



جامعة مولود معمري تيزي وزو

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

فرع علوم الإعلام والاتصال

الموضوع:

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على انخفاض نسبة
مشاهدة التلفزيون في الجزائر
- دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي
الفايسبوك -

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص : اتصال جماهيري

- إشراف الأستاذة:

من اعداد :

- د. منماني مباركة

- ورتي ذهبية

- بلمداني زهرة

السنة الجامعية : 2023 / 2024

بسم الله الرحمان الرحيم:

" يرفع الله الذين امنوا منكم و الذين اوتوا

العلم درجات"

سورة المجادلة الاية 11

شكر و عرفان

بسم الله و الحمد لله الذي هدانا الى خير الاعمال و قوى فينا البصائر و
الابدان ونصلي على سيدنا محمد خير الخلق و الانام " صلى الله عليه
وسلم "

في البدئ نشكر الله الذي اعاننا على إتمام هذا العمل و الذي انعم علينا بنعمة العلم
و لان من لم يشكر الناس لم يشكره الله

فالواجب ان نرفع اسمى معاني الشكر و التقدير و العرفان الى الأستاذة الدكتورة "
منماني مباركة " التي شرفتنا بإشرافها على هذا العمل و التي لم تبخل علينا
بإرشاداتها و نصائحها و لم تدخر أي جهد لمساعدتنا في إتمام هذا العمل.

ونشكر كل اساتذتنا الذين قدموا لنا اسمى النصائح و اثنى المعارف طول مشوارنا
الدراسي.

ونشكر كل من وقف الى جانبنا وكان سندا لنا في انجاز هذا العمل.

الاهداء

اهدي عملي المتواضع الى من حملتني في بطنها تسعة اشهر الى امي التي انارت
شعلة دربي اطل الله عمرها و الى ابي العزيز حفظه الله و رعاه

الى من كان سندا لي في حياتي اخوتي " إسمهان و توفيق وشهيناز و مليسة

و كل الشكر الى داعم الأول اخي العزيز " سمير "

و الى أصدقائي و صدقاتي و الاحبة

و الى كل من قدم لي يد العون من قريب او بعيد .

ورتي ذهبية

اهدي ثمرة جهدي هذا الى امي نبع الحنان و العطف

التي ومستني بدعائها الصداد

الى والدي الذي طالما تتبعني على طلب العلم و غرس

في قيم الاحترام و التسامح

و الى جميع اخوتي الذين ساندوني بحمل أعباء هذا العمل المتواضع

و الى أصدقائي و صدقاتي

و الى كل من ساعدوني في انجاز هذا العمل المتواضع من بعيد او قريب .

بلمداني زهرة

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
—	ملخص الدراسة
أ	مقدمة
الفصل الأول : الاطار المنهجي و المفاهيمي للدراسة	
06	1. تحديد الإشكالية
08	2. أهمية الدراسة
09	3. اهداف الدراسة
10	4. أسباب اختيار الموضوع
11	5 . الدراسات السابقة
16	6. التحديد المفاهيمي و الاجرائي للدراسة
20	7. مجالات الدراسة
22	8. المنهج المستخدم
23	9. أدوات جمع البيانات
27	10. عينة الدراسة
28	11. الخلفية النظرية
الفصل الثاني : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي	
38	تمهيد

39	المبحث الأول : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
40	المبحث الثاني: نشأت مواقع التواصل الاجتماعي
42	المبحث الثالث : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
45	المبحث الرابع : أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
55	المبحث الخامس : أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
57	المبحث السادس : أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
59	المبحث السابع : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي
60	المبحث الثامن : إيجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
65	المبحث التاسع : مستقبل مواقع التواصل الاجتماعي
67	المبحث العاشر : مواقع التواصل الاجتماعي في العالم الغربي و العربي و في الجزائر
70	الخلاصة
	الفصل الثالث : ماهية التلفزيون
74	تمهيد
75	المبحث الأول : مفهوم التلفزيون
76	المبحث الثاني : نشأت التلفزيون
78	المبحث الثالث : تاريخ البث في العالم الغربي و العربي و في الجزائر
82	المبحث الرابع : خصائص التلفزيون

85	المبحث الخامس : وظائف التلفزيون
88	المبحث السادس : أنواع التلفزيون
91	المبحث السابع: أهمية التلفزيون
93	المبحث الثامن : إيجابيات و سلبيات التلفزيون
96	المبحث التاسع : تأثير مشاهدة التلفزيون
99	الخلاصة
	الفصل الثالث : العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي و التلفزيون
101	تمهيد
102	المبحث الأول : احصائيات مواقع التواصل الاجتماعي
103	المبحث الثاني : احصائيات مشاهدة التلفزيون
104	المبحث الثالث : مقارنة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و مشاهدة التلفزيون حول العالم
105	المبحث الرابع : العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي و التلفزيون
106	المبحث الخامس : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البرامج التلفزيونية
107	المبحث السادس : التحدي بين شبكات التواصل الاجتماعي و التلفزيون
109	الخلاصة
	الإطار التطبيقي
112	دراسة وتحليل النتائج
160	خاتمة

165	قائمة المراجع
178	الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يمثل توزيع افراد المبحوثين حسب متغير الجنس	114
02	يمثل توزيع افراد المبحوثين حسب متغير السن	114
03	يمثل توزيع الافراد المبحوثين حسب المستوى التعليمي	115
04	يبين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	116
05	يمثل المواقع الأكثر استخداما من طرف المبحوثين	117
06	يوضح مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " من طرف المبحوثين	119
07	يبين المكان الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك " من طرف المبحوثين	120
08	يمثل الفترة التي يقضيها المبحوث في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك "	121
09	يمثل الاسم المستخدم عبر موقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك "	122
10	يمثل اللغة المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك "	123
11	يبين الغرض من استخدام موقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك "	123
12	يمثل المضامين الأكثر تتبعا عبر مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك "	125
13	يوضح مساهمة موقع الفايسبوك في اشباع حاجيات المبحوثين	126
14	يبين مساهمة موقع الفايسبوك في إيصال الرسالة للتعبير	127

128	يمثل مشاهدة القنوات التلفزيونية من طرف المبحوثين	15
129	يمثل المدة الزمنية التي يستغرقها المبحوثين في مشاهدة التلفزيون	16
130	يمثل الجهة المفضلة للمبحوث لمشاهدة التلفزيون معها	17
131	يبين الغرض من مشاهدة القنوات التلفزيونية	18
132	يوضح المضامين التلفزيونية الأكثر اعجابا للمبحوث	19
132	يوضح القنوات التلفزيونية الأكثر تتبعا	20
133	يمثل كمية المعلومة التي تقدمها القنوات التلفزيونية للمشاهدين	21
134	يمثل تراجع مكانة التلفزيون	22
135	يمثل الشعور عند مشاهدة التلفزيون من طرف المبحوثين	23
136	يبين رأي المبحوثين حول المحتوى الذي يبث عبر القنوات التلفزيونية	24
137	يمثل طغيان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة التلفزيون	25
138	يوضح الجانب الأكثر ميلا ، مواقع التواصل الاجتماعي ام مشاهدة القنوات التلفزيونية	26
139	يمثل الجانب المفضل من حيث المحتوى المنشور عبر مواقع التواصل ام التلفزيون	27
139	يمثل من حيث المعلومات المقدمة عبر القنوات التلفزيونية اذا كانت نفسها التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك "	28
141	يمثل استناد التلفزيون على مواقع التواصل الاجتماعي لأخذ المعلومات و بثها	29
142	يمثل مدى مصداقية المحتوى التلفزيوني مع مواقع التواصل الاجتماعي	30

142	يبين الجهة الأكثر اشباعا لحاجيات و رغبات المبحوثين التلفزيون ام المواقع التواصل الاجتماعي	31
144	يوضح طبيعة المنافسة بين محتوى مواقع التواصل الاجتماعي و ما تبثه القنوات التلفزيونية	32
145	يبين المحتوى الأكثر اقبالا و متابعة من طرف المبحوثين	33
146	يبين مدى الاختلاف بين ما يبث عبر القنوات التلفزيونية و ما ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي	34
146	يوضح مميزات محتوى مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بقنوات التلفزيون	35
148	يمثل تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على جودة المضمون الذي تقدمه القنوات التلفزيونية	36
149	يبين سبب تراجع مشاهدة التلفزيون	37
150	يمثل مستقبل القنوات التلفزيونية مع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي	38
151	الاقتراح الأمثل لعودة التلفزيون اكثر فعالية لما عليه الان	39

الملخص

بفضل التقدم العلمي الذي يشهده عصرنا من تطور في وسائل الاعلام و الاتصال ، و ما عرفناه من حداثة و تقدم كل ذلك جعل من العالم قرية صغيرة ، فبعدها وفر للجماهير البث التلفزيوني من مشاهدة القنوات التلفزيونية و ذلك عبر توفر الأقمار الصناعية ، الا اننا مع ظهور الأنترنت و مختلف المواقع منها مواقع التواصل الاجتماعي سارعت التلفزيون لإنشاء مكان لها عبر هذه الوسائط الجديدة لبث برامجها ، فأصبحت تتعامل على مستويين الواقعي و الافتراضي .

تهدف هذه الدراسة الى الكشف و معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على انخفاض نسبة مشاهدة التلفزيون سعيا لمعرفة الأسباب التي أدت الى التخلي عن مشاهدة التلفزيون و التوجه الى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

و لقد انطلقت دراستنا من التساؤل الرئيسي التالي : كيف يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة القنوات التلفزيونية ؟ مع مجموعة من التساؤلات الفرعية .

ولقد أجريت هذه الدراسة خلال السنة الجامعية 2023_2024 ، حيث تم الاعتماد على دراسة وصفية تحليلية لكونه من ابرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية ، حيث اعتمدنا على جملة من الإجراءات المنهجية و أدوات جمع البيانات المناسبة لهذه الدراسة و المتمثلة في الملاحظة و المقابلة و كذا أداة الاستبانة الالكترونية كادات رئيسية و الذي تم نشرها عبر حسابنا كباحثتين في هذا الموضوع ، و تم الإجابة عنه من طرف عينة عشوائية من المجتمع الجزائري مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك و التي كانت مكونة من 80 شخص بهدف الإجابة عن تساؤلات الاستبانة و لكي نبين : كيف يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة التلفزيون ؟.

و من خلال الاعتماد عن الإجراءات المنهجية و تطبيق جملة من أدوات جمع البيانات توصلنا للعديد من النتائج تكمن أهمها فيما يلي :

- توصلنا الى ان حقا هناك انخفاض نسبة مشاهدة على التلفزيون بعد الاحصائيات التي توصلنا اليها من خلال اجابات المبحوثين هل اثرت هذه المواقع التواصل الاجتماعي عليها

وجدنا نسبة 93,75 % فهذا سبب الذي جعلها تتراجع في المشاهدة، لان هي تتيح لهم الحاجات ورغباتهم بسهولة وفي أي زمان مكان وليس لها قيود ولا حواجز تمنعها.

- تلقي مواقع التواصل استخداما عالي من طرف افراد العينة، حيث ان افراد العينة يفضلون استخدام موقع الفايسبوك اكثر على المواقع الأخرى ، والغرض من استخدامه هو الدردشة والحصول على المعلومات ،ويعتبرون ان مستوى المنافسة بين المواقع والتلفزيون قوية وهذا راجع لإقبال الهائل عليها والإحصائيات تثبت ذلك.

- اغلب المبحوثين يؤكدون على وجود اختلاف بين ما ينشر عبر المواقع وما يبث في التلفزيون وان مميزات التي تحظى بها مواقع التواصل اكثر من التلفزيون خاصة في الوقت والمكان والسهولة الاستخدام.

- ميل افراد العينة اكثر لمواقع التواصل الاجتماعي نظرا للخصائص و المميزات التي يجدونها عندها عكس غيرها و كذا سرعة تداولها للمعلومات و الاحداث ، اضافة الى تأكيدهم على قيام التلفزيون بأخذ المعلومة من هذه المواقع .

الكلمات المفتاحية : مواقع التواصل الاجتماعي - الفايسبوك - تأثير - مشاهدة - التلفزيون

Résumé :

Grace aux progrès scientifiques dont notre époque est témoin en termes de développement des médias et de la communication, et à la modernité et aux progrès que nous avons connus , tout cela a fait du monde un petit village après que la télévision ait donné la possibilité au public . regarder les chaînes de télévision grâce à la disponibilité des satellites , sauf avec l'avènement d'Internet et ... divers sites, dont les réseaux sociaux, et la télévision n'ont pas tardé à se faire une place grâce à ces nouveaux médias diffusaient autrefois leurs programmes et ils opèrent désormais à deux niveaux , le réel et le virtuel .

Cette étude vise à révéler et connaître l'impact des sites de réseaux sociaux sur la baisse du pourcentage de regarder la télévision pour tenter de découvrir les raisons qui ont conduit à abandonner la télévision et à se diriger vers utilisation de sites de réseaux sociaux .

Notre étude est partie de la question principale suivante : comment l'utilisation des sites de réseaux sociaux affecte-t-elle pour regarder les chaînes de télévision ? avec une série de sous-questions .

Cette étude a été réalisée au cours de l'année universitaire 2023-2024 , où l'on s'est appuyé sur une étude descriptive et analytique car il s'agit de l'une des méthodes les plus utilisées dans les études sur les médias . Nous nous sommes appuyés sur un ensemble de procédures méthodologiques et d'outils de collecte de données appropriés . Cette étude , à savoir l'observation et les entretiens , ainsi qu'un outil de

questionnaire . Principaux outils électroniques , qui ont été publiés via notre compte . Deux chercheurs sur ce sujet ont répondu a un échantillon aléatoire de la société algérienne utilisateurs des sites de réseaux sociaux Facebook , compose de 80 personnes , dans le but de répondre aux questions de questionnaire et afin de montrer : comment l'utilisation des sites de réseaux sociaux affecte t-elle regarder la télévision ?

En nous appuyant sur des procédures méthodologique et en appliquant un certain nombre d'outils de collecte de données , nous avons réussi résultats sont nombreux , dont les plus importants sont les suivants :

- Nous avons conclu qu'il y a effectivement une baisse d'audience à la télévision après les statistique qui nous sommes arrivés à cette conclusion à travers les réponses des personnes interrogées : ces sites ont-ils affecte les réseaux sociaux. Sur celui-ci, nous avons trouvé un taux de 93,75% c'est la raison qui les a fait baisser le visionnage , car il leur permet de répondre facilement à leurs besoins et désirs a tout moment et en tout lieu et n'a aucune restriction ou barrière qui les empêche.
- Les sites de réseaux sont très utilises par les membres de l'échantillon, car ils préfèrent Facebook est plus utilise que d'autres sites , et le but de son utilisation est de discuter et pour obtenir des information , ils considèrent que le niveau de concurrence entre les sites internet et la télévision est fort et

cela découvrez l'énorme demande et les statistiques le prouvent .

- La plupart des personnes interrogées confirment qu' il existe une différence entre ce qui est publié sur les sites web et ce qui est diffusé à la télévision , et que les avantages des sites de réseaux sociaux sont supérieurs à ceux de télévision , en particulier dans les heures , lieu et facilité d utilisation .
- La tendance des membres de l'échantillon a accordé plus d'attention aux sites de réseaux sociaux pour les caractéristiques et les avantages qu'ils y trouvent contrairement aux autres, ainsi que pour la rapidité avec laquelle ils diffusent des informations et des événements , en plus de leur confirmation que la télévision prend les informations de ces sites.

Mots clés : sites de réseaux sociaux , Facebook , influence , visionnage , télévision .

Summary:

Thanks to the scientific progress that our era is witnessing in terms of development in the media and communication, and the modernity and progress that we have known, all of this has made the world a small village. After television broadcasting provided the public with the ability to watch television channels through the availability of satellites, except now with the advent of the Internet. Various sites, including social networking sites, television rushed to create a place for itself through these new media to broadcast its programs, and it began to operate on two levels, the real and the virtual.

This study aims to reveal and know the impact of social networking sites on the decline in television viewing in an effort to find out the reasons that led to abandoning watching television and turning to using social networking sites.

Our study started from the following main question: How does the use of social networking sites affect watching television channels? With a set of sub-questions.

This study was conducted during the academic year 2023–2024, where reliance was placed on a descriptive and analytical study because it is one of the most prominent methods used in media studies. We relied on a set of methodological procedures and data collection tools appropriate for this study, namely observation and interviews, as well as a questionnaire tool. The main electronic tools, which were published through our account as researchers on this topic, It was answered by a random sample of Algerian

society users of the social networking sites Facebook, which consisted of 80 people, with the aim of answering the questions of the questionnaire and in order to show: How does the use of social networking sites affect watching television?

By relying on methodological procedures and applying a number of data collection tools, we reached many results, the most important of which are as follows:

- We concluded that there is indeed a decline in the percentage of viewing on television after the statistics that we reached through the answers of the respondents. Did these social networking sites affect them? We found a percentage of 93.75%. This is the reason that made them decline in viewing, because it provides them with their needs and desires easily and in a Anytime, anywhere, and there are no restrictions or barriers to prevent it.

- Social networking sites receive high use by the sample members, as the sample members prefer to use Facebook more than other sites, and the purpose of using it is to chat and obtain information. They consider that the level of competition between the sites and television is strong and this is due to the huge demand for it and the statistics prove this.

Most of the respondents confirm that there is a difference between what is published on websites and what is broadcast on television, and that the advantages that social networking sites have are greater than television, especially in terms of time, place, and ease of use.

– The sample members are more inclined towards social networking sites due to the characteristics and advantages they find in them unlike others, as well as the speed with which they circulate information and events, in addition to their emphasis on television taking information from these sites.

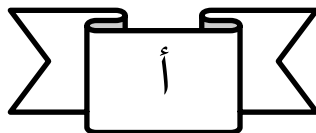
Keywords: social networking sites – Facebook – influence – viewing – television.

مقدمة

الانسان كان منذ عصور قديمة يعيش وبإمكانيات التي تتوفر عنده أي التي اخترعها بنفسه ليستمر في الحياة فكل مرحلة من مراحلها كانت وسائل اخترعها فتوفر له حاجياته، كما ان الانسان خلق فضولي في حياته فيحب ان يفهم بكل ما يدور حوله من معلومات واحداث واخبار، ولكي يحصل عليها يجب أن تكون هناك وسائل تنقل له هذه المعارف وهذه الاحداث.

ففي الأول كانت وسائل تقليدية قديمة منها الإذاعة الصحافة بما فيها التلفزيون ،فهذه الوسيلة لعبت دورا مهما وفعالا في حياة الانسان منذ اختراعها تلبي احتياجات مختلفة للفرد ، ولازالت الى يومنا هذا ، فهي وسيلة نقل الاخبار والمعلومات بالصوت والصورة تبثها في قنوات متنوعة ، أين يتتبع الفرد هذه الاحداث كيف أجريت بكل تفاصيلها ، وانها لها جمهورها ومشاهديها ومتابعيها حتى يومنا هذا، وخاصة مع التقدم العلمي الذي وصلنا اليه والتطور الجذ كبير للوسائل خاصة وسائل الاعلام والاتصال ، فقد جعلت العالم قرية صغيرة تربطها شبكات اتصال عبر أقمار صناعية فهذه العملية المشاهدة تطورت كثيرا خاصة في عصر التكنولوجيا الذي هو حال اليوم ، فظهرت تقنيات جديدة يستخدمها التلفزيون لجذب المشاهدين الى برامجها ، التي تقدمها فهناك من يخصص له وقت للمشاهدة والتأثير الكبير الذي قامت به على الفرد والمجتمع بأكمله حول العالم ، فهي تعتبر من اهم وسائل الاعلام فبها يتواصل الانسان ، فلها مكانة عالية ومرموقة بكل ما تأتي به او تقدمه .

