و الولاء ، أي أنها تنشر تقارير علمية و فعاليات بحثية ترقى إلى تطلعات المستخدمين والمتعاملين مع الصفحة سواء المشتركين أو المعجبين من الطلبة و الاساتذة الباحثين

جدول رقم (24): يوضح صورة القائمين على صفحة قسم الاعلام و الاتصال على الفيس بوك لدى

المبحوثين

المتغير	التكرار	النسبة
جيدة	35	58.33%
متوسطة	16	26.67%
بسيطة	09	15%
المجموع	60	100%

يوضح الجدول أعلاه صورة القائمين على صفحة قسم الاعلام و الاتصال على الفيس بوك لدى المبحوثين حيث صرحت نسبة 58.33% على الصورة الحسنة التي كوّنوها الطلبة حول ادارة الصفحة ، فيما تقاسمت على التوالي صورة بين الوسطية و البساطة بنسبة 26.67% و 15%، والحقيقة أنّ قائم بالاتصال في وسائل الاتصال التقليدية و الجديدة هوالذي يتولى إدارة العملية الاتصالية و تسييرها فهو يؤدي أدوار متعددة ضمن نسق متكامل بدءا بالبحث عن المعلومة واختيار مضمون الرسالة القائم بالاتصال ، فالرسالة التي يقدمها تحددها إلى حد ما يعتقد القائم بالاتصال انه يخاطبه له تأثير كبير في طريقة اختيار المحتوى وتنظيمه. توقعاته من ردود فعل الجمهور، وبالتالي يؤدي هذا الأخير دورا في عملية الاتصال وان نوع الجمهور الذي وبالتالي يجب أن تتوفر في القائم بالاتصال سمات عديدة والتي من خلالها يتحدد مصير العملية الاتصالية ومن أهمها استخدام اللغات الخطابية التي تحوي كلمات بسيطة ومفهومة، من توصيله من رسائل إلى الجمهور و إرضاء اهتماماته وإشباع رغباته.

جدول رقم (25): يبين مساهمة صفحة قسم علوم الإعلام في رفع مستوى استخدام التكنولوجيا بالنسبة

للمبحوثين

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	44	73.33%
نوعا ما	14	23.33%
لا	02	3.34%
المجموع	60	100%

يبين الجدول اعلاه أن مساهمة صفحة قسم علوم الإعلام في رفع مستوى استخدام تكنولوجيا بالنسبة للمبشرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة و هذا راجع إلى رفع عمل و ثقافة تكنولوجيا الاتصال على تغيير الطبيعة الأساسية للمعرفة والمعلومات للمجتمع، وتنوعها الواسع، وأجبالها المتعاقبة لها القدرة على تطوير أنماط الحياة، و التعلم، والعمل .

2- النتائج الجزئية للدراسة:

بعد تحليل نتائج الإجابات المتحصل عليها في الاستمارة التي وزعت على المبشرين و تفسيرها فيها يخص موضوع دراستنا وهو: الانتماء و الولاء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي.

✓ خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الجزئية التي يمكن إيجازها فيما يلي:

✓ أكدت نسبة 68.33% من عينة البحث أنهم إناث .

✓ أقرّ معظم المبشرين بنسبة 60% أنهم مشتركون في صفحة قسم الاعلام و الاتصال على الفيسبوك

✓ أكدت نسبة 90% من المبشرين أنهم ينتسبون لصفحة قسم الاعلام و الاتصال منذ نشأتها في سنة 2020.

✓ إن نسبة 100% من أفراد العينة أكدوا أن جميع منشورات الصفحة باللغة العربية

✓ أكدت نسبة 90% من المبشرين على جودة المنشورات و المواضيع التي تطرحها الصفحة

✓ معظم المبشرين اقرروا بان مساهمة الصفحة الافتراضية لقسم الاعلام و الاتصال على الفيسبوك في تعزيز الانتماء و الولاء لدى المبشرين 90%.

✓ إن معظم أفراد العينة يؤكدون على مساهمة منشورات صفحة قسم الاعلام و الاتصال في تدعيم قيمتي الانتماء و الولاء لدى الطلبة بنسبة 96.67%

✓ إن معظم أفراد العينة أكدوا أن المجهودات المبذولة من طرف القائمين على صفحة الاعلام و الاتصال في تنمية الشعور بالانتماء و الولاء كافية نسبيا بنسبة 53.33%.