لكن هذه الوسيلة وصلت خاصة في الأعوام الأخيرة و بعد الاحصائيات التي وجدناها ان باتت ان تختفي او تراجع مكانتها بشكل كبير بسبب ظهور وسائل اعلام جديدة طغت او تجاوزت الحدود وأصبحت هي الرئيسة وهي من تسير البشرية وأنها شكلت سلطة تأثيرية على العالم. وهي شبكة عملاقة تعرف باسم مواقع التواصل الاجتماعي التي كانت سبب في التطور الكبير للتكنولوجيا الموجودة، وهي الوسيلة الأكثر استخداما من طرف عامة الناس لمعرفة الاخبار والاحداث الجارية حوله او عبر العالم، وتصله بالصوت والصورة وحتى يتفاعل معها ويرجع الصدى ويبيدي فيها رايه أي يعيش مع الحدث وكأنه في قلب ذلك الحدث، وانه يتدخل في كل القضايا وفي كل المجالات سواء سياسية او اقتصادية وخاصة الاجتماعية.



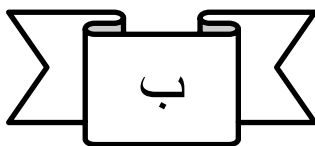
فاليوم مواقع التواصل الاجتماعي يكون فيها الراي العام الذي تسير عليه بلد ما والتشاور فيها مثل الحدث الذي جرى في الجزائر عن الحراك الشعبي أصبحت قضية عامة ورأي عام فعبره يتواصل الشعب وتصل كل الآراء والاقتراحات والحلول للقضية، وأيضا الناس أصبحت تعرض الحياة الشخصية فيه، وكثرة استخدامها من طرف الفرد يعود الى انها متاحة للجميع وسهلة الاستخدام ومتوفرة في أي زمان ومكان أي في الوقت المرغوب يتم الاطلاع على المعلومة التي يريدها، أي كسر حاجز الزمان والمكان.

الى أن أصبح اليوم التلفزيون يعتمد عليها في الاخبار التي تقدمها وهذا ما أدى الى تفضيل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة التلفزيون لأنها مقيدة من حيث الزمان والمكان، فهذه الأسباب دفعت الى اختيار هذه المواقع عليها ، مما أدى الى نسبة انخفاض المشاهدة ، فهذه المواقع وصلت الى ان الفرد هو الصحفي بذاته يأتي بأخبار وينشرها ويتفاعل معها أي حتى لا يحتاج الى صحفي او أي شيء يقدم له معلومة ، وقد يكون ذلك سبب تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تراجع نسبة مشاهدة التلفزيون ، حيث أصبحت المواقع هي من تتحكم في الأشخاص ، وتؤثر بجميع الفئات العمرية من شيوخ وأطفال وخاصة الشباب ، ولا يمكن الاستغناء عنها ولها دور جد كبير حتى سهلت علينا طريقة العيش وقصرت علينا جهود .

مما سبق تتمحور دراستنا هذه حول معرفة كيفية تأثير هذه المواقع على مشاهدة التلفزيون وللإلمام بموضوعنا فقد تم تقسيم هذه الدراسة بعد استهلالنا بالمقدمة الى ما يلي :

الإطار المنهجي: تناولنا من خلاله تحديد إشكالية الدراسة و التساؤلات الفرعية و من أهمية الدراسة مع مجموعة من الأهداف، مع ذكر أسباب اختيارنا للموضوع من أسباب ذاتية و موضوعية و كذا الدراسات السابقة ، بعد ذلك حددنا مفاهيم الدراسة ، ثم تطرقنا الى مجالات الدراسة كل من المكاني و الزماني ، مع ذكر منهج الدراسة و الأدوات المناسبة لها و عينة الدراسة و أخيرا الخلفية النظرية.

أما الإطار النظري: فقد قسم إلى ثلاثة فصول:



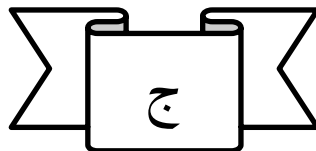
فالفصل الأول جاء تحت عنوان "ماهية مواقع التواصل الاجتماعي" حيث قسمناه الى عشر مباحث و تناولنا فيه كل من مفهوم و نشأت مواقع التواصل الاجتماعي، خصائص و أنواع مواقع التواصل الاجتماعي مع ذكر أسباب استخدامها بعدها جاءت أهميتها لدى المستخدمين و تأثيرها عليهم ، ثم قدمنا جملة من إيجابيات و سلبيات مواقع التواصل بعدها بينا مستقبل هذه المواقع ، و أخيرا بين مواقع التواصل الاجتماعي في العالم الغربي و العربي و كذا في الجزائر .

اما الفصل الثاني جاء تحت عنوان " ماهية التلفزيون " حيث قسمناه الى تسعة مباحث ، و قمنا بدراسة كل من مفهوم و نشأت التلفزيون مع تاريخ البث في العالم الغربي و العربي و في الجزائر بعدها تطرقنا الى اهم خصائص التلفزيون و وظائفها مع ذكر الأنواع ، بعدها قدمنا أهمية التلفزيون مع إيجابيات و سلبياته و أخيرا توقفنا عند تأثير مشاهدة التلفزيون .

و في الفصل الثالث فكان بعنوان "العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي و التلفزيون " تم تقسيم هذا الفصل الى ستة مباحث حيث تطرقنا فيه أولا الى احصائيات مواقع التواصل الاجتماعي ، ثانيا قارنا بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و مشاهدة التلفزيون حول العالم بعدها حددنا العلاقة الموجودة بين مواقع التواصل الاجتماعي و التلفزيون ، و كاهم نقطة درسنا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البرامج التلفزيونية ، و أخيرا بينا التحدي الموجود بين شبكات التواصل الاجتماعي والتلفزيون .

الإطار التطبيقي:

أخيرا خصصنا الإطار التطبيقي للدراسة الميدانية واشتمل على عنصرين تفرغ البيانات وتحليلها ونتائج وتضمنت (النتائج العامة، النتائج في ضوء التساؤلات الفرعية للدراسة والنتائج في ضوء الدراسات السابقة) ، وكذا التوصيات وفي الأخير الخاتمة .



الفصل الأول
الإطار المنهجي والمفاهيمي لدراسة

1. تحديد الإشكالية
2. أهمية الدراسة
3. أهداف الدراسة
4. أسباب اختيار الموضوع
5. الدراسات السابقة
6. التحديد المفاهيمي والإجرائي للدراسة
7. مجالات الدراسة
8. المنهج المستخدم وأدواته
9. عينة الدراسة
10. الخلفية النظرية

الإشكالية:

شاهدت التطورات الهائلة التي وصلت اليها المجال التكنولوجيا وكذا تطبيقاتها قفزة نوعية في شتى المجالات و الميادين ،فاصبح العالم اليوم يعيش ثورة معلوماتية و معرفية ل يتميز عصرنا اليوم بعصر المعلومات ،و ذلك نظرا للإنتاج الكم الهائل لها ، فأصبحت التكنولوجيا مصدر أساسي للتبادلات العالمية رغم الابعاد الجغرافية ، ما مهدى بذلك الى تحول العالم الى قرية صغيرة و ظهر بذلك ابعاد و تطلعات مستقبلية جديدة ،و هذا ما ميز بظهور شبكات مواقع التواصل الاجتماعي ، فسمح بذلك الى فتح المجال للفرد و المجتمع بان ينتفع بها و يستخدمها في عدة مجالات فهي مفتوحة للجميع و لمختلف الفئات العمرية دون قيود.

ف نجد ان بفضل نمو وتشكل هذه الشبكات العنكبوتية و شبكات المواقع التواصل الاجتماعي استطاعا الجمهور ان يحصل على نوعا جديدا من الخدمة الإعلامية بقوالب إلكترونية غير متعارفا عليها في الاعلام التقليدي ،و ذلك مع وجود الانترنت التي تعتبر من ابرز مظاهر التكنولوجيا الحديثة ، فتمثل شبكات التواصل الاجتماعي من احد مظاهر التطور حاليا ما سمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به من خلاله يستطيع ان يتعارف و يتبادل أفكار و اراء واهتمامات و ميول مع الاخر ،الفرد دائما يبحث على كل ما هو جديد و مستحدث و قدرته على الاطلاع على التطورات و المستجدات الحاصلة و حتى قدرته على مشاهدة اخبار او برامج او أفلام في الوقت المرغوب فيه و في أي مكان ، على عكس مشاهدة التلفزيون الذي يرغب فيه المتلقي في مشاهدة او متابعة المحتوى في وقت العرض مما قد يجعل نسبة المشاهدات عبر هذه القنوات تتراجع و تنخفض فكل هذه الأسباب تدفع المتلقي الى اختيار مواقع التواصل الاجتماعي ،و ذلك لأنه يلبي احتياجاته و رغباته في الوقت الذي يرغب فيه ما قد يؤثر سلبيا على نسب المشاهدة ،ف نجد ان معظم المتلقين يميلون الى التصفح في مواقع التواصل الاجتماعي عوضا من مشاهدة القنوات التلفزيون ، و بما ان دراستنا تدرج ضمن تخصص علوم الاعلام و الاتصال فقد سعينا لكي نسقط دراستنا على هذا

الموضوع و نحاول ان نتعرف على مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على انخفاض نسبة المشاهدة في القنوات التلفزيونية ،لنجد انفسنا امام التساؤل الرئيسي المتمثل في :

كيف يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة القنوات التلفزيونية؟

تحديد تساؤلات الدراس:

- ✓ ما هي الاشباعات المحققة من خلال استخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفاسبوك"؟
- ✓ ما هي عادات وأنماط مشاهدة التلفزيون؟ وما هي الاشباعات المحققة؟
- ✓ ما مدى منافسة محتوى الشبكات التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " للقنوات التلفزيونية؟
- ✓ فيما يكمن أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفاسبوك" على مشاهدة التلفاز؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة التي نحن بصدد إنجازها المتمثلة في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على انخفاض مشاهدة التلفاز أهمية بالغة لدى الباحثين والمتخصصين في مجال علوم الاعلام و الاتصال، حيث ان موضوعنا يربط بين متغيرين ذات أهمية كبيرة في وقتنا الحالي و ذلك نظرا للمزايا التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي "الفاسبوك" و **كذلك** الدور الحيوي الذي تؤديه اتجاه مستخدميها فيكمن أهميتها في:

- ابراز المزايا العديدة التي تقدمها تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تنوع منشوراتها.
- الأهمية الكبيرة التي أصبحت تشكلها مواقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " في يومنا هذا وتأثيرها على وسائل الاعلام التقليدية .
- تبيان الدور الهائل الذي تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي.
- القدرة على زيادة معرفة علمية حول هذه التطبيقات والانتفاع بها الأجيال القادمة في بحوثهم العلمية.
- محاولة تبيان دور مواقع التواصل الاجتماعي في وقتنا المعاصر.

- التأكيد على الوصول الى نتائج تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة التلفزيونية.

اهداف الدراسة :

لكل بحث علمي يستدعي مجموعة من الأهداف لتحقيقها الا وهي:

- التعرف على دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بدلا من مشاهدة التلفزيون عند مستخدمي موقع الفايسبوك.
- الكشف عن الاشبعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك ومقارنتها بوسيلة التلفاز.
- معرفة المكانة التي تحظى بها مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالتلفاز خاصتا في عصرنا الحالي.
- التعرف على الاختلاف الموجود بين مواقع التواصل الاجتماعي والوسيلة التلفزيونية.
- التعرف على كيفية تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " على انخفاض نسبة مشاهدة التلفاز .

أسباب اختيار الموضوع:

ان اختيار أي موضوع للبحث يعتبر من الخطوات الأساسية في الدراسات العلمية، واختيارنا لهذا الموضوع راجع لعدة أسباب سواء شخصية كانت او موضوعية، فنسعى الى تقديم مجموعة منها:

أسباب ذاتية:

- الاهتمام الشخصي بتطبيقات تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وما قدمته من تجديد في عملية التواصل.

- ملاحظتنا لتأثير الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي على المستخدمين .
- رغبتنا في معرفة كيفية تفاعل مستخدمي مع مواقع التواصل الاجتماعي.

أسباب موضوعية:

- جدية و حداثة الموضوع و قابلية دراسته .
- الرغبة في معرفة أساليب الاتصال الجديدة و معرفة الأهمية المتزايدة التي أصبحت تمثلها مواقع التواصل الاجتماعي .
- الانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى اقبال المستخدمين عليه
- الخدمات المقدمة من خلال كل من المواقع التواصل وكذا التلفاز .

الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة من الدراسات التي قام بأجرائها باحثون اخرون في الموضوع او الموضوعات المشابهة، حيث انها تعد من اهم الخطوات التي يمر بها الباحث فكأول نقطة تساعده في تجنبه الوقوع في أخطاء الآخرين و كذا اسهامها سواء من جانب التخطيط او التوجيه او حتى ضبط المتغيرات فهمة اكثر للموضوع وتساعده اكثر في التدقيق في دراسته و معرفة الجوانب الملائم للدراسة و كذا معرفة الإجراء المنهجي التي تلائم الدراسة فمن هنا ينطلق بحث جديد على ما وصل اليه سابقا فعلى ذلك اعتمدنا على مجموعة من الدراسات و التي هي على النحو التالي :

الدراسة الأولى: سلمى حميدان، رمزي بوفجي ، تحت عنوان: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة الشباب الجزائري للدراما التاريخية العربية التلفزيونية ، دراسة ميدانية ،وهي مجلة الدراسة الإعلامية ،المركز الديمقراطي العربي . برلين المانيا العدد مايو 2019.

وقد سعت هذه الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية:

- ❖ التعرف على ابرز مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر التي يفضلها الشباب الجزائري .
- ❖ التعرف على اهم أسباب استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي .
- ❖ التعرف على مدي مشاهدة الشباب الجزائري للدراما التاريخية العربية التلفزيونية .
- ❖ التعرف على اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة الشباب الجزائري للدراما التاريخية .

و لقد تبنت هذه الدراسة:

المنهج الوصفي لتوفير البيانات عن الموضوع و تفسيرها و تحليلها ، و قد تم اختيار عينة عشوائية تمثلت في 50 مفردة من الجنسين .

وخلصت هذه الدراسة الى نتائج عدة أهمها:

- ❖ كشفت الدراسة ان نسبة 60,28% من العينة يستخدمون موقع الفايسبوك أكثر من باقي مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.
 - ❖ اشارة نتائج الدراسة الى ان 66% من عينة الدراسة لا يشاهدون الدراما التاريخية العربية التلفزيونية، في حين يشاهدها نسبة 34%.
 - ❖ اشارت نتائج الدراسة الى ان نسبة 82% يؤكدون ان مواقع التواصل الاجتماعي جعلتهم يتراجعون من مشاهدة الدراما التاريخية، في حين يرى 18% عكس ذلك.
- من أوجه التشابه مع دراستنا :**

○ تتفق الدراسة الأولى مع الدراسة الحالية ، و ذلك مع متغيرات الدراسة ، حيث ركزت الباحثة من خلال دراستها على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة الشباب الجزائري للدرام

التاريخية و الذي يتم عبر شاشة التلفزيون ، بينما ركزت دراستنا على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على انخفاض مشاهدة التلفزيون في الجزائر .

○ كما تتفق الدراسة السابقة مع دراستنا في كونها استخدمت المنهج الوصفي ، و كذا من حيث العينة عشوائية .

○ اعتمدنا كلانا على الاستمارة ، حيث كانت النتائج متشابهة فتوصلنا الى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اكثر من استخدامهم للمواقع الأخرى ، و بنقطة مهمة حول تراجع مشاهدة التلفزيون ، و كذا فكرة التواصل مع الاخرين .

من أوجه الاختلاف :

○ اختلاف من حيث الأهداف وكذا عدد العينة حيث كانت عينتنا 80 مفرد بينما هي 50 مفرد .

○ الاختلاف من حيث المجال الزمني و المكاني التي تتم فيه الدراسة .

قد استفدنا من هذه الدراسة من خلال الجانب التطبيقي ، فكانت أسئلة الاستبانة متشابهة نوعا ما مع اسئلتنا مما وظفنا نتائجها في تحليل الجداول و حتى ساعدتنا من ناحية تصميم الاستمارة ، وكذا الجانب النظري من حيث بعض المفاهيم المتشابهة مع دراستنا .

الدراسة الثانية: سلطان فارس سليم أبو حسان بعنوان دور التلفزيون الأردني في خدمة المجتمع المحلي ،دراسة وصفية، قدمه هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام، كلية العلوم الإنسانية جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا 2008 .

و لقد سعت هذه الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية :

❖ التعرف من خلال وجهة نظر مشاهدي التلفزيون الأردني في المجتمع المحلي ، على مدى قيام البرامج التي يبثها التلفزيون الأردني ، بدورها في خدمة المجتمع المحلي ، من خلال

تزويد المشاهدين بالمعلومات و الاخبار ، و الشؤون السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الصحية و الثقافية ، وتجعله على دراية بكامل اخبار و احداث المجتمع الذي يعيش فيه.

❖ التعرف على حجم المشاهدة للتلفزيون الأردني ، على مستوى المحطة من جهة على البرنامج الواحد من جهة أخرى .

❖ التعرف على البرامج و الأنماط البرمجية المفضلة و الأكثر تعرضا و مشاهدة في التلفزيون الأردني ، و التي تحقق نسبة مشاهدة عالية ، تبعا لمتغير اعمار افراد العينة .

و لقد تبنت هذه الدراسة:

المنهج الوصفي ، و تم اختيار عينة عشوائية بالنسبة الى عدد السكان في كل إقليم من الأقاليم الثلاثة ، وتم توزيع 700 مفردة عليهم .

و لقد توصلت هذه الدراسة الى عدة نتائج و أهمها :

❖ نسبة عدد المشاهدين الذين يرون بان التلفزيون الأردني ينقل هموم الوطن و المواطن بلغت 30,8%، بالمقابل ان نسبة عدد المشاهدين الذين يرون بان التلفزيون الأردني لا ينقل هموم الوطن و المواطنين بلغت 10,3%.

❖ بلغت نسبة عدد المشاهدين الذين يرون بان التلفزيون الأردني أحيانا يقوم بنقل هموم الوطن و المواطن بلغت 58,1%، مع العلم بان هنالك ما نسبته 0,8% من عدد افراد العينة لم يقوموا باختيار الإجابة .

❖ ان التلفزيون الأردني يخدم افراد المجتمع المحلي بإعلامهم بالقضايا و الاحداث الداخلية التي تلامس همومهم ، و قد احتلت البرامج الإخبارية و نشرات الاخبار مرتبة متقدمة على باقي البرامج التي يبثها التلفزيون الأردني.

من أوجه التشابه مع دراستنا :

- تتقارب هذه الدراسة مع دراستا الحالية من حيث متغير الدراسة الا و هو التلفزيون.
- تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا من حيث المنهج المستخدم هو المنهج الوصفي .
- استخدامنا لعينة عشوائية ، إضافة الى ذلك كلانا اعتمدنا على أداة الاستمارة الاستبانة .

من أوجه الاختلاف :

- يختلف نوع ما من حيث العنوان فقد اعتمدا الباحث على دور التلفزيون الأردني في خدمة المجتمع المحلي بينما اعتمدت دراستنا على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على انخفاض مشاهدة التلفزيون .

- كذا اختلاف من حيث الأهداف و النتائج المتوصلة اليها .

ولقد استفدنا من هذه الدراسة فيما يخص اثرء الجانب النظري من خلال مشاهدة التلفزيون الأردني من المفاهيم المقدمة حول التلفزيون

الدراسة الثالثة : سهام بوقلوف و الموسومة ب: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و اثرها على القيم الأخلاقية و الاجتماعية ، دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفايسبوك ، و هي أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة الطور الثالث في علوم الاعلام و الاتصال ، اتصال جماهري ، كلية علوم الاعلام و الاتصال ،جامعة الجزائر 3 (2017/2019).
ما يعني وجود اثر على القيم الأخلاقية و الاجتماعية .

و لقد سعت هذه الدراسة الى مجموعة من الأهداف

- ❖ لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفايسبوك و ارتباطهم بقيمهم الأخلاقية و الاجتماعية .

❖ لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفايسبوك و تجاوزهم لبعض السلوكيات السلبية .

❖ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة لمتغير الجنس و السن في استخدام موقع الفايسبوك و ابعاد منظومة القيم الأخلاقية و الاجتماعية .

من أوجه التشابه :

○ تتفق هذه الدراسة مع دراستنا الحالية مع متغير مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث ركزت الباحثة على معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم و الاخلاق الاجتماعية ، بينما يركز موضوعنا على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على انخفاض مشاهدة التلفزيون في الجزائر .

○ تتوافق كذلك من حيث النموذج الذي اعتمدنا عليه في دراستنا و هو الفايسبوك .

من أوجه الاختلاف :

○ تختلف دراستنا من حيث الأهداف الدراسة ، فاعتمدت الدراسة على اهداف مرتبط بالقيم و الاخلاق و كيفية استخدام المراهق للمواقع ، بينما دراستنا تعتمد على تأثير المواقع على التلفزيون .

○ اعتمدت الباحثة على منهج المسحي بينما اعتمدنا على المنهج الوصفي باعتباره المناسب لدراستنا .

○ استخدمنا في دراستنا كل من أداة الملاحظة و المقابلة و الاستبانة بينما الدراسة السابقة اعتمدت على الملاحظة و الاستبانة .

ولقد استفدنا من هذه الدراسة من خلال اثراء الجانب النظري المتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي و كذا صياغة بعض العناوين ، و سهلت علينا الوصول الى المراجع التي تخدم موضوع دراستنا .

الاجراء المفاهيم و الاجرائي للدراسة :

تأثير : لغة : لقد وردت لفظة التأثير في لغة الفقهاء على انه التأثير من اثر ، ترك علامة في

الشيء ، و منه تأثير العلة في الفراغ أي تخلفها الحكم فيها .¹

اصطلاحاً : هو التغيير الذي بحث في سلوك الانسان ويأتي نتيجة التغيير عن استقبال الانسان لبعض المعلومات التي تأثر على مخزونه المعرفي ، و تشترك في التأثير مجموعة من المتغيرات مثال قيم ، مواقع ، معتقدات .

و تعرف كذلك على انها من المصطلحات المشهورة في الاعلام و الاتصال ن حيث يعرف بانها: ما تحدثه الرسالة الإعلامية في نفس المتلقي [المتأثر] و كلما استجاب

المتلقي للرسالة تعد الرسالة الإعلامية قد أحدثت تأثيرها و يكون القائم بالاتصال قد حقق الهدف من

الاتصال .²

اجرائياً : هو تأثير وسيلة معينة سواء كانت تقليدية او حديثة في سلوك الفرد او جماعة معينة اثناء تعرضه لمحتوى تلك الوسيلة ، حين نقصد به في دراستنا التغيير الحاصل على مستوى نسبة المشاهدة للقنوات التلفزيونية نتيجة الاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك.

مواقع التواصل الاجتماعي :

¹ محمد رواس قلعة جي ، جامد صادق قبني : معجم لغة الفقهاء داء النفاس للنشر و التوزيع بيروت ، لبنان ، 1985 صفحة 12.

² عبد الناصر طاشت : تأثير البرامج التلفزيونية على طلبة جامعة اليرموك . مجلة اتحاد الجامعة العربية للأداة ، المجلد 7 ، العدد 3 ، 2010 ، الصفحة 471 .

لغة: كما مشار الفيومي بقوله: "وصلت الشيء بغيره وصلا فاتصل به ، و الوصل ضد الهجر و بينهما تواصل أي اتصال مستمر لا يتقطع " .³

اصطلاحا : هي مواقع الكترونية عبر الانترنت تتيح للأفراد إقامة شبكات من خلال التعريف بأنفسهم و اهتماماتهم و توجهاتهم ، و اختيار اصدقائهم ضمن مجموعات قد تكون مفتوحة او مغلقة او سرية كما تتيح تبادل و نشر المواد المكتوبة و الصور و الأفلام ، فيديوهات و مجموعة من الأدوات التي تسهل عملية الاتصال .⁴

حيث يعرفها عباس مصطفى الصادق : بانها مواقع الكترونية اجتماعية على الانترنت و تعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد او البديل التي تتيح للفراد و الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي .

ويرى زاهر راضي : عبارة عن منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ، و من ثم ربطه من خلال نضام اجتماعي الكتروني مع أعضاء اخرين لديهم الاهتمامات و الهويات نفسها او جمعة مع أصدقاء الجامعة او الثانوية .⁵

³ فاطمة صالح على الخطيب : اثر شبكات التواصل الاجتماعي على طلبة جامعة اليرموك و علاقتها بالرقابة الذاتية من جهة نظرهم انفسهم . أطروحة دكتوراة أصول التربية ، جامعة ال البيت ، 2017 ، صفحة 10 .

⁴ حسين شفيق : مواقع التواصل الاجتماعي أدوات و مصادر التغطية الإعلامية . دار فكر للطباعة و النشر و التوزيع د.ب ، 2014، د، صفحة59.

⁵ سهام بقلون : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و اثرها على القيم الأخلاقية و الاجتماعية . أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراة الطور الثالث في علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر 3 ، 2015، 2017 ، صفحة 33 .

و تعرفها **kaiser** : بأنها مجموعة من المنصات الموجودة على الانترنت او الهاتف المحمول ، تتيح التفاعل الثنائي عبر المحتويات التي ينتجها المستخدمون فضلا عن التواصل بينهم ، فهي ليست كوسائل الاعلام التي تخرج من جانب واحد او موقع شبكي ثابت ، انما هي شبكات تواصل صممت خصيصا لمنح المستخدم إمكانية انتاج المحتوى بنفسه و التفاعل مع المحتويات الأخرى.⁶

وتذكرها "حسونة" :بأنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للشخص او المشترك فيها بإنشاء موقع خاص به ،و حتى ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء اخرين لديهم الاهتمامات و الهويات نفسها او تجمعهم مع الأشخاص بعضهم البعض.⁷

إجرائيا :تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على انها مجموعة من شبكات الاتصال الحديثة عبر شبكة الانترنت التي تتيح التواصل لمستخدمها في أي وقت ينشؤون و في أي مكان عبر العالم مما يسمح لهم بمشاهدة و متابعة كل ما يردونه من اخبار و التطورات و غيرها.

الفيسبوك :

اصطلاحا : الفيسبوك هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول و تجاوب كبير من الناس خصوصا من الشباب في جميع انحاء العالم ، و هي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في 2004 في جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الامريكية .⁸

⁶ سهام بقلون : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و اثرها على القيم الأخلاقية و الاجتماعية ، المرجع نفسه ، ص 34.

⁷ عاصم محمد فخري ، ناصر محمود عبد الفتاح ، زينهم حسن :استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي و علاقته باتجاهاتهم نحو الشائعات . مجلة البحوث في التربية النوعية ، المجلد التاسع ، عدد45 ، مارس 2023 ، صفحة 423.

⁸ جبريل بن حسن لعريشي ، سلمى عبد الرحمن محمد الدوسري : الشبكات الاجتماعية و القيم رؤية تحليلية ، دار المنهجية للنشر و التوزيع ، عمان ، د، ط ، 2015 ، ص 37 .

و يعرف أيضا بكونه موقع الكتروني مصمم لأهداف تتمثل بالأخص في تواصل الافراد من خلال شبكة من الأصدقاء الافتراضيين ن فكل شخص عضو في هذه الشبكة يشارك و يقدم نفسه و هويته افتراضيا من خلال وصف قصير لحياته و خصائصه و اعماله ، كما يمكنه نشر او مشاركة و تبادل المضامين مع الأصدقاء .⁹

إجرائيا : الفايسبوك عبارة عن موقع الكتروني ، يعتبر من اكثر المواقع استخداما ، خاصتا فئة الشباب و المراهقين و ذلك نظرا للمزايا و الخصائص المتنوعة المتوفرة لديها من نشر الاخبار و المعلومات في مكان و زمان وقوعها عكس التلفزيون التي تستغرق وقت في إيصال تلك المعلومة او الخبر .

التلفزيون :

لغة : كلمة لاتينية " télévision " مركبة من " télé " يعني عن بعد " vision " يعني الرؤية ، و لهذا فالتلفزيون يعني المشاهدة عن بعد . و هو الجهاز الذي يستقبل البرامج التلفزيونية المبتوثة ويعرف الجهاز التلفزيوني على انه يجمع بين الكلمة المسموعة و الصورة المرئية ، وهذا ما يزيد قوة التأثير لاستغلاله حاستين من حواس الافراد .¹⁰

⁹ طارق السيد سعدي ، عبد الحفيظ معوش : استخدام الفايسبوك في الجزائر ، اختيار العلاقة بين الإدمان و الاكتئاب في أوساط المستخدمين ، مجلة التربية و الصحة النفسية ، العدد 8 ، جامعة الجزائر ، د.ط ، 2012 ، ص 68 .

¹⁰ محمد برقان : قاموس موسوع للإعلام و الاتصال ، ط2 ، الجزائر ، 2007 ، ص 686 .

اصطلاحا : هي وسيلة الاتصال و الاعلام لأنها تخاطب عدد كبير من الافراد في نفس اللحظة ، و هي وسيلة سمعية بصرية تعتمد على الصورة و الصوت ، فهي أداة لنقل اخبار مصورة بشكل أفلام حصص ، نشرات ، و من البرامج التليفونية .

وتعد التلفزيون احد وسائل الاتصال الجماهيري ووسيلة إعلامية مهمة تخاطب المشاهد مباشرة

وتقدم له مواقف حياتية شبيهة بالحياة اليومية .¹¹

ويعرفها العمري : بانها عبارة عن نظام مهيب لاستقبال إشارة مرسله عبر الهواء (دائرة تلفزيونية مفتوحة) او عبر اسلاك (دائرة تلفزيونية مغلقة) و تحويلها من إشارة كهرومغناطيسية الى صورة و صوت .¹²

اجرائيا : تعتبر التلفاز وسيلة مهمة في الحياة اليومية منذ ظهورها الى يومنا هذا و ذلك راجع للمزايا التي تقدمها للمشاهد من نقلها الفوري بصوت و صورة من مكان الحدث الى المشاهد، وكذا من خلاله تزودنا بمختلف الاخبار و المعلومات و تسهر على تقديم مختلف البرامج سواء كانت اجتماعية ثقافية ،سياسية، رياضية و إعلانات وكل ذلك سعيا لجذب المشاهد

¹¹ كرم شبلي : معجم المصطلحات الإعلامية ، ط2 ، دار الجيل ، بيروت ، 1992 ، ص952 .

¹² فضيلة اكلي : استهلاك المراهق للصور التلفزيونية ، رسالة لنيل شهادة الماجستير علم الاجتماع ، ثقافي تربوي ، جامعة الجزائر

، 3 ، 2006 / 2007 ، ص 18 ، 19 .

مشاهدة التلفاز :

اصطلاحا : ترتكز عملية مشاهدة التلفاز على أجهزة الاستقبال الحسي ، حيث تسجل اللقطات السريعة المعروضة على شاشة التلفزيون وذلك من خلال حاسة البصر و عن طريق ذلك يتم اكتساب اخبار ومعارف معلومات ، و كما تعتبر مشاهدة التلفزيون ممارسة فردية و اجتماعية حيث يعرفها.¹³

نصر الدين الغياضي : هي ممارسة فردية و اجتماعية رغما انها كقرار فردي حميمي يتخذ داخل الوسط العائلي وذلك ان الفرد في الكثير من الحالات لا يشاهد برنامج معين في التلفزيون بناء على رغبته انما بناء على الجماعة التي ينتمي اليها حتى يستطيع مشاركة أصدقائه في الحديث عن ما يشاهدوه و يتبادل معه اطراف الحديث .¹⁴

اجرائيا : يقصد بمشاهدة التلفازيون عملية يقوم به المشاهد بالتطلع على مختلف البرامج و المواضيع و الاخبار و الاحداث و قدرة المتلقي على السمع و المشاهدة البصرية ولكن ذلك يحدث في مكان و زمن واحد معين .

مجالات الدراسة :

المجال المكاني : الذي نعني به النطاق او الحيز الجغرافي لإجراء الجانب التطبيقي لهذه الدراسة ، التي اقتصرت على جميع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك فاعتمدنا على الفضاء الالكتروني الافتراضي ، مما سهل علينا التواصل مع المبحوثين و الحصول على مختلف الأجوبة المناسبة لدراستنا .

¹³دليو فضيل : مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري ، الديوان للمطبوعات الجامعية الجزائرية ، 1998 ، ص 143 .

¹⁴ نصر الدين الغياضي : التلفزيون دراسات و تجارب ، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع ، الجزائر ، 1998 ، ص 87.

المجال الزمني : تم الشروع في هذه الدراسة مع نهاية سنة 2023 و بداية سنة 2024 حيث بدأنا بإجراء الجانب المنهجي من 12 فيفري الى غاية 18 مارس ، اما الجانب النظري من 23 مارس الى غاية 14 ماي ، بعد ذلك بدأنا في الجانب الميداني او ما يسمى بالتطبيقي من خلال تصميم استمارة استبانة الكترونية و عرضها على الأستاذة المشرفة و تصحيحها ثم ارسالها الى المبحوثين كذلك قمنا بتصميم مجموعة من الأسئلة المقابلة التي وجهناها الى صحفيين للإجابة عليها ، بعد ذلك قمنا بتحليل البيانات و المعلومات المتحصلة عليها و تقديمنا لنتائج الدراسة.

منهج الدراسة : يقصد به الطريق او الأسلوب الذي ينتهجه méthode ، او سعيا لدراسة مشكلة للوصول الى حلول لها .¹⁵

كما تعرف بانها عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة و الهادئة للكشف عن حقيقة تشكل هذه الدراسة ، و هو مجموعة الإجراءات الدقيقة التي يبينها الباحث من اجل الوصول الى نتائج معينة ، كما انها جملة من المبادئ و القواعد و الارشادات التي يجب على الباحث اتباعها من اجل الكشف عن العلاقات العامة و الجوهرية و الضرورية التي تخضع لها الظواهر موضوع الدراسة .¹⁶

ولقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي .

¹⁵ احمد بن مرسللي : **مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال** ، الديوان المطبوعة الجامعية ، بن عكنون ، الجزائر 2003 ص 286 .

¹⁶ داود محمد وقنوعة، عبد الطيف : **الإجراءات المنهجية المستخدمة في البحوث النفسية و التربوية التطبيقية** ،مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية ، جامعة الوادي ، العدد الثالث ، ديسمبر 2013 ، ص 4.

المنهج الوصفي التحليلي :

يعرف بأنه هو الذي يقوم على جمع المعلومات و تصنيفها و تبويبها و محاولة تفسيرها و تحليلها من اجل قياس و معرفة اثر العوامل على احداث الظاهرة محل الدراسة ، و يهدف استخلاص النتائج و معرفة كيفية الضبط و التحكم في هذه العوامل .¹⁷

لقد كان اختيارنا لهذا المنهج أولاً لأنه من اكثر المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية كذا من المناهج انسجاماً مع خصائص و مفردات دراستنا حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على انخفاض نسبة مشاهدة التلفزيون ، و كذا استخدامنا للمنهج من اجل الحصول على معلومات كافية و دقيقة حول الموضوع و قدرتنا على تصنيفها و تحليلها و استخلاص النتائج .

أدوات جمع البيانات :

للقيام باي بحث علمي يتوجب الاعتماد على مجموعة من الأدوات المناسبة التي تتماشى مع موضوع الدراسة ، و التي تساعد على الوصول الى النتائج المرغوبة ، و على ذلك اعتمدنا في دراستنا على كل من الملاحظة ، استمارة الاستبانة و المقابلة .

¹⁷ محمد عبد الغاني سعودي ، محسن احمد الخضري : الأسس العلمية لكتابة رسائل ماجستير و دكتوراة، د.ط، القاهرة 1992
مكتبة الانجلو مصرية ، ص 51 .

الملاحظة :

تعتبر الملاحظة أداة ضرورية في البحث العلمي و هي مشاهدة الواقع على ما هو عليه ، او في الطبيعة بهدف انشاء الواقع العلمي . حيث تعتمد الملاحظة العلمية على قيام الباحث بملاحظة ظاهرة من الظواهر في ميدان البحث و تسجيل جميع الملاحظات و تجميعها لاستخلاص المؤشرات منها ، و تتم هذه الملاحظات بواسطة الادراك الحسي . 18

ولقد اعتمدنا في دراستنا على الملاحظة كأداة لجمع المعلومات ، كونها تعد من الأدوات المهمة في البحوث العلمية ، حيث ركزنا عليها في دراستنا من خلال ملاحظتنا لكيفية تفاعل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ، وكذا مراقبة مشاركتهم و طبيعة تفاعلهم من خلال التعليقات و حتى تصرفاتهم و كيفية تتبعهم لمختلف الاخبار و المواضيع المختلفة عبر هذه المواقع بالمقابل ملاحظتنا للأفراد متابعي برامج و اخبار التي تعرض عبر الشاشة التلفزيونية و مدى الاهتمام بمشاهدة التلفزيون ، فلاحظنا ذلك حتى على المحيط الذي نعيش فيه من عائلة و أصدقاء و أقارب هذا ينطبق علينا باعتبارنا باحثين حول هذا الموضوع و هذا ما يدل على الملاحظة بالمشاركة على اعتبار اننا من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " .

يقصد بالملاحظة بالمشاركة :

يقوم الباحث من خلال هذه الطريقة بالاشتراك المباشر في اطار عملية الملاحظة ، حيث يقوم بدور العضو المشارك في حياة العينة التي ينوي ملاحظتها و يعيش معهم و يشاركهم في كافة نشاطاتهم و مشاعرهم ، و من ضروريات هذا النوع من الملاحظة الا يكشف الباحث عن نفسه حتى

¹⁸ بوضياف سهيلة : الشبكات الاجتماعية الالكترونية و تشكيل الرأي العام في الجزائر ، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراة علوم الاعلام و الاتصال جامعة باتنة ، 2017، ص 35 .

يظل سلوك العينة عفويا طبيعيا . لذلك كباحثين في هذا الموضوع نعتبر جزء من خلال ملاحظتنا كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و ميلنا اكثر لهذه المواقع عكس استخدامنا للتلفزيون¹⁹

المقابلة :

تعتبر المقابلة أداة مهمة من أدوات جمع البيانات و المعلومات في الدراسة العلمية خاصة ذات الطبيعة الكيفية ، و المقابلة هي تفاعل لفظي بين الباحث و المبحوث او المبحوثين للحصول على المعلومات و البيانات ذات الصلة بالظاهرة المدروسة ، و لقد اخترنا المقابلة الموجهة او ما يسمى بالمقننة . 20

تعرف المقابلة المقننة :

تتمثل هذه المقابلة في طرح مجموعة من الأسئلة يعرضها الباحث على المبحوثين ، تكون مرتبة تصبح هنا ك تقنية الاستمارة تحتوي على مزيج من الأسئلة مفتوحة و مغلقة . 21

اعتمدنا في دراستنا على المقابلة مما ساعدتنا للوصول الى مجموعة من الأجوبة المهمة التي خدمة موضوع دراستنا و بين تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التلفزيون ، فبناء على ما سبق قمنا بإجراء مقابلة مقننة مع بعض مقدمين البرامج التلفزيونية الجزائرية مما وجهنا بعض الأسئلة التي تم تهيئتها من قبلنا رغبتا في الكشف عن الآراء و المعلومات اللازمة و ساعدتنا في التحليل و الوصول الى النتائج النهائية .

¹⁹ احمد عارف العساف ، محمود الوادي : منهجية البحث في العلوم الاجتماعية و الإدارة المفاهيم و الأدوات ، ط 1 ، دار صفاء للنشر و التوزيع عمان ، ص 255 .

²⁰ احمد بن مرسللي: الأسس العلمية لبحوث علوم الاعلام و الاتصال ، ط 1 ، الورسم للنشر و التوزيع، الجزائر ، 2013 ص 172 .

²¹ ريم بوش : ملخصات الاعمال التطبيقية لوحدة منهجية علوم الاعلام و الاتصال ، محاضرة موجهة لطلبة ماستر 1 اتصال تنظيمي في 07 / 09 / 2023 ، ص 2 .

الاستبيان :

يعرف الاستبيان على انه أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريقة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة مرتبة بأسلوب منطقي مناسب و يتم توزيعها على اشخاص معينين لملئها ، حيث اعتمدنا على استمارة استبانة الكترونية .