✓ إن نسبة 83.13% من أفراد العينة أكدوا على اعتماد القائمون على صفحة قسم الاعلام و الاتصال

مخططات اتصالية

✓ إن أغلب المبحوثين اقرروا بتفاعلهم مع منشورات صفحة قسم الاعلام و الاتصال بنسبة 73.33%

✓ إن معظم أفراد العينة اجمعوا على عدم كفاية أن صفحة الاعلام و الاتصال تسعى لتعزيز قيم الانتماء و

الولاء لدى الطالب

3- النتائج الكلية للدراسة:

توصل الباحث في هذه الورقة البحثية إلى الاستنتاجات التالية وفق التساؤلات المتفرعة عن الإشكالية و

المرتبطة بمدة الدراسة المحددة أعلاه :

أظهرت النتائج المتعلقة بكيفية تشكيل صفحة قسم علوم الاعلام و الاتصال للانتماء و الولاء لدى الطالب الجامعي من خلال توفير جملة اجراءات و خطوات عملية أهمها زيادة الاهتمام بهذا الجانب، تفعيل مهارات الاتصال و فتح مجالات الحوار و توسيع ثقافة المناقشة البناءة، استخدام لغة إعلامية بسيطة في عرض المنشورات المتاحة على صفحة الفيسبوك لقسم الاعلام و الاتصال لتسهيل و فهم المضامين المرتبطة بتدعيم الانتماء و الولاء من بينها اللغة العربية، و هو ما يؤكد اهتمام القائمين على إدارة الصفحة على الفيسبوك باللغة العربية، كون أن المنشورات موجهة بشكل واضح للطلبة المحليين، بمعنى المجتمع الطلابي بجامعة تبسة، خاصة أن الصفحة ذات طابع محلي معلوماتي، إلى جانب كون المستخدم الأكثر تتبعا للصفحة و المتفاعل معها هو مجتمع محلي، تعزيز قيمتي الانتماء و الولاء من خلال الصفحة الخاصة بقسم الاعلام و الاتصال عبر موقع الفيسبوك، اللذان يلعبان دورا بارزا في عملية فهم المضامين و التأثير على الطلبة.

كيفية تعزيز صفحة قسم الاعلام و الاتصال عبر موقع الفيسبوك للانتماء و الولاء لدى الطالب الجامعي أن الانتماء إلى الجامعة تتجسد في توحيد السلوك الأخلاقي للحفاظ على القيم داخل الحرم، و أن

الانتماء يتجسد في الالتزام بسلوكيات والجهود الاستثنائية بما يحقق التقدم والتميز للجامعة. وبين أن مستوى شعور الولاء والانتماء والالتزام لدى العاملين يُعد من أفضل المقاييس لنجاح الإدارة في أداء دورها ومهامها، وأن الولاء من أولى السلوكيات الطبيعية، والمهمة التي يجب أن يتصف بها الطلبة، حيث ان للولاء أهمية في حياة الجامعات وأثر واضح في سير العمل فيها وتحقيقها لأهدافها بشكل فاعل من خلال الاحترام ، والشعور بالأمان والعدالة يساعد على تحقيق تنمية الولاء و التمتع بحالة من الانسجام والرضا والتفاعل مع الجامعة والعاملين بها.

يمكن لصفحة قسم علوم الاعلام و الاتصال على موقع فيس بوك تفعيل الانتماء و الولاء لدى الطالب الجامعي خروج من العزلة وسعيا إلى بناء علاقات اجتماعية تشبع حاجات البشر بوصفهم كائنات اجتماعية من خلال توظيف امتيازات شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيمتي الانتماء و الولاء و ذلك بحرص ادارة الصفحة على استغلال شبكات التواصل في توجيه سلوكهم وأفكارهم نحو الأفكار السليمة والجيدة عبر منشورات و طرح مواضيع للمناقشات البناءة و بعث التواصل الفعال لأن الشعور بالانتماء يعدم وجود العزلة الاجتماعية فيما بينهم و يزيد فرص التقارب و بذلك يتحقق الولاء بالإضافة الى أن تنوع مصادر المعرفة والمعلومات ونشر الثقافة الاتصالية في منشورات الصفحة يعزز قيم المشاركة و الانتماء و بذلك الولاء.

خلاصة:

تطرقنا في هذا الفصل إلى تفرغ بيانات و نتائج الاستمارة وتحليلها، عقب ذلك صياغة نتائج الدراسة الجزئية منها و العامة لكل محور من خلال الإجابة عن الأسئلة الفرعية لها.



الخاتمة



الخاتمة :

إن التطور المتسارع والمستمر في التقنية والذي خلق وضعا يتطلب إتقان مهارات جديدة من قبل أي فرد يسعى إلى النجاح في معترك الاقتصاد العالمي و جذب الطلبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي يؤكد وجود بيئة تعلم متطورة لمجابهة تحديات المستقبل. من خلال إنشاء صفحات اجتماعية لإدارات الجامعة المختلفة ينبغي أن يكون لكل كلية وإدارة صفحتها الخاصة على شبكات التواصل الاجتماعي مع وجود مسؤول مخصص لها. صفحات التواصل الاجتماعي تحتاج إلى استمرارية الاستخدام حتى لا تظهر على أنها "خاملة" لذا، يفضل تعيين مسؤول يتمتع بالتفكير الاجتماعي ويعمل على تحديث المعلومات و أن يكون قادرا على الالتزام بما يدور على هذه الصفحات من حوارات ومشاركات لبناء صورة ذهنية ووزن أكاديمي و رفع مستوى الحوار بين الاساتذة و الطلبة تمنحهم مساحة يعبرون فيها عن أنفسهم وتسمع أصواتهم من خلال الفعاليات العلمية و التحفيز على المشاركة واستقبال الآراء والاقتراحات، بالإضافة إلى تعزيز الوعي الطلابي كل هاته العوامل تزيد من تعزيز انتماء الطالب للمؤسسة الجامعية و ولاءه لها.



قائمة المصادر و المراجع



قائمة الكتب:

1. جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري: الشبكات الاجتماعية و القيم "رؤية تحليلية"، الدار المنهجية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن.
2. خالد غسان، يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية "ماهية مواقع التواصل الاجتماعي و أبعادها التقنية الاجتماعية-
3. خلف الله سليمان الرواشدة، صنع القرار المدرسي والشعور بالأمن والولاء التنظيمي، دار حامد للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، الأردن، 2007.
4. عاطف عدلي العبد وآخرون، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، مصر.
5. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، دار الشروق للنشر والتوزيع ط 1 2008.
6. -عبد الله محمد عبد الرحمان ، سوسيولوجيا التعليم الجامعي، دراسة في علم الاجتماع التربوي ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة.
7. علي أسعد وطفة : علم الإجتماع التربوي، جامعة دمشق , 2004.
8. علي أسعد وطفة : علي جاسم الشهاب : علم الإجتماع المدرسي ,المجلد الأول , المؤسسة الجامعية , عمان , الأردن , 2004.
9. علي خليل شقرة، الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) ، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014.
10. علي ليلة،الطفل والمجتمع "التنشئة الاجتماعية وأبعاد الانتماء الاجتماعي"،المكتبة المصرية , 2006.
11. عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، 1995.
12. منال هلال المزاهرة: تكنولوجيا الاتصال و المعلومات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2014 .
13. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية دار القصبية، الجزائر، ط 2006 .
14. موسى اللوزي، التطوير التنظيمي: أساسيات ومفاهيم حديثة، دار وائل، عمان الأردن، 1999.

15. سهيلة عبد الرضا عسكر : الانتماء الاجتماعي وعلاقته بالاذعان لدى المسنين , كلية التربية , قسم العلوم التربوية والنفسية , الجامعة المستنصرية , العراق.

16. مجدي عزيز إبراهيم : موسوعة المعارف التربوية , ج4, عالم الكتب , القاهرة , 2006.

17. محمد طلعت عيسى, تصميم وتنفيذ البحوث الاجتماعية, مكتبة القاهرة, 1971.

18. محمد علي محمد, علم الاجتماع والمنهج العلمي, دار المعرفة الجامعية, القاهرة 1986.

19. محمود المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور الملتقين (دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع)

20. مدحت أبو النصر : تنمية المهارات بناء و تدعم الولاء المؤسسي لدى العاملين داخل المنظمة ، دار ايتوك للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2005.