التي تعرف ب : هي استبانة يتم تصميمها عبر الانترنت و ارسالها للمفحوصين عن طريق البريد الالكتروني بغرض سرعة الحصول على البيانات ، و تخضع لنفس شروط و قواعد تقنين الاستبانة الورقية قبل تصميمها و نشرها على الإنترنت بشكل يحقق الهدف الذي يسعى اليه الباحث من خلال المشكلة التي يطرحها بحثه ، و يرسل الاستبانة التي اختارها الباحث لبحثه لكي يتم تعبئتها ثم اعادتها للباحث .²²

وهي أداة الرئيسية المناسبة لموضوع دراستنا الذي ينص حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على انخفاض نسبة مشاهدة التلفزيون في الجزائر ، و هذا راجع الى انها تتوافق المنهج الذي اعتمدنا عليه و الدراسة المقامة و تعد كذلك من الأدوات الأقل تكلفة ، و فيها يتم توفير الوقت و الجهد و حتى قدرتنا على الوصول الى اكبر قدر ممكن من المبحوثين ، إضافة الى التطور الذي وصل اليه العالم اليوم رغم البعد الزمني و المكاني ، استطعنا التطلع على مختلف أجوبة مستخدمي مواقع التواصل دون التنقل حيث تم نشر استمارة الاستبيان الالكتروني عبر حساب الفايسبوك باعتبارنا باحثين في هذه الدراسة ، أين تم الاجابة عليه من طرف عينة عشوائية متكونة من 80 مفردة .

²² طارق طراد : تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك في التواصل السياسي للشباب الجزائري ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر 3 ، 2015 / 2016 ، ص 18 . 20 .

المقابلة :

تعتبر المقابلة أداة مهمة من أدوات جمع البيانات و المعلومات في الدراسة العلمية خاصة ذات الطبيعة الكيفية ، و المقابلة هي تفاعل لفظي بين الباحث و المبحوث او المبحوثين للحصول على المعلومات و البيانات ذات الصلة بالظاهرة المدروسة ، و لقد اخترنا المقابلة الموجهة او ما يسمى

بالمقننة .²³

تعرف المقابلة المقننة :

تتمثل هذه المقابلة في طرح مجموعة من الأسئلة يعرضها الباحث على المبحوثين ، تكون مرتبة

تصبح هنا كتنقية الاستمارة تحتوي على مزيج من الأسئلة مفتوحة و مغلقة .²⁴

اعتمدنا في دراستنا على المقابلة مما ساعدتنا للوصول الى مجموعة من الأجوبة المهمة التي خدمة موضوع دراستنا و بين تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التلفزيون ، فبناء على ما سبق قمنا بإجراء مقابلة مقننة مع بعض مقدمين البرامج التلفزيونية الجزائرية مما وجهنا بعض الأسئلة التي تم تهيئتها من قبلنا رغبتا في الكشف عن الآراء و المعلومات اللازمة و ساعدتنا في التحليل و الوصول الى النتائج النهائية .

مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث : تعتبر عملية اختيار مجتمع البحث من اهم الخطوات للقيام باي دراسة بما انه يمثل المجتمع الذي سنطبق عليه الدراسة من خلال أدوات مناسبة لذلك **يعرف مجتمع البحث في**

²³ احمد بن مرسلبي: الأسس العلمية لبحوث علوم الاعلام و الاتصال ، ط1 ، الورسم للنشر و التوزيع، الجزائر ، 2013 ص 172 .

²⁴ ريم بوش : ملخصات الاعمال التطبيقية لوحددة منهجية علوم الاعلام و الاتصال ، محاضرة موجهة لطلبة ماستر 1 اتصال تنظيمي في 07 / 09 / 2023 ، ص 2 .

العلوم الإنسانية : هو مجموعة منتهية من العناصر المحددة مسبقا و التي تركز عليها الملاحظات
ضف الى ذلك هو المجتمع الأكبر او مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق
نتائج الدراسة و يمثل المجتمع الكلي او المجتمع الأكبر الذي يهدف الباحث اليه في دراسته و يتم
تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته .²⁵

انطلاقا من هنا فان مجتمع البحث الذي اعتمدنا عليه في دراستنا يمثل في جميع مستخدمي مواقع
التواصل الاجتماعي بالضبط " الفاييسوك " .

عينة الدراسة: هي مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة و اجراء الدراسة
عليها، و من ثم استخدام تلك النتائج و تعميمها على كامل مجتمع الدراسة الاصلية، و تعرف كذلك
على انها ذلك الجزء من المجتمع الذي يجري اختيارها وفق قواعد و طرق علمية، بحيث تمثل
المجتمع شاملا صحيحا.²⁶

نظرا لصعوبة اجراء دراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث اخترنا عينة مناسبة لدراستنا، فقد
حددنا على مستخدمين شبكات التواصل الاجتماعي بالضبط على موقع الفاييسوك " مقابل استخدام
التفازيون فعلى ذلك اعتمدنا على عينة عشوائية بسيطة .

يقصد بالعينة العشوائية البسيطة : هي اجراء أساسي في عملية البحث الميداني ، يعتمد على
الصدفة في اختيار العناصر المبحوث ، و ان الصدفة التي نعنيها هنا هي صدفة مراقبة للدلالة
على اننا سنعمل بالصدفة المقصودة و ليس بالصدفة الفجائية ، يعني بالصدفة المقصودة اتخاذ

²⁵ عمار بوحوش ، محمد محمود الذنبيات : مناهج البحث العلمي و طرق اعداد البحوث ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر
1995 ، ص 129 .

²⁶ كامل محمد المغربي : أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، د.ط ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان
الأردن ، 2006 ، ص 193 .

احتياطات خاصة اثناء السحب بإعطائه ميزة علمية . و على ذلك اخترنا عينة عشوائية لأنه المناسبة لدراستنا بما انها ينطبق على جميع مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي دون تحديد للفئة .²⁷

الخلفية النظرية :

نجد ان مواقع التواصل الاجتماعي لعب دور كبير في حياة البشرية ، مما وفرت من احتياجات عدة سهلت بها الأمور ، من حيث التواصل و السرعة ، فموضوع دراستنا يتمحور حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي مما نجد ان لكل دراسة لا بدى ان تكون لها نظرية مطابقة ، و بما ان موضوع دراستنا حول تأثير المواقع فنجد كل من نظرية الاستخدامات و الاشباعات و الحتمية التكنولوجيا اللتان يتماشى مع موضوع دراستنا مما سنتطرق الى جميع عناصرها.

نظرية الاستخدامات و الاشباعات :

تعتبر نظرية الاستخدامات و الاشباعات من اهم نظريات الاتصال الحديثة التي تفسر الدور الذي يلعبه الجمهور في عملية الاتصال مع وسائل الاعلام ، حيث تعتبر الحاجة و الدوافع من العوامل المحركة للاتصال ، و بصفة خاصة تلك الحاجة و الدوافع التي يتوقع الفرد ان يشبعها او يلببها له الاخرون لتحقيق التكيف مع البيئة ، و يعتبر اشباع الحاجيات و تلبية الدوافع ضرورية لدى الفرد حتى يتحقق له التوازن النفسي الذي يساعده على استمرار التواصل مع الغير .²⁸

²⁷ موريس انجرس : منهجية البحث في العلوم الإنسانية تدريبات عملية ، ط2، دار القصبه للنشر ، حيدرة ، الجزائر 2004 ، ص 307 .

²⁸ منال هلال المزاهرة : نظريات الاتصال ، ط2 ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2012 ، ص 169 .

نشأة النظرية :

ان البحث حول استعمال وسائل الاتصال تحت عنوان الاستعمالات و الرضا او الاستخدامات و الاشباعات uses and gratification جلب اهتمام الكثير من الباحثين الذين أرادوا التعرف على ماذا يفعل الجمهور بالوسائل ؟ بدلا من ماذا تفعل الوسائل بالجمهور ؟ .

و من هذا المنطلق نجد ان بدايات البحوث الأولى لهذه النظرية قد صاغة تصنيفات استخدام الراديو و الصحف حيث افترضت عالمة الاتصال " هيرتا هير زج " وجود خمسة احتمالات للجمهور من برامج المسابقة : تنافسية ، تربوية ، التقدير الذاتي ، رياضية ، اشباعات مستمعي المسلسلات اما كل من " لازرسفيلد " و " ولف فيسك " عن تطور الطفل بالفكاهة ، بينما لاحظ " بيرسون " استخدام عديدة للصحيفة من اجل الاخبار و تفسير الشؤون العامة و كادات من أدوات الحياة ، الراحة ، الاعتبار ، الاتصال الاجتماعي .²⁹

فروض النظرية :

تتمثل في الفروض الخمسة التي ذكرها كانز و زملائه ، و يمكن تلخيصها فيما يلي :

1. ان الجمهور وسائل الاعلام مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق اهداف مقصودة تلبي توقعاتهم .
2. يعبر استخدام وسائل الاتصال عن حاجة التي يبحث عنها الجمهور ، و يتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية ، و عوامل التفاعل الاجتماعي ، و تنوع الحاجات باختلاف الافراد .
3. التأكيد على ان الجمهور هو الذي يختار المضمون الذي يشبع حاجاته ، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال و ليس العكس .

²⁹ فضيل دليو : الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله ، د. ط ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2003 ، ص 85 .

4. يستطيع الجمهور ان يحدد حاجاته و دوافعه ، و من ثم يختار الوسائل التي تشبع تلك الحاجات .

5. يمكن الاستدلال على معايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال و ليس من خلال محتوى الرسائل فقط .³⁰

اهداف النظرية :

- السعي الى اكتشاف كيف يستخدم الافراد وسائل الاتصال ، و ذلك بالنظر الى الجمهور النشط .
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال ، و التفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض .
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري .
- التركيز على ان فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري .

نقد النظرية :

- يرى عدد من الباحثين بان نظرية الاستخدامات و الاشباعات لا تزيد على انها استراتيجية لجمع المعلومات ، على أساس اعتبار الجمهور عنصر فعال و إيجابي .

³⁰ محمد بن سعود البشر : نظريات تأثير الإعلامي ، ط1 ، دار عبيكان للنشر و التوزيع ، 2014 ، ص ص 35 ، 36 .

• يعتبر استخدام افراد الجمهور لوسائل الاعلام هادف و مقصود فهناك من يرى استخدام

وسائل الاعلام يعود الي التعود و العادة .³¹

• يرى دينيس ما كويل ان نتائج نظرية الاستخدام يمكن ان تتخذ كذريعة للإنتاج محتوى اعلامي هابط .

بما ان دراستنا تعالج تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على انخفاض نسبة مشاهدة التلفزيون فان نظرية الاستخدامات و الاشباعات من افضل النظريات التي تدرس العلاقة بين الجمهور و محتوى الرسالة التي تقدمها وسائل الاعلام بالضبط التلفزيون ، إضافة الى ما تقدمه مواقع التواصل للجمهور خاصة فئة الشباب من تلبية لاحتياجاتهم و رغباتهم و حسب ميولهم ، كذلك ساعدتنا نظرية الاستخدامات و الاشباعات في تجسيد دوافع التعرض لهذه المواقع خاصة موقع الفايسبوك ، بحجة ان يساعدهم على إيجاد المعلومات و رغباتهم النفسية و الاجتماعية التي لها اثار السلبية و أخرى إيجابية على سلوكياتهم و قيمهم .

³¹ حسين شفيق : نظريات الاعلام و تطبيقاتها في دراسة الاعلام الجديد و مواقع التواصل الاجتماعي ، ط1، دار فكر و فن للطباعة و النشر و التوزيع ، القاهرة ، 2013 ، ص .

نظرية الحتمية التكنولوجية :

تعد النظرية التكنولوجية لوسائل الاعلام من النظريات الحديثة التي تحدث عن دور وسائل الاعلام و طبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات ، و يعتبر " مارشال ماكلوهان " من مؤسسي هذه النظرية و هو من اشهر المثقفين و الباحثين في النصف الثاني من القرن العشرين ، و يشكل عام يمكن القول ان هناك اسلوبان او طريقتان للنظر الى وسائل الاعلام. انها وسائل لنشر المعلومات و الترفيه و التعليم . انها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي .³²

مراحل التطور :

و لان طبيعة وسائل الاعلام المستخدمة في كل مرحلة ساعدة على تشكيل المجتمعات اكثر من المضمون و يقسم ماكلوهان الى سلسلة من المراحل :

المرحلة الشفوية : تعتمد على الاتصال الشفوي مرحلة ما قبل التعلم او المرحلة القبلية .

مرحلة كتابة النسخ : التي ظهرت في اليونان القديمة و استمرت في عام الطباعة : من سنة 1500 م الى سنة 1900 م تقريبا .

عصر وسائل الاعلام الالكترونية : من سنة 1900 تقريبا على يومنا الحالي .³³

يؤكد مارشال ماكلوهان الى فكرة الرسالة في العصر الحديث على أهميتها غدت أسيرة الوسيط الذي يثمنها و يضحها ، باعتبار ان الرسالة مدلول تدوب كلية في الوسيط الذي اصبح رسالة و

³² تواتي نور الدين : مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، ماكلوهان مارشال قراءة في نظريته بين الامس و اليوم ، العدد العاشر ، مارس ، 2013 ، جامعة الجزائر 3 ، الجزائر ، ص 183 .

³³ بوسعيد رندا : التغيير الاجتماعي و الحتمية التكنولوجية لوسائل الاعلام ، قراءة في نظرية مارشال ماكلوهان ، العدد 1 ، 2011 ، جامعة الجلفة الجزائر ص ص ، 47 ، 49 .

دالا و مدلول في الوقت نفسه و مع هذا التحول تتحقق مقولة احد المفكرين عندما يلاحظ التحكم الكلي للوسيط في الخبر الإعلامي : الاصفار تصبح ابطالا و الابطال تصبح اصفارا .

ويرفض ماكلوهان نقاد وسائل الاعلام الذين يدعون ان وسائل الاعلام الجديدة ليست في حد ذاتها جيدة او رديئة ، لكن الطريقة التي تستخدم بها هذه الوسيلة او الوسائل هي التي ستحد من فائدتها يقترح ماكلوهان بدلا من ذلك انه علينا ان نفكر في طبيعة و شكل وسائل الاعلام الجديدة ، فمضمون التلفزيون الضعيف ليس له علاقة بالتغيرات الحقيقية التي يسببها التلفزيون .³⁴

استفدنا من هذه النظرية في دراستنا باعتبارها تهتم حول وسائل الاعلام الحديثة فهي تتوافق مع دراستنا بما ان يتمحور موضوعنا حول مواقع التواصل الاجتماعي مما تلعب دور مهم باحتلالها مكان وسائل الاعلام ، فنظرية الحتمية التكنولوجية تتوقف حول نشر المعلومات و الترفيه و التعليم و اعتبارها جزء من التطور التكنولوجي و هذا ما وجدناه في دراستنا و ساعدتنا على اثبات مكانة المواقع او ما يسمى بالإعلام الجديد .

³⁴ حنان كامل إسماعيل : دور المواطن الصحفي في الحراك السوري من وجهة نظر قادة الرأي الإعلامي العربي ، رسالة ماجستير جامعة الشرق الأوسط ، 2012 ، ص 39 .

الإطار النظري

الفصل الثاني
ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

المبحث الأول : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني : نشأت مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثالث : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الرابع : أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الخامس : أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث السادس : أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث السابع : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثامن : إيجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث التاسع : مستقبل مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث العاشر : مواقع التواصل الاجتماعي في العالم الغربي و العربي و في الجزائر

الخلاصة .

تمهيد :

أصبحت شبكة الانترنت احد اهم إنجازات التكنولوجيا المعاصرة فقد حققت نجاح كبير ومزدهر واكثر قوة وسلطة ويمكن لأي شخص ان يستخدم الانترنت ، وهي تعتبر شريان التواصل والاتصال بين الشعوب العالم واتصال جديد بينهم بفضل هذه التكنولوجيا ، وهي مركز ثقافي لكل فئات العمرية والمستويات وأيضا التخصصات العلمية والأدبية بما تميز من كثرة وتدفق المعلومات بشكل كثيف التي لا تعد ولا تحصى في شتى مجالات والميادين المختلفة منها ، الاقتصادية الاجتماعية الثقافية سياسية ، والانترنت أيضا هو نظام الاتصالات واصبح لها دور كبير في نشر المعلومات وطرح الأفكار والانشغالات والحاجات بين الافراد او الأصدقاء او الاهل وحتى في كافة انحاء العالم يصل بصوت و الصورة ، فاليوم وصلنا الى ان العالم بأكمله اندمج مع بعضه البعض يشاهد و يحاور ويتفاعل ويأخذ حاجياته وينفي مالا يريده وأيضا بدا يتحرر من قيود المكان و الزمان في نفس الوقت كما كان في القديم الاتصال والتواصل التقليدي يكون فيه محدودية الزمان والمكان والا لا يوجد اتصال لكن تحرر منها . وأيضا الانترنت لها عديد كبير من شبكات الحاسب المرتبطة في كثير من انحاء العالم ومجموعة من كومبيوتر الموصلة التي تبادل المعلومات باستخدام تكنولوجيا حديثة وجد متطورة ومناسبة في تبادل المعلومات عبر ربوع العالم. وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر واوسع المواقع على شبكة الانترنت انتشارا واستمرار لأنها تقدم لأشخاص التواصل للمستخدم وتمكنه من تبادل أفكار وارهاء ومعلومات بكل ما يدور حول قضايا مجتمع او تدخلات او انتقادات حول مواضيع تخصهم هذه الافراد او تلبية احتياجاتهم ورغباتهم واهتمامهم. فه

فهذه الشبكة لها مزايا عدة ففي هذا الفصل نستعرض نشأة المواقع والمراحل التي مرت بها والخصائص التي تتميز بها وأنواع كثيرة تتميز بها هذه المواقع، وأيضا السبب او الدافع الذي يترك الفرد استخدم هذه الشبكة الأثر الذي تتركه فيه، والاهمية التي فيها وأنها تتميز بإيجابيات والسلبيات

وأیضا كيف یستخدمه العالم وإحصاءاته التي توصل اليها سواء في العالم العربي او الغربي، ونذكر فيه مستقبل هذه الشبكات العالم العربي او الغربي، ونذكر فيه مستقبل هذه الشبكات.

أولاً : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

عرف كل من "اندياس" و"مشيل" وسائل التواصل الاجتماعي انها مجموعة من تطبيقات الانترنت التي يتم بنائها باستخدام تكنولوجيا ،والتي تسمح للمستخدمين بخلق وتبادل المحتوى الاتصالي ،أي انها تطبيقات تمكن المستخدمين من انشاء صفحات . ملفات شخصية . تربطهم مع أصدقائهم ومعارفهم وتمكنهم من التواصل معا من خلال تبادل الرسائل الشخصية عبر البريد الالكتروني الخاص بالملف الشخصي للمستخدم، او من خلال ترك التعليقات المختلفة التي يتشارك فيها المستخدمين ، و تحتوي على هذه الملفات على صفحات شخصية او صور او فيديوهات او ملفات

35

صوتية

يعرف الشهري انها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها لإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربط من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات، او جمعه لأصدقاء الجامعة او الثانوية.

36

شبكات اجتماعية تفاعلية توفر للمستخدمين انشاء ملفات تعريفية شخصية، تسهل بينهم عملية الاتصال وتبادل الملفات بمختلف أنواعها، وجمع أكبر عدد من الأصدقاء الجدد والقدامى لتشكيل

35

نرمين علاء الدين : إدارة استراتيجيات تواصل المنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، الطبعة الأولى، شارع القاهرة ،مصر

2019، ص 2011

36

شرحبيل غالب حميد أبو سويلم: اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الاخبار،

رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط كلية الاعلام، 2015، صفحة 27.