21. وائل مبارك خضر فضل الله : أثر الفيسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية للنشر و التوزيع، الخرطوم، السودان، 2012..

22. نبيل يعقوب ، سمارة حمنو ، قيم الانتماء و الولاء المتضمنة في مناهج التربية الوطنية للمرحلة الاساسية ، فلسطين ، 2009.

قائمة المجلات و الصحف

1. راضي زاهر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، مجلة التربية عدد 15 ، جامعة عمان الاهلية ، عمان، 2003.

2. الرفاعي عبد الهادي، وليد عامر، سنان ديب: العولمة و بعض الآثار الاجتماعية والاقتصادية الناجمة عنها، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية، المجلد (27) العدد (1)

3. صفوان أمين الصقاف، أثر القيادات بالقيم على الولاء التنظيمي، حالة تطبيقية على منظمات الأعمال اليمنية، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد العاشر، العدد الأول، السودان، 2015.

4. مشطري مرسى: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية- نظرة في الوظائف-، مجلة المستقبل العربي، لبنان، العدد 359، جانفي 2012.

قائمة المذكرات :

1. صلاح مصطفى الفوال، علم الاجتماع المفهوم والموضوع والمنهج، دار الفكر العربي، القاهرة، 1982.

2. طاهر حسن أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، جامعة الأزهر، غزة، رسالة ماجستير، 2012.

3. عيد أحمد يوسف حمائل: دور إذاعة "أم أف أم" في تعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين ، جامعة الشرق الأوسط نموذجاً ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، تخصص علم إجتماع التربية د س .

4. ليلي حسين: اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك، تويتر)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، تخصص تربية، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة محمد خيضر، 2014-2015 .

5. مريم نريمان نورمان :استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره في العلاقات الاجتماعية ، دراسة عينة من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال ، تخصص الاعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، جامعة الحاج لخضر ،باتنة، 2011-2012 .

6. هنادي حسن البلوشي، خدمات المكتبات الجامعية السعودية المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك، رسالة ماجستير، جامعة الملك عزيز، المملكة العربية السعودية، 2016.

7. مزوار منوبة، أثر الحوافز على الولاء التنظيمي، دراسة حالة عينة من المؤسسات العمومية، مذكرة ماجستير، جامعة بومرداس، 2012.

قائمة المواقع الالكترونية


1. الموقع الالكتروني : [http //www.ibtesama.com](http://www.ibtesama.com).

قائمة القواميس و المعاجم

1. المعجم العربي المسير، دار الكتاب المصري، القاهرة ، 1999.



الملاحق



استمارة استبيان لنيل شهادة الماستر بعنوان:

الانتماء و الولاء لدى الطالب الجامعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

من انجاز الطالب:

زارعي ايوب

خلفون سليم

أخي/أختي الطالبة:

إشراف الأستاذ:
د/ حمدي زيدان

هذه الاستمارة تهدف إلى فهم الشعور بالانتماء لدى الطالب لصفحة قسم الاعلام و الاتصال من خلال شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لذا نرجو منكم التكرم بالإجابة على الأسئلة الواردة فيها بكل نزاهة وموضوعية, ونؤكد أن الغرض الأساسي لهذا البحث هو لأغراض البحث العلمي فقط وستحظى الإجابات بالسرية التامة أمليين منكم العمل على قراءة الاستبانة بتمعن قبل الإجابة عليها وإحاطتها بالجديّة والاهتمام والمصداقية بغرض الوصول إلى نتائج حقيقية ومعبرة عن الواقع

.....

ولكم مني جزيل الشكر والتقدير على تعاونكم.