37

مجموعات متخصصة في شتى المجالات في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم

تعرف أيضا أسلوب تواصل اجتماعي يسهل عملية انشاء وتبادل المعلومات والمحتويات بين الافراد والمنظمات، وهي عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت تسمح بتبادل الصور والفيديو والملفات لأخرى. وتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة مثل صداقات، اعمال مشتركة أو تبادل معلومات وغيرها تتم المحافظة على وجود هذه

38

الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينها

عرفها البعض الاخر بأنها مجموعة من صفحات الويب التي تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في مواقع التواصل الاجتماعي وتهدف الى توفير مختلف وسائل الاهتمام التي تساعد الأعضاء على التفاعل بين البعض

مواقع التواصل الاجتماعي هي خدمة الويب التي أعطت او اتاحت للشخص ببناء صفحة جماهيرية

39

او نصف جماهيرية، (مثل الفايسبوك او الانستغرام) ونشر بطريقة إعلامية

ثانيا : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

37

امينة نبيح: الاتصال الرقمي والاعلام الجديد، دار غيداء للنشر والتوزيع عمان ، جامعة المدينة، الطبعة 1، 2019، ص 9 .

38

رضا إبراهيم عبد الله البيومي: نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، رسالة دكتوراة، جامعة طنطا كلية الحقوق،

2019، ص 12

39

Oumar Sivory Doumbouya : **Réseaux sociaux et éthique**, publié par l'Harmattan, en paris,

. 2023 page 12

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من اكثر المواقع التي يستخدمها المجتمعات ، ومع تطور التقنية انتشرت وسائل تقنية وشبكات تواصل واتصال حديثة ،حتى أصبحت في متناول في كل فرد ، كما اصبح لها تأثير اقتصادي اجتماعي وفكري كما تسهل تبادل المعلومات و الأفكار بطريقة سريعة .فنشأة مواقع التواصل الاجتماعي فقد بدأ في ظهور أواخر السبعينيات للربط بين زملاء الدراسة حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص ، فظهرت في تلك المواقع ملفات شخصية وخدمة ارسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء ، ثم جاءت مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات ، مواقع والمشاركة ، الوسائط المتعددة ، وغيرها) اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل ، والاندماج ، و التعاون ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت ، وتعد مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية ، ويمكن ان نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع (الفايسبوك)ثم جاء موقع تويتر ، فشكل قفزة هائلة في البنية الاتصالية ، وانماط التأثير الاجتماعي في المجتمعات الإنسانية و اصبح اهم وسائل التواصل

40

الإنساني و المعرفي و النقاش وواقع جديد تتغير فيه صورة التواصل و التفاعل .

ثم يليه موقع سيكس وفراس .كوم عام 1997م و ركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص ، لكن هذه المواقع لم تنجح بالقدر الكافي رغم انها كانت تتيح عرض الملفات الشخصية و خدمة ارسال الرسائل الخاصة لمجموعات الأصدقاء ، فأغلقت ثم تبعتها شبكات اجتماعية بين عامي (1999،2001) لم تستطع تحقيق النجاح و الشهرة أيضا، و مع بداية عام(2005م)حصلت نقلة نوعية في شبكات التواصل حيث تنافس موقعان ناشئان على استقطاب و جذب الجماهير هما موقع سبسي الأمريكي الشهير ، و منافسة ذائع الصيت اليوم فيس بوك ، الذي تضاعفت اعداد مستخدميه بشكل كبير في الأعوام التالية و ظهرت أنواع أخرى من الشبكات الاجتماعية التي تهتم

40

علي سيد إسماعيل : مواقع التواصل بين التصرفات المفروضة والاخلاقيات المفروضة ،دار التعليم الجامعي جامعة المنيا

الإسكندرية ، 2020 ،ص37 .

بالصورة مثل موقع "فلوكر" الذي ظهر عام 2004م ، و موقع يوتيوب الذي ظهر عام 2005م، و يهتم بنشر مقاطع الفيديو .

فهكذا جذبت مواقع التواصل الالكترونية للشبكات الاجتماعية، مثل فيسبوك، وتويتر، ومنذ انشائها ملايين المستخدمين، الذين يستخدمونها منهم بشكل يومي (ريتش ريسن وغسوني وكارول سنة 2013م). ويذهب حافظ الى ان سبب تسمية هذه الشبكات بالاجتماعية، هو انها جاءت من مفهوم "بناء المجتمعات «ولعل هذا هو سر جاذبيتها للأجيال المعاصرة، وخاصة جيل الشباب فهي في واقعها تحاكي اشكال التجمعات التي تجتمع الافراد على ارض الواقع كما باتت تمثل السلطة

41

الخامسة.

ثالثا : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتمتع هذه المواقع بخصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية وفقا لنوع الخدمات التي تقدمها لمستخدميها، ونوع الأنشطة التي تسمح لهم بممارستها. وتتشرك في خصائص أساسية بينما تختلف عن بعضها عن البعض بميزات تفرضها طبيعة الموقع وما يقدمه من خدمات وما يسمح به من أنشطة.

وترى الباحثة من خلال اطلاعها على خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي انه يمكن تقسيم هذه الخصائص الى قسمين يتعلق القسم الأول بالمحتويات والمكونات وما يقابل ذلك من خدمات يمكن الاستفادة منها او النشاطات يمكن القيام بها، ويتعلق القسم الثاني بطبيعة عملية الاستخدام.

41

2 ميمي محمد عبد المنعم : شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير) كلية التربية جامعة عين الشمس ،العدد الربع

والعشرون الجزء الثاني، 2018 ،ص214.

43

1 الخصائص المتعلقة بالمحتويات وما يقابلها من خدمات ونشاطات:

الملفات الشخصية: يمكن التعرف على اسم الشخص من خلال الملفات، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس وتاريخ الميلاد، والاهتمامات والصور الشخصية، إضافة الى غيرها من المعلومات، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، ويمكن مشاهدة نشاط الشخص حسب الوقت والمكان ومعرفة أصدقاء وماهي الصور الجديدة.

المشاركة: تشجع وسائل التواصل الاجتماعي المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث انها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الاعلام والجمهور، الامر يتسبب في نتائج غير إيجابية. انشاء والتعديل على الصفحات، حيث انها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، ونادرا ما توجد اية حواجز امام الوصول والاستفادة.

المحادثة: تتميز مواقع التواصل عن الوسائل التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث او المعلومة التي يتم عرضها.

الأصدقاء والعلاقات: يعتبر الأصدقاء بمثابة الأشخاص الذي يتعرف عليهم الشخص لغرض معين حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء بينما

42

تطلق بعض المواقع الاجتماعية بالمحترفين المسمى "اتصال".

البومات وصور: تتيح لمستخدميها انشاء عدد كبير من المعلومات ورفع الصور عليها مع الأصدقاء لاطلاع والتعليق على عليها مما يساهم في اتاحة الفرصة لتسبب في الفتنة.

تنوع التطبيقات: هناك تنوع في التطبيقات والخدمات المقدمة، فمن المواقع الاجتماعية الدينية والثقافية لمختلف الاجناس والشعوب، الى الخدمات المسهلة لاتصال وغرف الحوار الى التطبيقات التجارية التي تحول العالم الى سوق صغيرة فيها يستطيع البائع والمشتري إتمام صفقاتهم.

الدعاية والإعلان: توفر فرص وامكانيات مهمة للدعاية والاعلان السياسي والاقتصادي والديني.

43

الألعاب: توفر شبكات التواصل الاجتماعي لمستخدميها مجموعة من الألعاب المتنوعة.

2 الخصائص المتعلقة بطبيعة الاستخدام:

التفاعلية: تعني التفاعلية انتهاء فكرة الاتصال الخطي او الاتصال في اتجاه واحد من المرسل الى المتلقي وما كان يتسم به الاتصال الجمعي او الجماهيري والثقافي اعتمادا على وسائل الاتصال الجماهيري التقليدي، كما ان التفاعلية تمنح المستخدم وهو المتلقي في عملية الاتصال تأثيرا يمتد الى السيطرة على المخرجات ما دامت تتوفر في البرامج والطرق المتعددة لاقترب من المعلومات او المحتوى والتي أصبحت مطلبا في كل برامج الاتصال الرقمي او معظمها وتميز هذه البرامج بالتفاعلية.

التنوع: من تطور المستحدثات الرقمية في الاتصال وتعددتها، الى ارتفاع القدرة على الإنتاج والتخزين والاتاحة للمحتوى الاتصالي الى التنوع في عناصر العملية الاتصالية التي وفرت للمتلقي اختيارات أكبر لتوظيف عملية اتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه لاتصال وتمثل ذلك في الاتي:

- تنوع اشكال الاتصال المتاحة من خلال وسيلة رقمية واحدة هي الحاسب الشخصي.

43

ربيحة كبوص: ادمان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أطروحة الدكتوراة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية ، قسم علم النفس و علوم التربية و الارطفونيا ، جامعة غرداية 2021_ 2022، ص ص 47 48.

• تنوع المحتوى الذي يختاره على المواقع المختلفة المنتشرة على شبكة الانترنت.

التكامل: الانترنت مظلة اتصالية تجمع بين نظم الاتصال واشكالها، الوسائل الرقمية المختلفة

44

والمحتوى بأشكاله في منظومة واحدة توفر للمتلقي الخيارات المتعددة في اطار متكامل.

المرونة في استخدام مواقع التواصل : فقد مكنت المرونة و المجانية باستخدام هذه المواقع في غاية

السهولة ، حيث يمكن للمستخدم التواصل مع الخرين في أي وقت و اي مكان بشكل مستمر ، بدون عوائق او وتعقيدات وهو امر متاح للجميع .

الشيوع : فتمثل احد الخصائص لمواقع ، حيث يستطيع المشترك الوصول الى اقصى الأرض و

اكتساب معارف و أصدقاء وطرح ما يدور في ذهنه من قضايا و اهتمامات .

العالمية : تتجاوز الحدود الجغرافية والانتقال من المجتمعات المحلية الى المجتمعات العالمية حيث

45

يلتقي أصحاب الاهتمامات المشتركة من شتى انحاء العالم .

رابعا : انواع مواقع التواصل الاجتماعي:

الفيس بوك: يعتبر الفيس بوك اشهر شبكة اجتماعية في العالم ، فأصبحت في وقتنا الحاضر الاولى

على عرش الشبكات الاجتماعية الذي يمكن الدخول اليه مجانا ،وتديره شبكة الفيس بوك

فالمستخدمون يمكنهم الانضمام الى الشبكات التي تنظمها المدينة ،او المدرسة ،او إضافة أصدقاء

وارسال الرسائل اليهم كما يتمتع بها الفيس بوك بإمكانية عمل التطبيقات الخاصة وبرمجتها كما بين

44

محمد العوض محمد: قضايا الشباب الجامعي، دار الخليج عمان الأردن، الطبعة الأولى، 2020 ،ص 17

45

عبد الرحمان بن علي الجهني: واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة ، مجلة البحث

العلمي في التربية ، العدد 18 ، 2014 ، ص ص 519 ، 520

46

ستانسيو واخرون استخدامات الفيس بوك في مجال التعليم مثل انشاء المعلمين قوائم مخصص للطلبة ، وإدارة مجموعات من الطلبة حول مواضيع دراسية مختلفة ، وتبادل المعلومات والمصادر والوسائل المتعددة بين الطلبة وانشاء الأبحاث ومراجعتها بشكل تعاوني وخدمة الدردشة ونشر اخبار

46

الامتحانات متابعة بمستجدات في التخصصات الاكاديمية المختلفة.

تعريف الفايسبوك : هو شبكة اجتماعية الأكثر شعبية والأكثر استخداما في العالم ، ويوجه الى

47

الجمهور ولكل الاعمار ، وتنتشر المحتويات على شكل نصوص او فيديووات او صور ...

نشأة الفايسبوك: يعتبر الفيس بوك أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، انشأه مارك يريغ حينما كان طالبا في الجامعة عام 2004م ثم أصبح في شركة عامة وأطلق هذا الموقع في البداية لاستخدام من قبل أعضائه الطلاب، حيث كانوا ينشرون صورهم ثم يطلبون من الطلاب اختيار الأكثر جاذبية بينهم، وفقا لنظام إعلانات الفيس بوك، وبمنتصف العام 2010، صار الفايسبوك أكثر من 500 مليون في العالم، وانه بين العامين 2007 و2011 ارتفع عدد الأشخاص الذين خدموا الفيس بوك بنسبة كبيرة.

إيجابيات الفايسبوك:

46

لحوم فطومة: دور مواقع التواصل الاجتماعي في نجاح استراتيجية الترويج، مجلة إدارة الاعمال و الدراسات الاقتصادية، المجلد 4 العدد 2، 2018، ص 322 .

47

Sébastien Julian : Communiquer **sur les réseaux sociaux pour promouvoir son entreprise**,

.partie 1, Edition nordestent, en Allemagne, en 2023, page 62

• وسيلة لنشر الدعوة الى الله، فيعرض الدعاة والمسلمون دعوتهم بتخلف الطرق والأساليب، بسبب اقبال الناس عليه.

• نافذة سريعة لإعلام، ونشر الاخبار المختلفة فور حدوثها.

• البحث عن صديق او قريب منذ زمن بعيد، فيمكن ايجاده من خلال البحث عن اسمه في الفايسبوك

• طريقة لتعبير عن الرأي في الاحداث السائدة في العالم او في مجالات الحياة

سلبيات الفايسبوك:

• ضياع الساعات، وهدر الوقت وفوات كثير من الاعمال.

• قلة التواصل الشخصي مع الاسرة وضعف الروابط والعلاقات بسبب قضاء الوقت في الفايسبوك

• ارهاق الجسد، والعينين خصوصا عند طول الاستخدام.

48

• وسيلة للفساد الأخلاقي، فمن خلاله يدخل بعض الناس على المواقع الإباحية .

سمات الفايسبوك:

يتضمن الفايسبوك عددا من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض ومن بين هذه السمات:

1. سمة لوحة الحائط: هي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح لأصدقاء ارسال الرسائل المختلفة الى هذا المستخدم.
2. سمة النكزة: التي تتيح للمستخدمين ارسال "نكزة" افتراضية لأثارة الانتباه الى بعضهم البعض، وهي عبارة عن اشعار يخطر المستخدم بان أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
3. سمة الصور: التي تمكن المستخدمين من تحميل الالبومات والصور من اجهزتهم الى الموقع.
4. سمة الحالة: هذه الخدمة تتيح للمستخدمين إمكانية ابلاغ اصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من اعمال في الوقت الحالي.

5. سمة التغذية الإخبارية: تم الإعلان عن هذه السمة في 6 سبتمبر من عام 2006 حيث تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الاحداث المرقبة واعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم. وفي بداية الامر ، اثارت هذه السمة حالة من الاستياء بين مستخدمي الفايسبوك ، حيث شك البعض ان من سوء التنظيم وكثرة البيانات غير الرغوب فيها ، بينما عبر البعض الاخر عن مخاوفهم من ان يؤدي ذلك الى سهولة تعقب الاخرين لأنشطتهم الشخصية ، مثل التغيرات التي تطرا على علاقتهم والاحداث المختلفة والمحادثات التي يتبادلونها مع الاخرين ،فقدم في هذه الحالة Zuckerberg اعتذارا عن اخفاق الموقع في تقديم سمات مناسبة يمكن تخصيصها على نحو يحفظ خصوصية الافراد ،فانه يمكن للمستخدم منع أصدقائهم من مشاهدة التحديثات التي تطرا على أنواع

49

محددة من الأنشطة التي يقومون بها مثل : التغيير في الملف الشخصي

49

نبیح امينة: اتجاهات مستخدمي الاتصال الرقمي، أطروحة شهادة الدكتوراه، في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3،

2012/2013، ص ص 100 ، 101 .

6. عدد المستخدمين كبير للغاية في جميع انحاء العلم وصفحة واحدة لتفاصيل الشخصية.
7. يتضمن المحتوى تحديثات التعليقات وصور ووسائط متعددة والتطبيقات والدرشة وانشاء مجموعات او صفحات للمجتمعات.
8. يختار المستخدمون الأصدقاء الذي سيشاركون معهم المحتوى وتتضمن الصفحة تفاصيل شخصية كاملة (قد تكون محدودة)
9. موقع ترفيهي اجتماعي ويقوم المستخدمون بإضافة محتوى الى صفحاتهم الشخصية.

50

10. يمكن للمستخدمين انشاء مجموعات او مجتمعات.

استخدام الفايسبوك في العالم:

اصبح الفايسبوك جزءا مهما من الحياة اليومية لنحو ملياري شخص في جميع انحاء العالم . واستكشف الكثير من الباحثين تأثير الفايسبوك في الافراد و المجتمعات . بحيث أجريت احصائيات قام البحتون حول العالم بأجراء تجربة على اكثر من 1000 شخص بهدف معرفة تأثير استخدام الفايسبوك في الأشخاص فشارك 1090 شخص في التجربة وقد طلب منهم تقييم حياتهم على مستويات مختلفة ، ثم جرى توزيعهم عشوائيا على مجموعتين : مجموعة مراقبة (أي مجموعة شاهدة حي تستمر هذه المجموعة في استخدام الفايسبوك كالعادة) ومجموعة معنية (حيث تمنع هذه المجموعة عن استخدام الفايسبوك مدة أسبوع كامل) وبعد أسبوع جرى سؤال كل منهما حول تقييم حياتهم من جديد ، فبعد أسبوع من الانقطاع عن استخدام الفايسبوك ، ذكر المشاركون من المجموعة

50

ستيلا كوت غال: مهارات التعلم وأدوات التكنولوجيا العصرية ، المجموعة العربية لنشر ، مدينة نصر القاهرة ، الطبعة الأولى،

ص 259 .

الثانية تحسنا ملحوظا في مستوى رضاهم عن الحياة ، وزاد تواصلهم الاجتماعي الحقيقي ، وأصبحت القدرة على التركيز لديهم افضل وقل شعورهم بضيق الوقت ، ثم توصلوا في الأخير من فترة التجربة عن حالة المجموعتين لمزاجهم فقال افراد المجموعة الثانية الذين اخذوا استراحة من الفايسبوك لأسبوع انهم باتوا اكثر سعادة وقل شعورا بالحزن والوحدة مقارنة بالمجموعة الأولى التي واصلت استخدام الفايسبوك .ومن ثم توصلوا الى احصائيات حول الفايسبوك ان : 94 بالمئة من مستخدمي الفايسبوك يدخلون الموقع يوميا ، و86 بالمئة من مستخدمي الفايسبوك يتصفحون الاخبار ، و78 بالمئة من مستخدميه سيعتعملونه لمدة 30 دقيقة او اكثر يوميا ، و69 بالمئة يفضلون نشر الصور عن أشياء

51

مهمة عليه ، و61 بالمئة يحبون ان ينشروا ا جوانب حسنة عليه .

استخدام الفايسبوك في العالم العربي:

قدرت إحصاءات عالمية مؤخرا زيادة عدد مستخدمي شبكة الفايسبوك في العاصمة عمان بحوالي 5 ملايين مستخدم ، وذلك حتى نهاية النصف الأول من العام 2016 ذكرت الأرقام ان المتخصص في إحصاءات الانترنت ان عدد مستخدمي الفايسبوك في الأردن شكل نسبة تصل الى 7 بالمئة من اجمالي عدد مستخدمي الشبكة العالمية في منطقة بلاد الشام و الخليج العربي (15 بلدا) والمقدر تعدادهم بحوالي 76 مليون مستخدم للشبكة . وأيضا سجلت إحصاءات عدد مستخدمي الفايسبوك في الأردن زيادة بمقدار 900 الف مستخدم جديد دخلوا الى الشبكة خلال سنة ، وبزيادة نسبتها 22 بالمئة ، اذ بلغ عدد مستخدمي الفايسبوك في الأردن في 2015 قرابة 4.1 مليون مستخدم اردني ، فازداد استخدام الأردنيين لهذا الموقع خلال السنوات الماضية القليلة والتي تسمح باستخدامه عبر الهواتف الذكية مما ازداد تطبيق الهواتف و موقع التواصل الاجتماعي . وايض

51

حسان احمد قمحية : الفايسبوك تحت المجهر ، دار النخبة لنشر شارع السندل مدينة زايد مصر ، الطبعة الأولى ، 2017 ،

ص ص65 ، 66 ، 67 .