الاسئلة الفرعية:

- 1- كيف تشكل صفحة قسم علوم الاعلام و الاتصال الانتماء و الولاء لدى الطالب الجامعي؟
- 2- كيف يعمل القائمون على صفحة قسم الاعلام و الاتصال بنشر الانتماء و الولاء لدى الطالب الجامعي؟
- 3- من خلال ماذا يمكن لصفحة قسم علوم الاعلام و الاتصال تفعيل الانتماء و الولاء لدى الطالب الجامعي؟

المحور الأول : البيانات السوسيوديمغرافية

- 1- النوع: ذكر أنثى
- 2- السن: اقل من 25 25-35 أكثر من 35
- 3- المستوى التعليمي : سنة ثانية اعلام سنة ثالثة
- سنة أولى ماستر سنة ثانية ماستر
- 4- التخصص: اعلام و اتصال سمعي- بصري اتصال تنظيمي
- المحور الثاني : تشكيل الانتماء و الولاء للطلاب الجامعي من خلال الصفحة الافتراضية لقسم الاعلام و

الاتصال على الفيس بوك

- 1- هل أنت مشترك دائم في صفحة قسم الإعلام و الاتصال ؟
نعم لا
- 2- منذ متى و أنت منتسب في صفحة قسم الإعلام و الاتصال؟
منذ انشائها حديثا لا اعلم
- 3- هل أنت على إطلاع دائم لمضامين صفحة قسم الاعلام و الاتصال ؟
نعم أحيانا لا
- 4- كيف ترى أن ما تنشره صفحة قسم الاعلام و الاتصال؟
مفيد غير مفيد لا أعلم
- 5- هل تعتقد أنها صفحة مهمة لطلبة قسم الإعلام و الاتصال؟
نعم لا لا أعلم
- 6- ما هي اللغة المستخدمة في منشورات صفحة قسم الإعلام و الاتصال؟
العربية الفرنسية مختلطة
- 7- كطالب متخصص في الاعلام كيف تقيم منشورات صفحة قسم الاعلام و الاتصال على موقع الفيسبوك؟
جيدة متوسطة رديئة

المحور الثالث: مدى نشر القائمين على صفحة قسم الاعلام و الاتصال للانتماء و الولاء لدى الطالب الجامعي

- 1- كم عدد القائمين على صفحة علوم الإعلام؟
3 أفراد 5 أو أكثر لا أعرف
- 2- حسب رأيك: من مسؤولي الصفحة الرسمية لقسم علوم الإعلام ؟

موظفون بالكلية
رئيس القسم ومعاونيه
أساتذة بنفس التخصص
طلبة اعلام

3- هل سبق و تواصلت مع القائمين بالصفحة ؟

نعم لا

*إذا كانت الإجابة بنعم : لماذا ؟.....

4-هل تشعر أن صفحة الإعلام و الاتصال زادت من ولائك و انتمائك لقسم الإعلام و الاتصال ؟

نعم لا

4- هل تتفاعل مع ما تنشره الصفحة الخاصة لقسم الإعلام

نعم لا حسب الحاجة

5- كيف تصنف نسبة متابعتك للصفحة مستقبلا ؟

قليلة نادرة دائمة

6- ما هي اقتراحاتك لتحسين صفحة الإعلام و الاتصال مستقبلا؟

رفع مستوى استخدام التكنولوجيا تنمية روح التعاون بين الاساتذة و الطلبة ترقية أساليب البحث العلمي اخرى تذكر

المحور الرابع : تفعيل الانتماء و الولاء لدى الطالب الجامعي من خلال صفحة الاعلام و الاتصال على موقع الفيسبوك

1. هل ساهمت صفحة قسم الاعلام و الاتصال في رفع شعور الانتماء لدى الطالب فيما يتعلق بالقسم؟

نعم لا

2. هل تنشر صفحة قسم الاعلام الاتصال مواضيع تعزز انتماءك و ولائك لقسم الاعلام و الاتصال ؟

نعم أحيانا أبدا

3. هل أنت مشارك في المجموعة الخاصة بصفحة قسم الاعلام و الاتصال

نعم لا

4. هل تنشر صفحة قسم علوم الإعلام و الاتصال تعليمات السلوك الواجب اتباعه داخل الكلية ؟

نعم لا

5. إذا كانت الإجابة لا هل تعتقد أن من واجب القائمين عليها الإشارة إلى ذلك؟

نعم لا

6. هل تقدم صفحة علوم الإعلام تقاريراً عن

الأنشطة للطلبة تنويهات الأساتذة

فيما تتمثل منشورات صفحة الإعلام والاتصال:

تقارير علمية تعليمات للطلبة كل ما يخص القسم


7. كيف تظهر صورة القائمين على الصفحة الرسمية لقسم الاعلام و الاتصال على الفيس بوك؟

صورة جيدة متوسطة بسيطة


8. هل ساهمت صفحة قسم علوم الإعلام في رفع مستوى استخدام التكنولوجيا بالنسبة لطلبة الاعلام و

الاتصال ؟

نعم لا



فهرس الجداول



الرقم	العنوان
الجدول رقم 01	يبين توزيع الطلبة حسب متغير الجنس
الجدول رقم 02	يبين توزيع الطلبة حسب متغير السن
الجدول رقم 03	يبين توزيع الطلبة حسب المستوى التعليمي
الجدول الرقم 04	يبين توزيع الطلبة حسب الاشتراك في الصفحة
الجدول رقم 05	يبين توزيع الطلبة حسب الانتساب الى الصفحة
الجدول رقم 06	يبين توزيع الطلبة حسب الاطلاع على مضامين الصفحة
الجدول رقم 07	يبين توزيع الطلبة حسب رأيهم حول المنشورات
الجدول رقم 08	يبين توزيع الطلبة حسب أهمية الصفحة
الجدول رقم 09	يبين توزيع الطلبة حسب اللغة المستخدمة
الجدول رقم 10	يبين توزيع الطلبة حسب تقييم المنشورات
الجدول الرقم 11	يبين توزيع الطلبة حسب عدد القائمين على الصفحة
الجدول رقم 12	يبين توزيع الطلبة حسب هوية مسؤولي الصفحة
الجدول رقم 13	يبين توزيع الطلبة حسب الشعور بالانتماء و الولاء من خلال الصفحة
الجدول رقم 14	يبين توزيع الطلبة حسب التفاعل مع المنشورات
الجدول رقم 15	يبين توزيع الطلبة حسب تصنيف المتابعة للصفحة
الجدول رقم 16	يبين توزيع الطلبة حسب اقتراحاتهم لتحسين الصفحة
الجدول رقم 17	يبين توزيع الطلبة حسب الانتماء و الولاء للصفحة
الجدول رقم 18	يبين توزيع الطلبة حسب الاشتراك في المجموعة الخاصة بالصفحة
الجدول رقم 19	يبين توزيع الطلبة حسب نوعية منشورات الصفحة
الجدول رقم 19	يبين توزيع الطلبة حسب صورة القائمين على الصفحة
الجدول رقم 20	يبين توزيع الطلبة حسب مساهمة الصفحة في رفع مستوى استخدام التكنولوجيا

الملخص: تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الولاء و الانتماء لدى الطلبة الجامعيين ،من خلال مواضيع التي تطرحها صفحة "قسم الاعلام و الاتصال" لجامعة تبسة و كذا التعرف على القائمين بصفحة قسم علوم الاعلام لجامعة تبسة ،فيما خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج والتوصيات هادفة في مجالها الإعلامي إلى دعم وتعزيز الانتماء و الولاء من خلال ما يحمله الفيسبوك من خصائص اتصالية و إعلامية وتفاعلية في نقل كل المضامين ذات الصلة بترقية اساليب الحوار الفعال و الوصول لجميع الطلبة وكذا خلق وضع تقني يتطلب اتقان مهارات جديدة و السعي لجذب الطلبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي يؤكد وجود بيئة تعلم متطورة لمساعدتهم فعلا في الاستعداد لمجابهة تحديات المستقبل من خلال إنشاء صفحات اجتماعية لإدارات الجامعة المختلفة.

الكلمات المفتاحية: الانتماء، شبكات التواصل الاجتماعي، الفيسبوك، الولاء ، الطالب الجامعي.

Abstract: This study aims to highlights the role of social networking sites in shaping loyalty and belonging among university students, through the topics raised by the page "Department of Information and Communication" of Tebessa University and to identify the page of the Department of Media Sciences of Tebessa University, while the study concluded a number of results and recommendations aimed at its field of media to support and promote belonging and loyalty through the features of Facebook communication, media and interactive in the transmission of all content related to the promotion of effective dialogue methods. Reaching out to all students as well as creating a technical situation that requires mastering new skills and seeking to attract students through social networks confirms a sophisticated learning environment to help them truly prepare for the challenges of the future by creating social pages for different university administrations.

Keywords: belonging, Social Networking, Facebook, Loyalty, Student