أوضحت موقع " انترنيت وورلد ستات " بان اكبر عدد مستخدمي الفايسبوك في بلاد الشام والخليج العربي تواجد في ايران بحوالي 17 مليون مستخدم ، وجاءت السعودية والعراق في المرتبة الثانية ، حيث بلغ عدد مستخدمي الفايسبوك في كلا البلدان حوالي 14 مليوناً . فتعد شبكة الفايسبوك العالمية من الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداماً ودخولاً ومشاركة للمحتوى حول العالم ، حيث منذ انطلاقتها

52

في 2004 وهي في زيادة اقبال الناس عليها .

التويتر: يعرف مورثي التويتر بأنه مدونة صغيرة يشاركها المستخدمون في الأفكار السريعة مع مستخدمين آخرين ، فتويتر يسعى الى تراكم المزيد والمزيد من المتابعين الذين هم مدركين لمحتوى منشور و يستخدم من طرف الشركات الصغيرة والمتوسطة لوصول العديد من القراء اليها.

إيجابيات: توطيد العلاقة بين الجمهور.

- يعطي التفوق الواضح لتويتر على التواصل الاجتماعي المتنافسة لتوصيل الاخبار.
- يستخدم لرسائل قصيرة في فترة زمنية قصيرة.
- سرعة التواصل وعدم احتياج المستخدم لتتقل المراكز البريد الالكتروني.

سلبياته:

- لا يقدم الكثير إمكانية كتابة العرض.
- يعيق استخداماته لإشباع حاجيات المستخدمين.

53

- لا يتيح عرض كتابة نص يحتوي على أكثر من 140 كلمة.

اليوتيوب: عبارة عن موقع الكتروني يتم من خلاله السماح بالمشاهدة مقاطع فيديو التي يتم نشرها من قبل المستخدمين الاخرين لهذا الموقع ، بالإضافة الى إمكانية تحميل المستخدمين انفسهم لمقاطع فيديو خاصة بهم . ثم تم تأسيس هذا الموقع عام 2005 ، الا ان شركة جوجل قامت بشرائه بعد عام واحد من تأسيسه .

تعد شركة يوتيوب احد اشهر المواقع الإلكترونية الموجودة على الشبكة الانترنيت ، حيث يشاهد زائرو هذا الموقع ما يقارب 6 مليارات ساعة في من مقاطع الفيديو المختلفة خلال الشهر الواحد ونتيجة لهذا الاقبال الكبير على هذا الموقع اليوتيوب ، فقد اصبح ثاني اكبر محرك بحث على

54

الانترنيت بعد محرك جوجل .

53

رياض زروقي :الاستخدامات الترفيهية في شبكات التواصل الاجتماعي ، أطروحة شهادة الدكتوراة في علوم الاعلام و الاتصال،
جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2021، ص ص 96 97

54

قادري جميلة وبراهيمي اسية : تسويق الأفكار عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على عقول مستخدميها ، مجلة الابتكار
و التسويق ، الجزائر المجلد 11 العدد 1 ، 2024 ، ص 19

53

البريد الإلكتروني: هو وسيلة لإنشاء الخطابات وارسالها عبر الحاسب الالى لشخص او اكثر ، وتخزن الرسالة الإلكترونية في الحاسب ،حتى يفتحها المرسل اليه و يقرئها او يقوم بأرسالها الى حاسبه الخاص وليشترط ان يكون المرسل و المرسل اليه على نفس الشبكة ، وليشترط ان يستخدم نفس نوع الحاسب او نظم التشغيل .

إيجابيات البريد الإلكتروني:

- وسيلة اتصال سهلة وسريعة، حيث يصل البريد الإلكتروني الى صندوق المرسل اليه في ثوان او دقائق.
- يعمل البريد الإلكتروني طوال الوقت دون اجازات او عطل رسمية او غير رسمية.
- تسجيل وقت الرسائل وحفظها وان كان وقتا غير دقيق وإمكانية ارسال الى أكثر من شخص واحد.

سلبيات البريد الإلكتروني:

- إمكانية تخزين الرسالة أكثر من مكان مما يؤدي الى مشاكل في عملية التخزين والتكرار النسخ.
- إمكانية طبع الرسائل من خلال الانترنت بدون موافقة المسؤول عن إدارة البريد الإلكتروني.

55

- عدم الرسمية مما يؤدي الى الانحراف.

55
أشرف عبد المحسن الشريف: الأرشيف الإلكتروني في الشركات والهيئات الحكومية ،جامعة بن سويف دار حميثرا لنشر،

الواتساب: هو تطبيق مجاني فوري يتم تحميله على الهاتف لإجراء محادثة بينك و بين جميع الأصدقاء الموجودة اسماءه في قائمة الأسماء. ويشترط ان يمتلك من يستخدمه البرنامج نفسه ويجري محادثة كتابية معه، وهو بمثابة برنامج مجاني يعمل بمجرد تحميله على الهاتف لإجراء محادثة فورية، وارسال رسائل صوتية وفيديو وصور.

إيجابيات الواتساب:

- تقرب المسافات بين الأصدقاء والاهل، حيث يستخدمه الأشخاص المسافرين.
- يعتبر هذا التطبيق من اسهل وابسط التطبيقات استعمالا.
- يغني هذا البرنامج عن استخدام الرسائل القصيرة .

سلبيات الواتساب:

- تمكن أي جهة استخبارية او مخترقون من تشغيل كاميرا دون علم المستخدم.
- يعد تطبيقه وسيلة لتضييع الوقت في أمور غير نافعة.
- تطبيق الواتساب يؤثر على العلاقات الاجتماعية بين الاهل والاسرة والاقارب من الغاء

56

الاتصال الشخصي.

خامسا : أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي :

أسباب استخدام الانترنت متنوعة وكل شخص يختلف عن الآخر، ويرجع سبب ذلك الى أمور كثيرة منها السن الجنس والبيئة الخلفية الثقافية، والمتعلقة بطبيعة الشخصية او طبيعة المواد المعروضة ومن الأسباب أهمها:

- السرية ان الإمكانية التي توفرها الأنترنت في الحصول على المعلومات والتعرف على الأشخاص دون الحاجة لتعريف النفس بالتفاصيل الحقيقية توفر شعورا لطيفا بالسيطرة، كم يمكن الظهور كل يوم بشكل آخر حسب اختياراتنا.
- الراحة الانترنت وسيلة مريحة جدا ولا تطلب الخروج من البيت او السفر او ايجادا لممنوعات من اجل استعمالها، ويوفر هذا التيسير حضورا عاليا وسهولة فيما يتعلق بتحميل المعلومات التي لم نكن نقدر تحصيلها بدونها.
- الهروب من الواقع الحقيقي الى واقع بديل، ومن الممكن لإنسان الذي يفتر الى الثقة بالنفس ان يصير شخصية جذابة بل حدود، ويجد الانسان الانطوائي لنفسه أصدقاء او صديقات ويستطيع كل انسان يبني لنفسه هوية مختلفة.
- الحرية والانعتاق فساهمت في تخليص الشباب من قيود المجتمع الصارمة، ووفرت لهم إطلاق العنان لرغباتهم الدفينة وقدمت لهم إغراء لا يمكن مقاومته، فالعلاقات العاطفية مثلا ممنوعة وغير متاحة بالنسبة للفتيات بينما يمكنهم فعل ذلك في الانترنت بتبادل الأحاديث تكون خارجة وتصل الى حد الزواج.
- تأكيد الذات فمعاناة الشباب من شبح البطالة والفراغ الروحي والاكتئاب والشعور بالأهمية والقيمة كلها عوامل تدفعهم لإدمان الشبكي.

- التنوع في الخيارات مع عدم وضوح الهدف او الغاية من الدخول للشبكة يجعل المتصفح ينجر من موقع الى آخر، فقد يفاجئ بظهور اعلان ما، ثم يفتح المنتدى للحوار ويجد نفسه في حالة الانجرار اللاشعوري.
- مساحة للرأي وحرية الموقف فتعمل هذه المواقع لأشخاص حرية التعبير بالأهمية والقيمة كلها تدفع لاستخدام الشبكي.
- تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على توسيع مدارك الطلاب باطلاعهم على أحدث المستجدات في مجال دراستهم.
- يحقق استخدام هذه المواقع فوائد اجتماعية واقتصادية في خفض الانفاق على قاعات الدراسة

57

والأدوات والوسائل التعليمية، بل والحفاظ على البيئة كذلك .

- المشاكل الاسرية تدفع للفرد باستخدام هذه المواقع فيجده بديلا لتعويضه في الحرمان الذي يظهره مثلا في غياب الوالدين او بسبب مشاغل الحياة او تفكك اسري .
- الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت او حسن استغلاله بشكل سليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث على ما يشغل به هذا الوقت فمن بينها مواقع التواصل الاجتماعي .

58

- الفضول يعني هذه الموقع لها عام افتراضي ، فتعمل على جذب الأشخاص وتحقق الامر.

57

محمد الشيخ حمود :استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ،رسالة لاستكمال درجة ماجستير، لدى طلبة التعليم الأساسي جامعة نزوى قسم التربية، 2016، ص 20 .

58

جمال كانون : دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم و ترقية أداء المنظمات المدني في الجزائر، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع ، جامعة الجزائر ، 2016/2017 ، ص 109 ، 110 .

57

سادسا : أهمية مواقع التواصل الاجتماعي :

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي، جزءا لا يتجزأ من حياتنا اليومية نستخدمها للتواصل مع الأفراد، كما نستخدمها لتعقب الأحداث الجارية، وحوالي من 3.48 مليار شخص يستخدمونها. فأضافت شكلا جديدا أصبح الجمهور مشارك في اسم الهيئة. فتكمن أهمية مواقع التواصل في نقاط كالتالي:

- التسويق او الترويج فمن خلالها تراهن الشركات في التسويق او ترويج منتجاتها او خدماتها، وتخطط لاستخدام تلك المواقع للوصول للعملاء والمستهلكين وتحويلهم الى واقعيين.
- اكتساب المعرفة والخبرات فتعد هذه المواقع من ابرز الوسائل التي يمكن الاطلاع على المعلومات الحديثة واكتساب مهارات للمستخدمين اما بالحث او ظهورها امامهم وتمكن إمكانية الاطلاع على اهتمامات المستخدمين النشطين على هذه المواقع.
- تطوير الذات للمستخدمين تتيح إمكانية تطوير الذات وتوسيع المفاهيم وتنمية الادراك واكتساب مهارات التواصل ومعرفة طرق التعبير والكتابة، والتعرف بمختلف العادات والتقاليد.
- التفاعل والتواصل المباشر يعني من الوسائل الفاعلة يمكن استخدام في التواصل المباشر، ويمكن لصاحب مشروع او علامة تجارية التواصل مع المستهلكين ومعرفة مدى نجاح المشروع وقياس جودة المنتجات وخدمات المقدمة.
- توفير الوقت للحصول على وظيفة فتوفر الوقت والجهد في الحصول على الوظائف المناسبة، فأصبحت من الضروريات في ظل العالم الرقمي المسيطر، يتعين على الباحثين عمل تعزيز تواجههم في صفحاتهم الخاصة.59

⁵⁹ عبد الله المؤمن التميمي: الذباب الالكتروني وصناعة الرأي العام، عدنان قلعة جي الطبعة الأولى ، 1445 هـ / 2024م،

- نشر الوعي وسهولة تداول المعلومات فبعض المدونات توفر معلومات عن قضايا والمعلومات والاحداث السياسية التي تجري في العالم.
- صقل المعرفة وزيادة الثقافة من خلال التواصل مع ثقافات أخرى غير معروفة.
- ابراز الفردية في الاختيار والتعبير والنشر.
- فربت العالم وسامت في احياء الروابط بين الناس وتكوين المجتمعات الالكترونية وتبادل الآراء والأفكار.
- أداة لتعليم ميزات رائعة لاستعمالها بفعالية عن انها مصدر مهم للمعلومات ولتحسين التواصل.
- يمكن استغلال مواقع التواصل في الحملات الخاصة بمكافحة الفقر الامراض او دعم الحملات السياسية او المظاهرات.
- تؤثر هذه المواقع بدرجة كبيرة في العمليات الاجتماعية من حلال تسهيل وصول الفرد الى المعلومات. 60

سابعا: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي :

ان تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع التواصل اضفت بعدا جديدا على حياة الملايين من البشر من احداثها لتغيرات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها ومن اهم هذه الاثار منها :

- التواصل مع الغير سواء كان ذلك الغير مختلف عنك في الدين او العقيدة والثقافة والعادات والتقليد واللون و المظهر فان قد اكتسبت أصدقاء ويكون بجانبك .
- مواقع التواصل الاجتماعي تعطي حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن الفكر و المعتقدات والتي تتعارض مع الغير .
- تؤثر مواقع التواصل على ظاهرة العولمة الثقافية ، ولكن في نفس الوقت تعمل على جسر الهوية الثقافية والحضارية .
- أيضا تؤثر مواقع التواصل على عن الذات فكل منا له فرصة في خلق كيان مستقل في المجتمع يعبر فيه عن ذاته مما اثرت بشكل كبير على الفرد .61
- تعد مساحة خصبة لأجر والثواب لهداية الناس وإصلاح دينهم ودنياهم فقد يتم استخدامه كوسيلة لنصح والإرشاد فيكون في باب الصدقة ولا ينقطع الثواب .
- تمكن المستخدمين في ساحة التجارب بتسويق منتجاتهم كسب زبائن من كافة انحاء العالم
- تؤثر أيضا على تواصل الحكومة مع الجمهور بهدف تطوير الخدمات الحكومية .
- تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على أوقات افراد الاسرة و على العلاقات الاجتماعية الاسرية وصلة الرحم فصارت الشغل الشاغل .
- تؤثر على الجلوس لساعات طويلة ويخلق العزلة الاجتماعية مكتفيا بالتواصل الافتراضي62

61

احمد علي الدروبي : مواقع التواصل الاجتماعي واثرها على العلاقات الاجتماعية ، علم الاجتماع جامعة الكويت ، العدد الأول ، 2018 ، ص 4.

62

دعاء عمر محمد كتانه : وسائل التواصل الاجتماعي واثرها على الاسرة دراسة فقهية ، رسالة لاستكمال درجة الماجستير جامعة النجاح الوطنية ، نابلس . فلسطين ، 2015، ص 38 .42.

ثامنا: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

أحدثت شبكات الاجتماعي ثورة في الاتصال والتواصل ، وذلك لجمعها ملايين من المستخدمين الذين يتبادلون كمية هائلة من البيانات والمعلومات في نفس الوقت ، مما ساهم في وصول المعلومات و الأفكار بصورة كبيرة لم تكن موجودة من قبل ، الامر الذي الى زيادة اعداد المشتركين فيها بصورة كبيرة جدا خاصة من المراهقين والشباب ، وهناك مجموعة من العوامل التي ساعدت على انتشار الشبكات الاجتماعية من ابرزها ظهور العزلة الاجتماعية في الأوساط الاسرية و الاجتماعية بسبب نمط الحياة المعاصرة ، الذي يعتمد على الفردية وعدم التشارك في محيط الاسرة الواحدة ، حيث اصبح جميع الافراد الاسرة في الغالب يعملون خارج المنزل مما أدى الى حدوث فجوة في التواصل بين افراد الاسرة الذين يجدون الشخص الذي يشاركون معه تفاصيل حياتهم اليومية ، وهو الامر الذي توفره مواقع التواصل الاجتماعي ، كما ان البطالة ووقت الفراغ يجعل الشباب يقضون الكثير

63

من اوقاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي .

أ . اهم إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- وفرة المعلومات التي اتاحتها الانترنت في مختلف حقول المعرفة والعلم، وكذلك سرعة الوصول اليها، حيث تنتج العقول البشرية الان معارف في سنوات قليلة قدرا يفوق ما كانت تنتجه سابقا من عقود زمنية طويلة، وكل ذلك يتداوله بصورة يومية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

63

سامية خضر صالح، شبكات التواصل الاجتماعي النشأة والتأثير، الطور مجلة كلية التربية جامعة عين شمس، العدد الرابع

والعشرون، 2018 ص 20.

- شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال، فأصبحت بديلا للوسائل الاتصالية الأخرى من هاتف وفاكس وتلكس وغيرها، واستحدثت أنماط جديدة من التفاعل الاجتماعي والاتصال بالأخرين، دون التقيد بالموقع الجغرافي أو كلفة الانتقال أو عدم توفر الوقت اللازم للمقابلة، مما ساعد على تبادل الآراء على مستوى العالم.
- سهولة الاستخدام طورت شبكات التواصل الاجتماعي لتكون سهلة الاستخدام، ويستطيع أي مستخدم ان يتعامل معها مع تطبيقاتها بكل يسر، مع اختلاف اعمار هؤلاء المستخدمين ومستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية، حيث ان استخدامها يحتاج الى القليل من المعرفة في أسس الحاسب الالي كما تمتاز بتصميم البسيط وسهولة اجراء المحادثة النصية والصوتية والمرئية، وتوفير صور متزامنة مع الوقت للتحديات.
- اللامكان فتتخطى شبكات التواصل الاجتماعي كل الحواجز الجغرافية والمكانية التي حالت دون انتشار الأفكار وامتزاج الناس وتبادل المعارف والخبرات والمعلومات.
- اللامكان ان السرعة التي يتم بها نقل المعلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعي تجعل من حق كل مستخدم الحصول على المعلومة في نفس الوقت وفي أي مكان في العالم بدون وجود فارق زمني كبير بين انتقال المعلومة من المرسل الى المستقبل.
- التفاعلية تتعامل وسائل الاعلام التقليدية مع الافراد كمستقبلين فقط، اما في العصر الانترنيت فإمكان المستخدم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والحوارات ان ينتقل من دور المستقبل الى دور الناشر او المرسل، مما أدى الى ظهور مصطلح المواطن الصحفي

64

- اعطى اندماج لتكنولوجيا .
- اعطى للإنسانية إضافة .
- الأوتوماتكية العديدة في التقدم .
- وسيلة الأقل تكلفة .

65

- وسيلة قوة في الاتصال .

ب . سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي :

تمثل مواقع التواصل الاجتماعي العديد من الإيجابيات لكن لا تخلو من السلبيات و العديد من العيوب والاثار السلبية لها على كافة المستويات الاجتماعية والثقافية والسياسية و الاقتصادية فتمثل هذه السلبيات منها :

- انتشار الشائعات اذ تعد من شبكات التواصل الاجتماعي أرضية خصبة لانتشار الشائعات و ذلك بنشر مستخدمي هذا الموقع لأخبار من دون معرفة مصدر الخبر .
- تغير طريقة التفاعل الناس لعدم وجود تواصل مباشر مما يقلل المهارات الاجتماعية و الهروب من واقع الحياة الاجتماعية .

- تعترض طريق تدعيم الديمقراطية من طريق تسريع و تكثيف نزعات خطيرة مثل الاستقطاب

66

و الخوف و تجريد الخصوم من انسانيه، و حدوث ردود الأفعال اكثر تطرفا.

- تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للشغب المجرمون لتوسيع نطاق أصواتهم و طرق الاستقطاب الخاصة و التخطيط لعماليتهم.

- استخدام الشباب منصات وسائل التواصل الاجتماعي لتنسيق عمليات النهب وتحدي الشرطة.

- من اسوء سلبيات مواقع التوصل الانتهاك خصوصية الافراد بسبب تهكر حساباتهم على بعض مواقع التواصل الاجتماعي ونشر صور خاصة و معلوماتهم الخاصة دون علمهم.

67

- سببت موقع التواصل عزلة لعدد من الافراد حيث يبتعدون عن الحياة الاجتماعية بسبب استخدام مواقع التواصل بصورة مفرطة.

- غياب رقابة الاهل عن مواقع التواصل الاجتماعي أدى الى دخول الأطفال والمراهقين لمواقع غير أخلاقية، وهذا يسبب مخاطر كبيرة على الأطفال والمراهقين.

- الترويج لأفكار هدامة بين الشباب بالإضافة لنشر معلومات مغلوبة عن الأديان والتلاعب لحد التحريف والتشويه.

66

فرحان فرح العتايي: المعلوماتية وأثرها السياسي على النظم العربية، شارع القصر العيني القاهرة لنشر، 2019 ، ص 51.

67

عاصم سيد عبد الفتاح: وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، المجموعة العربية لنشر، 2017 ، ص 53.

- نشر الاخبار الكاذبة وغير الموثوقة والشائعات بصورة كبيرة، وبالتالي التخبط في بعض

68

الاخبار لا يمكن التحقق في مصداقيتها غالبا .

- تسبب إعاقة اتصالية شخصية.

- تسبب في أثر تأخر العقلي والفيزيائي.

69

- تسبب في العدائية والعنف بين الافراد.

تاسع :مستقبل مواقع التواصل الاجتماعي:

ان الحديث عن مستقبل مواقع التواصل الاجتماعي فان من الثابت ان هذه المواقع ، مثل الفايسبوك تويتر ، ويوتيوب وغيرها من المواقع الاجتماعية ، ستمضي في مسارها وتكرس موقعها الذي شغلته باعتبارها السلطة الخامسة التي ازاحت تدريجيا السلطة الرابعة (الصحافة) ، وشكلت وسيلة رقابية على بقية السلطات ، ولكن هذا المفهوم يتلاشى مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي ، فقد نجحت هذه المواقع خلال مدة وجيزة في استقطاب كافة شرائح المجتمعات و مكوناتها ..فبحسب التقارير التابعة لشركة "ديجتال ديا " احدى الشركات الجيل الجديد والذي يستخدم من واشنطن مقرا له ن فان 75 بالمئة من السياسيين يستخدمون موقع التويتر وأيضا تقرير صادر من المجلس ذاته ان 123

68

سليمان الطعاني: الوحيد في التربية الإعلامية، دار الخليج لنشر والتوزيع، 2012، ص 23

69

Jaquelline Gassier et autre :**Mémo–fiche DEME moniteur–éducateur** ,Elsevier Masson ,en

. 2016,pag 30

65

زعيمًا يستخدمون موقع تويتر، وهي نقلة نوعية تعطي إشارة واضحة لأهمية هذه المواقع وكيف يمكن ان تكون فاعلة في السياسة الدولية مستقبلا.

فان مواقع التواصل الاجتماعي ستكون الفاعل الرئيسي في التحولات المستقبلية في المجالات كافة، سواء ظلت الوسائل بأنماطها التقنية الحالية او ظهرت وسائل جديدة على شبكة المعلومات الدولية.

هذه المواقع نقلت كثيرا من المجتمعات نقلة عابرة من محدودية فكر القبيلة وممارستها و عاداتها الى مجتمع مواقع التواصل العبر للحدود الممتد المسافات الذي يكاد يشمل دون مبالغة العلم بأكمله، فان هذه المواقع تستحق الاهتمام والدراسة والتحليل ما يناسب أهميتها وحجم تأثيراتها الراهنة والمستقبلية.

ما يزيد من أهمية مواقع التواصل الاجتماعي مستقبلا ان الجماهير لم تعد تقنع بالحصول على المعلومات والايخبار بالرجوع الى مصدر واحد وانما ترجع الى مصادر متعددة وكل ما هو متاح

70

وهذا ما توفره هذه المواقع .

نشير الى استخدام أدوات الاعلام الجديد لا يفضي بالضرورة الى نتيجة واحدة فلا تسبب ضرارا على المدى القصير، وربما تفيد على المدى البعيد ، ولكن الاعلام الجديد وما يحتويه من شبكات اجتماعية سيصنع فارقا كبيرا في صناعة الاعلام في المستقبل من خلال سرعة النشر الاخبار ومصادقيتها المدعمة بالصوت و الصورة، وزيادة مستوى الوعي ورفع مستوى المعرفة ، فمواقع التواصل

71

الاجتماعي كإعلام جديد استراتيجية لتغيير، وتضاعف فيها اعداد المتعاملين بها.

70

مشتاق طلب فاضل: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات السياسية، دار النشر الأكاديميون المنهل، 2019، ص

.192

71

مينة يحي: الاتصال الرقمي والاعلام الجديد، عمان دار النشر غيداء الطبعة الأولى، 2019، ص ص 150 149،

66

عاشرا: مواقع التواصل الاجتماعي في العالم الغربي :

توقع الاتحاد الدولي لاتصالات ان يصل عدد مستخدمي الانترنت في العالم الى مليار شخص جاء ذلك في نشره الصادرة مؤخرا حقائق و ارقام عن التكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، وتقريبا مفصلا دقيقا حول الفئات العمرية التي تستخدم هذه الشبكات ، حيث جاء الشباب في مقدمة مستخدميه حيث بلغت مليون شاب حول العالم ، مشيرا في الوقت عينه الى زيادة كبيرة في اشتراكات الانترنت تقدمتها الصين . ووفقا لتقرير ان فئة الشباب يأتون في طليعة مستخدمي الانترنت ، بينما يصل عدد مستخدمي الانترنت في البلدان الأقل نموا الى مليوني نفس الفئة العمرية مقابل في البلدان المتقدمة العالمية ، وتبين بعض الدراسات العالمية ان المراهقين المشتركين في فنوات يوتيوب ، يتقنون في راي المؤثرين اكثر من ثقتهم في اراء المشاهير العاديين ، و من النساء يتوجهن لوسائل التواصل الاجتماعي ومنصاتهما قبل ان يقمن باي عملية تسوق ، ومن المستهلكين يقومون بتفقد المنتج الذي يريدونه بناء على توصيات مؤثر شاهده عبر هذه المنصات ، وقد بينت الدراسات ان اتجاهات التطور في مواقع التواصل الاجتماعي تبشر بتزايد الشعبية الفيديو عموما حتى اطلق البعض على ذلك "عصر الفيديو " منذ ان اظهر الجيل الثالث من مواقع التواصل الاجتماعي ويتوقع ان ينمو هذا الاتجاه ويصبح مادة قيمة ن وتتطور اشكال البث المباشر حتى تتيح لمستخدمي هذه المنصات مجموعة واسعة من الخيارات ، لتنفيذ الحملات التسويقية وحتى الافراد للوصول الى والتفاعل بشكل اكبر . ويرى بعض الباحثين ان لن يكون لأي مؤثر دون استراتيجية ذكية ومختلفة في ظل زخم ظهور ونمو هذه الظاهرة ، وكذلك يملك القدرة على بناء علاقات لا يملكها أي فرد

72

آخر وتحقيق وصول وتفاعل اكبر .

72

ماطر عبد الله حمدي: اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات، استكمال لدرجة الماجستير في الاعلام ، كلية الاعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، 2018 ، ص ص 35 ، 36 .

67

مواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي :

لقد شهدت المنطقة العربية في الآونة الأخيرة زيادة كبيرة في عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ، والتطورات السياسية التي شهدتها العالم العربي واثرت على كثيرا على اعداد واتجاهات وسائل الاعلام الاجتماعي وخاصة في السنوات الخمس الماضية ، والتي شهدت حدوث تغيرات كبيرة و سميت بتسميات (ثورات الربيع العربي ، الاحتجاجات ، الانقلاب على الشرعية ، الثورات الناعمة ، ثورة الفايسبوك)، وبينت هذه الاحداث نمو وسائل الاعلام الاجتماعية في الأعوام 2013/2014 وتفق الفايسبوك بأكثر من مليار مستخدم نشطة في جميع انحاء العالم وتبعه كوقل وتويتر ، وهناك العديد من الدراسات أجريت في هذا المجال زيادة في استخدام وسائل الاعلام بين المستخدمين العرب . وياتت هذه المواقع اليوم اكثر من مجرد أداة لتواصل بل مؤثرة في مختلف شؤون الحياة اليومية ، وأصبحت محرك احداث سياسية اقتصادية. ونشأت شركة ديجتال ميديا ساينس في مجال الأبحاث ان :42بالمئة من سكان الشرق الأوسط يتصفحون الانترنت ، كما احتلت مواقع التواصل المراتب الولي استخداما ، واحتل موقع الفايسبوك الحصة الأكبر من هذه الاستخدامات فقد وصلت الى 94 بالمئة وتحليل بيانات مستخدمي هذا الموقع اكد التقرير ان 65بالمئة رجال . واما اليوتيوب حقق 258 مليون مشاهدة في المنطقة العربية وشملت هذه المشاهدات 64 بالمئة للمحتوى الترفيهي ، وتويتر يضم 6.5 مليون حساب في الشرق الأوسط . فمن هنا نقول ان مواقع التواصل الاجتماعي ساء كان استخدامه في العالم الغربي او العالم العربي

73

فلها مكانة عالية و فائقة .

73

خير الله سبحانه عبد الله: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التوجهات السياسية، دار النشر الاكاديميون لنشر والتوزيع،

2019 ، ص ص 101.99 .

خلاصة :

ان مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت ضرورية في حياتنا وفرضتها التطور التكنولوجي المتواصل فكل شخص منا لا يستطيع استبعاده او لا يستخدمه طول عيشه ، وقد وفرت تحولات واشباع حاجات في كيفية العيش او النمط الاستقرار خاصة حياة اليومية ، ولان نستخدمه بشكل مفرط وكثيف قد اصبح هو من يسير لنا الطريق العيش فلماذا يجب ان تكون له ضوابط ، كتنظيم وقت الاستخدام ويجب ان يحدد الوقت الذي يستغرقه كل شخص حسب الفئات العمرية خاصة الأطفال وأيضا يجب ان يكون عند استخدامه الغرض او الهدف منه لكي تمنح تحكما في طريقة استعماله حتى لا نسلك طريق الى السلبية لان المجتمع اليوم اصبح يعاني من هذا الاستخدام المفرط ، لهذه المواقع دون مراعاة شروط استخدامه .حتى تؤدي الى اثار منها الشخص يصبح منعزل عن المجتمع قد يصيبه الانعزال نتيجة الجلوس الدائم امام هذه المواقع والدخول في عالم افتراضي وأيضا يفقد مهارة التواصل والاتصال بالشخص الاخر قد يخلق فيه شخص عاجز عن الاتصال تماما عن المحيط الذي يعيش فيه . فلماذا يجب العمل على الاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في شكلها الإيجابي والاهمية التي تكون فيها و ما تقدمه لنا من تسهيلات ، فيجب ان تكون إرشادات ونصائح مثالية تدعم هذه الشبكات لوصول الى اهداف نافعة في حياتنا ، ودراسة هذه المواقع في مستقبلنا لكي تسير في ازدهار و تقدم و تطور الذي عرفته منذ ظهورها .

الفصل الثالث :
القنوات التلفزيونية

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم التلفزيون

المبحث الثاني: نشأت التلفزيون

المبحث الثالث: تاريخ البث في العالم الغربي و العربي و في الجزائر

المبحث الرابع: خصائص التلفزيون

المبحث الخامس: وظائف التلفزيون

المبحث السادس: أنواع التلفزيون

المبحث السابع: أهمية التلفزيون

المبحث الثامن: إيجابيات و سلبيات التلفزيون

المبحث التاسع: تأثير مشاهدة التلفزيون

الخلاصة

تمهيد :

تعتبر وسائل الاعلام من اهم المصادر للحصول على المعلومات ومتابعة الاخبار وقضايا المجتمع، في شتى المجالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية حول العالم، فوسائل الاعلام أصبحت من الوسائل المهمة في الاتصال الجماهيري وتأثر على الافراد، فهي شيء أساسي في الحياة البشرية. فسهلت عملية الاتصال والتواصل بين الافراد والمجتمعات، فجعلت العالم قرية صغيرة كونية واحدة فقد يتلاشى فيها البعد الزمني والمكاني، وله دور في تنمية المجتمع وترقية الجوانب الاجتماعية والثقافية والتربوية نظرا لدور الذي تلعبه والخدمات المختلفة التي تقدمها.

فرغم تعدد الوسائل الاعلام الا ان التلفزيون هي اهم الوسائل فهي تجمع بين الصوت والصورة والحركة ومن اهم الوسائل المؤثرة ، فتزايد الاقبال على مشاهدة البرامج التلفزيونية في الآونة الأخيرة بشكل ملحوظ فذلك ان انتشر أجهزة التلفزيون في كل مكان واعتباره انه وسيلة ترفيهية أساسية ، فمكنت المشاهد من مشاهدة أحوال العالم وهو جالس في بيته ، فكان عند اختراعه كان هذا الجهاز يعتمد على لونين وهو الأبيض والأسود ، ثم تطور فيما بعد ليشمل الألوان كلها، فعلى الرغم من ظهور الاختراعات الحديثة الالكترونية الا ان التلفاز بقي يتابعه الكبار والصغار أي محبيه ويمرح أيضا البيت من خلال البرامج التي يقدمها قادر على تشكيل اتجاهات الرأي العام والتأثير عليه ، فيعد تأثيره مصدر للمعلومات السياسية في جميع انحاء العالم كونه يقدم معلومات يزود بها الافراد خاصة ربط وسائل الاعلام الاحداث التي أصبحت في بؤرة الاهتمام .فالتلفاز اليوم من خلاله يرى الناس الكون بكل ما فيه من توافق وتناقض حول ما يجري من احداث وتوفر الكثير من الفرص العمل فهي تقدم لأشخاص مناصب مثل في الإذاعة الاخبار ، وتقديم برامج عدة على الشاشة وتقنيات التي تكون عند الاتصال والتواصل والعديد من الاعمال التصوير في تقل هذه الاخبار وتقديمها ، فعلى ذلك تحدثنا في فصلنا هذا على مفهوم التلفزيون ثم تطرقنا الى نشأته والمراحل العدة التي مر بها والتاريخ الي بث فيه لأول مرة في البلدان منها الغربية والعربية حتى في الجزائر

والخصائص التي يتميز بها والوظائف التي يقدمها وأنواع برامجها التي توجد فيه والاهمية منه ، كما تطرقنا الى السلبيات والايجابيات والاثار التي يتركها في المشاهد عند تتبع هذه الوسيلة .

أولاً: مفهوم التلفزيون:

التلفزيون كان في مخيلة عديد من العلماء منذ زمن بعيد فهي المرآة السحرية والبنوة السحرية هو تجسيد لتلفزيون اليوم وقد سمية أيضا في القديم "التلسكوبي" والفيديو غرافي وبالعربية الرائي ثم التلفزة. و التلفزيون هو طريقة ارسال واستقبال الصورة والصوت من مكان لآخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والاقمار الصناعية، وهو طريقة ارسال واستقبال الصورة والصوت بأمانة عن بع وبواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والاسلاك النحاسية ومؤخرا الالياف البصرية والاقمار الصناعية

74

بمحطاتها .

عرف ان التلفزيون ان مجموعة الاعتمادات والتقنيات المسامحة ببث وارسال الصورة بعد تحويلها الى أمواج هرتزيه، ويعتبر نظام بث الإشارات المستقبلية بطريقة فورية في حركة منتظمة ومتعاقبة، ويتحقق هذا البث بواسطة نظام المسح للصورة ومولد إشارات متزامنة للصوت والصورة ليتحصل

75

عليها جهاز استقبال.

التلفزيون هو نظام من الناحية العلمية بانه طريقة ارسال واستقبال الصورة المرئية والمتحركة والصوت

76

المصاحب لها عن طريق موجات كهرومغناطيسية .

74

أسماء عبادي: نشأة التلفزيون وتطوره، مقياس مدخل لوسائل الاعلام والاتصال، محاضرة رقم 1 ص 1.

75

مصطفى كسائي: إدارة اعمال مؤسسة عمومية للتلفزيون، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية علوم الاعلام والاتصال جامعة

الجزائر 3، 2017 / 2018 ص 52.

76

عكاشة محمد صالح : المدخل الى السينما والتلفزيون ، دار النشر والتوزيع الجندرية عمان الأردن ، 2008 ، ص 109 .

74

يرى فلحي ان التلفزيون هي وسيلة اقناع وتشكيل الرأي العام، يتم فيه جمع افراد من عامة الناس في مكان محدد وبيئة محددة لفترة زمنية لتسجيل حياتهم اليومية وردود افعالهم الطبيعية مع عدم وجود نص مكتوب او سيناريو ، وعرضه مباشرة على المشاهدين عبر الكاميرات الموجودة مع

77

المشتركين على مدار 24 ساعة .

ثانيا : نشأة التلفزيون:

بدا التلفزيون في عام 1892، من صحفي امريكي قصة خيالية مفادها ان جهاز عجيب اسماه (تليكتروسكوب) يعرض على الناس في بيوتهم المسرحيات، التي تعرض في المسارح وكذلك حفلات الأوبرا والاحداث الهامة فور وقوعها. ولم يتوقع هذا الصحفي، ان هذا الجهاز الخيالي الذي تصوره سيكون واقعا ملموسا، وانه سيظهر بعد نصف قرن من الزمن ليحمل اسم التلفزيون. وأيضا ترجع جذور نشأة التلفزيون انها بدأت في عام 1817 عندما قام العالم بارزي يوس بفصل عنصر غريب كانت درجة حساسيته تختلف باختلاف كميات الضوء المسلطة عليه فاسماه بعنصر (السيلنيوم) لما يمتاز به إمكانية التوهج عند سقوط الضوء عليه. ويرجع البعض الاخر ان اختراع التلفزيون في عام

78

1873 عندما لاحظ عامل التلغراف الأمريكي ماي ان الته كلما سقطت عليها اشعة الشمس.

وعن استخدام التلفزة لأول مرة كانت في المرحلة الأولى 1900 فكانت الأستوديو هات التلفزيونية جاهزة للبث والاعداد، فكانت التدريبات بمعهد R.C. A في الولايات المتحدة الامريكية ،حيث

77

اخلف كنزة : برامج تلفزيون الواقع وانعكاساتها على القيم الأخلاقية ، مجلة المعارف ، العدد 20، 2016 ص 245 .

78

بايو جازية : مبادئ وتقنيات انتاج البرامج التلفزيونية ، أطروحة الاستكمال شهادة الدكتوراة ، كلية العلوم السياسية والاعلام ،

جامعة الجزائر 3 2019 2018 ،ص 51

75

تأسس التلفزيون لأول مرة كإعلام مملوك لدولة في عام 1960 فقد إنشاه في اطار الإذاعة ، حيث انشأت الإدارة العامة بقرار مجلس إدارة هيئة الإذاعة رقم (2) عام 1959 . ثم التفكير بإنشاء التلفزيون المصري كان عددها الصادر يوم 13 فيفري 1947 فنشرت الجردة الفرنسية le Progress خبرا عن عزم الحكومة المصرية فتح مبلغ لإنشاء استوديوهات الإذاعة والتلفزيون، وفي شهر مايو عام 1951 اجرت الشركة الفرنسية مبنى "الراديو والتلفزيون " سنترال باب اللوق، اول تجربة الارسال التلفزيوني في مصر

وفي عام 1953 نشرت صحف الفرنسية عن اقتراح هيئة اجنبية انشاء محطة تلفزيونية تغطي منطقة قدرها 60 كلم . وإعلان استرداد مصر لأجهزة التلفزيون جلال 1956 ، فالبداية الحقيقية للتطور التلفزيون كان من جانب البث في سنوات الثمانيات، حيث تعددت قنوات البث واختلقت التقنيات المستعملة في ذلك. فكان حبل الاسلاك اول تقنية بث سمحت بتجاوز العدد المحدود لقنوات الممكن بثها هرتزا. وفي هذا المجال تحدث العالم chaniac عن جيلين لحبل الاسلاك الأول في 1950 والثاني في 1980 بمثابة انطلاقة حقيقية لهذه التقنية بهدف تحصيل على صورة ذات نوعية حسنة، والتقاط برمج خارجية الى مشاهدة القنوات. ثم تطور القمر الصناعي سنة 1988 لتحصل على زبائن من كل انحاء اروبا نظرا لعرضها المغربي ونوعية خدماتها فيما يخص الدول العربية لها اهتمام من الأول .وفي سنة 1996 اطلق القمر الأول من الجيل الثاني ليغطي جيل الأراضي العربية

80

ودول أوروبا ، افريقيا واسيا . وفي 1998 اطلق الجيل الثالث الذي يحتوي على 22 قناة .

79

عبد الحميد غادة محمود: الاعلام والتنمية السياحية المستدامة، دار النشر والتوزيع العربية، 2023 ،ص ص 81 82.

80

مصطفى كسائي: أدراه اعمال مؤسسة عمومية للتلفزيون ، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه ، في كلية العلوم الاعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 3 ، 2017/2018 ، ص ص 54 55 .

ثالثا: تاريخ البث التلفزيوني في البث الغربي :

ان التقدم الهائل الذي حصل في دول العالم أي غرب أوروبا والولايات المتحدة الامريكية جعل من اعلامها الدولي اكثر قدرة واكثر كفاءة بسبب الصناعة و التكنولوجيا الفائقة ، والتقدم الهائل في مجال المعلوماتية . ومن هنا سيطرة الغرب على الاعلام الدولي وهيمنة الاخبار ونقل المعلومات والتأثير على الراي العام للعالم . فذلك حوالي من 90 بالمئة من لبث التلفزيوني العالمي ، واكثر من 60 بالمئة من الأفلام السينمائية في العالم ، واكثر من 90 بالمئة من شركات الإنتاج العالمي والتلفزيوني و 19 من المحطات ذات الارسال البعيد، ووكالة الصحافة الفرنسية ، ووكالة الاسوشيتدبرس الامريكية

81

فهذه الأربع صحف في العالم هي ملك الاحتكارات .

فطبقا لخدمة البث تحظى المشاهدين البريطانيين من الحفاظ على أهميتها على الرغم من وجود العديد من القنوات التلفزيونية الأخرى وفرض المشاهدة. فبث البي بي سي تماثل أفكار خارج المملكة المتحدة على خدمة البث بجميع انحاء القارة الأوروبية وفي غالبية بلدان العالم تحتوي موسوعة ويكيبيديا على نبذة مختصرة عن خدمة البث العام لعدد من البلدان. وتعتبر "البي بي سي" نموذج مؤثر في بريطانيا ولكن حتى في اليابان وامريكا اللاتينية. ويوجد نظام بث الولايات المتحدة الامريكية (PSB) ولكنه يقدم اقل شانا مما يقدمه العرض التلفزيوني على البرامج التعليمية او الثقافية ، وفي الولايات المتحدة يوجد خدمات البث التلفزيونية المحلية ، فان يعد البث البي بي سي تظل فريدة من

82

نوعها في اتساع ما تقدمه ليس فقط في بريطانيا ولكن على المستوى الدولي ،

81

علي عبد الفتاح كنعان : الاعلام الدولي والعولمة الجديدة ، دار النشر و التوزيع اليازوري ، 2016، ص 121 ، 122 .

82

شيراز محمد خيضر : الاعلام المرئي ، دار الأكاديمية لنشر والتوزيع لندن ، الطبعة 1، 2022 ص 26 .

البث التلفزيوني عند العرب :

تزايد دور التلفزيون بسرعة ، مقارنة مع وسائل الاعلام الجماهيري الأخرى ، فبدأ البث التلفزيوني في العالم العربي في السنوات الأخيرة من 50 القرن الماضي في كل من العراق ولبنان وتبعتها كل من مصر وسوريا في عام 1960 وفي الكويت والجزائر في 1961 وفي السودان والمغرب عام 1962 وفي المملكة العربية السعودية عام 1965 وفي تونس 1966 وفي الأردن عام 1968 وفي أبو ظبي عام 1969 ودخل التلفزيون قطر عام 1970 ثم البحرين عام 1972 . فان القنوات التلفزيون في الدول العربية، نشأت في ظل رقابة مباشرة و سيطرة كاملة من جانب الحكومات العربية ويرى عايش ان نظام التلفزيون في العالم العربي خلال سنوات السبعينات واجه ثلاث مشاكل رئيسية هي :

- **الأولى:** عدم كفاية الإنتاج المحلي من البرامج، مما أدى الى الاستعانة ببرامج تم انتاجها .
- **الثانية:** الرقابة الحكومية المشددة والسيطرة المستمرة على التلفزيون مما حال دون ظهور بيئات مناسبة لإبداع .
- **الثالثة:** نقص الموارد البشرية والمالية ، وهو ما أدى الى تدني مستويات البرامج التي يتم اناجها محليا . وذلك بحلول الثمانيات تآكل احتكار الحكومات للتلفزيون في العالم العربي ، وذلك ظهور المزيد من قنوات التلفزيون المستقلة ، وفي التسعينات تحطمت سطوة الرقابة التي كانت تمارس على البث التلفزيوني في العالم العربي ، وذلك زيادة محطات التلفزيون التي تبث عبر الأقمار الصناعية وظهور وسائل اعلام جديدة وكان من نتاج حرب الخليج

83

الثانية عام 1991 ففتح المجال في حرية الصحافة في العالم العربي .

البث التلفزيوني في الجزائر :

كان التلفزيون الجزائري سابقا الى الاشتراك في شبكة الانترنت حيث تم ربط المحطات الجهوية المركزية بشبكة الانترنت عام 1994 عن طريق CERISTE،

وفي سنة 1998 تم انشاء اول شبكة لأنترنت بالتلفزيون، وبعد عام 2000 انطلقت هذه الشبكة اشغالها، حيث كان اول بث تلفزيوني في الجزائر على موقعه الإلكتروني WWW.entv.dz الذي باستطاعته أي شخص الولوج اليه لمعرفة البرامج اليومي حول او متابعة البرامج حول البث الحي او ارسال بريد الكتروني.

كذلك طلب خدمات ، ويتطلع التلفزيون الجزائري حاليا الى خدمة تلفزيونية اكثرا قريبا من الجمهور واكثر تفاعلية من اجل الحفاظ على الجمهور الذي بدا في التشتت ، وضمن الخدمات التفاعلية التي يقدمها موقع التلفزيون الجزائري ، نسجل ما قامت مؤسسة التلفزيون الجزائري من خدمة صبر الآراء التي نشرت على موقعه الإلكتروني وذلك تزامنا مع الأبواب المفتوحة على الاتصال التي أقيمت بقصر المعارض بولاية وهران شهر افريل 2008 ، وتعد هذه المبادرة خطوة إيجابية تهدف لتحسين نوع الخدمات . وهذا تبقى صورة التلفزيون الجزائري من خلال موقعه على الوأب ، متواضعة مقارنة بموقع الإذاعة الوطنية والمواقع العربية والعالمية المشابهة ، نظرا لانعدام بعض الخدمات التفاعلية.

84

84 تومي فضيلة : التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري ، مذكر لاستكمال شهادة الماجيستر ، كلية العلوم السياسية والاعلام

جامعة الجزائر ، 2007/2008 ، ص ص 130 ، 131 .

رابعاً: خصائص التلفزيون:

يعتبر ماك لوهان صاحب الفكرة القائلة ان الرسالة هي الوسيلة، فالتلفزيون وسيلة إعلامية باردة من بعد تعريفه البارد والساخن بين وسائل الاعلام، فهو لا يسمح بالمشاركة الجنسية للفرد لتعرضه له، لأنه يشغل كل حواسه ولا يترك فراغات يسعى لمملئها فهو يشجع المشاركة والتفاعل بالاستحواذ على الحواس فهو يحي للفرد انه ذو شان ويملك السلطة على العالم الخارجي، فهو مركز العالم امام الشاشة المرئية، فان التلفزيون له خصائص عدة:

- **الاستحواذ: فصفاة التلفزيون تستحوذ على مشاهديها، فهو يسيطر على السمع الرائي وبصره، لأنه يركز على انتباهه على صورة متحركة ناطقة متغيرة ومحصورة في إطار صغير محدود، ولا يكلف الرائي جهدا، بل يخدمه كما يجب. فينتقل معه في حجرة الجلوس وفي أي مكان يراه مناسباً ولا يكلفه مشقة الخروج من البيت لتسلية او حجر تذاكر فيل السينما، او في مباراة قدم، بل يوفر له مقعد ا.**

- **التمييز الفني بالصورة والحركة والصوت: ما يميز التلفزيون عن الوسائل الاعلام الأخرى هو اعتماد على حاسة البصر بالدرجة الأولى والسمع أيضاً، ففي حاسة البصر يكسب الانسان 18 من معلوماته، وكما سيتعيب المرء للمعلومات يزداد بنسبة 35 بالمئة، فالصورة في التلفزيون عامل يجذب واثارة نفسية لتلقي الرسالة الإعلامية. اما الحركة اضافت إمكانية انها تشد المشاهد ويطرد عنه السأم والملل، فيصل المعلومة ويأثر على جمهور المشاهدين. ام استخدام اللون فذلك يزيد من اقناع بصورة هائلة وتزداد فعالياته في التأثير على المشاهد**

85

بشكل مثير.

85

فضيلة اكلي : استهلاك المراهق للصورة التلفزيونية ، رسالة لنيل شهادة ماجستير ، قسم العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة

الجزائر ، 2006 / 2007، ص ص 129، 130 .

80

• **تغيير أنماط الترفيه والتسلية الجماعية:** قبل التلفزيون اعتاد الناس على قضاء امسياتهم مجتمعين في المقاهي او العائلة وتغيرت هذه العادة مع ظهور الإذاعة وتأصلت بعد ظهور التلفاز.

• **أقرب وسيلة لاتصال المواجهة:** قد يتفوق على الاتصال المواجهة أحيانا، مثلا قدرته على

86

تكبير الأشياء وتحريكها.

• **حجم الشاشة :** حجم الشاشة التلفزيونية الذي يتأثر بعامل حاسم هو مكان التعرض للمادة التلفزيونية ، وهو في الغالب غرفة الصالون او المعيشة في الشقة العصرية . ترك اثاره البالغة الأهمية على مكونات الصورة التلفزيونية ، وعلى عدد الشخصيات او المدى الذي يمكن ان تأخذه الصورة التلفزيونية ، وظهر عجز الصورة التلفزيونية عن تقديم التفاصيل وعن تقديم المشاهدة العامة ، وذلك حتى تظهر الأشياء بوضوح فانه يجب اظهارها كبيرة نسبيا في حدود اطار الشاشة ما فرض غالبا استخدام اللقطات القريبة والمتوسطة ، وحيث لا يستطيع المشاهد رؤية الحدث في اطاره الكلي ، فيجب اختيار التفاصيل التي توضح الأجزاء الهامة من هذا الحدث.

• **شاشة التلفزيون ذات البعدين :** هذه تعطي صورة مسطحة ، وتبرز مهمة المخرج والمصور في إيجاد البعد الثالث أي عمق الصورة من خلال ترتيب عناصر المشهد وإظهار الحجم

87

المناسب لها ، ويأتي ذلك من خلال توظيف الإضاءة وعمق الميدان المحدود .

86

اسماء عبادي : نشأة التلفزيون وتطوره ، المحاضرة رقم 1 ، مقياس مدخل لوسائل الاعلام ، ص 3 .

87

كمال الحاج : الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني ، دار النشر الجمهورية العربية سوريا ، الجامعة الافتراضية ، 2020 ، ص 106 .

81

- يجمع التلفزيون بين الاتصال الجماهيري والاتصال الرقمي ، والاتصال الفئوي ، كما في حال التلفزيون في مصر على سبيل المثال لا الحصر .
- يملك التلفزيون المقدرة على تلبية احتياجات ورغبات جمهور من خلال تقديم مضامين مختلفة.
- يعتبر التلفزيون من أسرع وسائل الاتصال بالجماهير ، ويتفوق في هذه الناحية على الصحافة، والانباء التلفزيون فائدتان عن الصحف قدرتها على عرض الخبر والصورة من موقع حدوثه، مما يجعل المشاهدين يشعرون وكأنهم هناك بأنفسهم.
- التلفزيون هو خاتمة المطاف بين وسائل الإعلامية، وانه صاحبة كلمة الحاسمة في لغة الاعلام الجديدة التي استعرتها الحياة، بفضل التقدم في الباهر في الطاقة الحركية وإنتاج الأجهزة الإعلامية ، وهو يعتمد على الشاشة الصغيرة ، ويجمع المسموع الى المنظور،

88

ويستغل الصورة والصوت ، وانه يفضل الإذاعة من هذه الناحية .

خامسا :وظائف التلفزيون:

تعد وسائل الاتصال الجماهيري ولاسيما التلفزيون أداة مهمة للمجتمع المعاصر، فهي لا تكتفي فقط بتقديم وسائل لتسلية، ولكنها تزودنا أيضا بسبل من المعلومات الأساسية عن حياتنا السياسية والاقتصادية والاجتماعية. ولا شك ان لهذه العوامل اتصالا وثيقا بدرجة تقدم وسائل الاتصال ووظائف التي تضطلع بها في المجتمع. فهناك وظائف عامة تقوم بها التلفزيون، اذ يرى العالم الأمريكي "هارولد لاسويل" انها لها ثلاث وظائف رئيسية هي:

88

جيزنو احمد جالو : دور التلفزيون في نشر التعاليم الإسلامية ، دار النشر الجنان كلية الاعلام ، جامعة افريقيا العالمية ،

2016 ،ص 26 .

- مراقبة البيئة: تتلخص هذه الوظيفة في جمع وتوزيع المعلومات المتعلقة بالبيئة سواء داخل المجتمع او خارجه، وتسمى بوظيفة نقل الاخبار.
- نقل التراث الاجتماعي: يعتمد على التراث الثقافي في الأساس على توصيل المعلومات والأفكار والقيم من جيل الى جيل، وقد أصبحت هذه المهنة من مهام التلفزيون في العصر الحديث، وهي وظيفة تقوم بتوجيه المجتمع عن طريق تزويد بقاعدة واسعة من القيم والخبرات.
- الترابط: يعني التفسير والتحليل والتعليق على الاحداث وتوجيه السلوك، بمعنى تشكيل الرأي

89

العام.

وترى ان التلفزيون تقوم بمجموعة أساسية من الوظائف وتحقق جملة من التأثيرات سواء على الفرد او المجتمع او الجماعة فتوصف هذه الوظائف في:

- الوظيفة الإخبارية: تتمثل في جمع وتخزين ومعالجة الانباء ونشر الرسائل والبيانات والصور والحقائق والآراء والتعليقات المطلوبة من اجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والقومية والدولية. والتصرف تجاهها عن علم ومعرفة ، والوصول الى وضع يمكن من اتخاذ القرارات الصائبة ، الا ان المظاهر التي لحقت ابعدها عن الوظائف الأساسية منها الإخبارية اذ أصبحت أسيرة المنافسة في نقل الاخبار وتداعياتها ، واشتدت المنافسة والسقوط في دوامة الاثارة والمشاهدة الاستعراضية ، والانتقال بالأخبار الى التسليح والتجارة والابتعاد عن الدور الاخباري ، وركزت البحوث ان عن وظائف التلفزيون ، ان طغيان المادة الترفيهية التي

89

لعراية صواريه : الاعلانات التلفزيونية بين وظيفة التسويق والغرس الثقافي ، رسالة لنيل شهادة دكتوراه ، كلية الاعلام والاتصال

جامعة صالح ببونيدر قسنطينة 3 ، 2018 / 2019 ، ص 141 .

اكتسحت كل الوظائف الأخرى ، فتحول المضمون الاخباري في التلفزيون الى التسلية وليس لتوفير الاعلام او التعلم .

● **الوظيفة التعليمية :** تعتبر من اهم الوسائل التعليمية التي تؤدي دورا مكملا واساسيا للعملية التعليمية النظامية في المدارس والجامعات ، بالإضافة الى استخدامها في مجال نحو الامية فالوظيفة التعليم عبر هذه الوسائط تقدم للمرء من المعلومات المنهجية التي تستخدم لعملية التعليم الرسمي ، او تقديم معلومات تكسب المرء مهارات جديدة في اطار التعليم غير الرسمي.

● **الوظيفة التثقيفية:** تعرف هذه الوظيفة بوظيفة النهوض الثقافي، حيث ان التثقيف العام هدفه هو زيادة ثقافة الفرد والمجتمع بواسطة وسيلة التلفزيون وليس بطرق والوسائل الأكاديمية التعليمية. فتنشر الاعمال الثقافية والفنية بهدف المحافظة على التراث وتوسيع آفاقه الفرد وأيقاظ خياليه ، واشباع حاجياته الجمالية .

● **الوظيفة التسويقية:** تقوم هذه الوظيفة على الإعلان والترويج للبضائع والسلع والخدمات، الجديدة منها والقديمة والتي يحتاجها المواطنون ويهتمهم امرها فالإعلان بأسلوبه الحديث يقدم خدمة مادية ثلاثية الابعاد الأولى للوسيلة الإعلامية والثانية للجهة الإنتاج والثالثة الشخص المستفيد من السلعة، وهو يعزز النشاط التجاري والصناعي داخل المجتمع ذاته ، كما يعزز ذلك على مستوى التجارة الدولية ، لكن على مستوى الدول العربية فالإعلان رغم فوائده

90

اقتصادية لكن تأثيرات سلبية .

90

نصيرة سحنون: الترفيه في التلفزيون وعلاقته بالقيم الاجتماعية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، كلية علوم الاعلام والاتصال،

جامعة الجزائر 3، 2014 / 2015 ص 51 . 54.

وظائف التلفزيون الجزائري:

باعتبار المؤسسة الوطنية للتلفزيون مؤسسة للخدمة العمومية، فهي تضمن كل النشاطات كالإعداد والاعراض والإنتاج والتوزيع للبرامج على كامل التراب الوطني لأجل غايات محددة هي الاعلام والتثقيف والترفيه، مع ضمان تعددية واستقلالية المعلومة، وتشجيع الاتصال الاجتماعي المعد من قبل الحكومة والهيئات التابعة لها فعليه المؤسسة تقوم بالمهام والوظائف الآتية:

- تغطية كل نشاطات الحكومية.
- تغطية الحملات الانتخابية.
- تغطية نشاطات الأحزاب السياسية والجمعيات والنقابات.
- بث البرامج ذات الطابع المتخصص كالأحوال الجوية.
- بث وتغطية البرامج ذات الطابع الثقافي والديني.

91

- نقل مناقشات البرلمان.

سادسا: أنواع التلفزيون:

يعد أنواع البرامج او القنوات التلفزيونية بتحديد طبيعتها من المشاكل التي تواجه المختصين والمشرفين على هذه البرامج في الهيئات التلفزيونية العربية والعالمية على السواء ، وعلى الرغم من تعدد اللقاءات والحلقات المحلية والدولية ، فإنها افرزت جميعها تصنيفات مختلفة للبرامج التلفزيونية تتباين وتتداخل على مستوى المفاهيم ، وذلك يعود (الى عدم وجود تصور واضح ومحدد لدى القائمين

91

وزيان عبد الغني: استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية للقناة الأرضية، رسالة ماجستير قسم العلوم الاعلام والاتصال، جامعة عنابة، 2009 / 2010، ص 111.

على البرامج التلفزيونية عن الكيفية التي يقوم عليها تصنيف هذه البرامج ، فلا يوجد تصنيف محدد تم الاتفاق عليه ، فهي تقسم حسب الوظيفة إخبارية ترفيهية تثقيفية ، او حسب اللغة رسمية وعامة ومحلية او وطنية ومستوردة، ومن أنواع القنوات او البرامج منها:

- **قنوات من حيث المضمون او المحتوى:** أي من حيث ما يتضمنه البرامج من قيم وأفكار .
- **قنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه:** لكل فئة اهتمام خاص وتوعية خاصة، فالخدمات التلفزيونية العامة تستهدف بالدرجة الأولى قطاعات معينة كالعمال والفلاحين والشباب والمرأة وغير ذلك من القطاعات .
- **قنوات الألعاب الجماعية والالغاز والمسابقات:** وهي تشكل برامج المسابقات عنصرا مهما من البرامج الترفيهية، وتحظى باهتمام كبير من قبل الجمهور، لما توفره من متعة في أوساط مشاهديها.
- **قنوات المرأة:** تتضمن اخبار المرأة وحوارات مع السيدات الشهيرات وعرض طريقة عمل واشياء منزلية، مثل الديكور او أصناف الطعام، بالإضافة الى تقديم اخبار المودة وغيرها من الأمور التي تتعلق باحتياجات المرأة الحياتية واليومية.
- **القنوات التعليمية:** هي البرامج التي تنجحها او تتعاون في انتاجها هيئة تعليمية، مدرسة

92

جامعة، او ان تكون برامج تعليمية عامة او دروسا تعليمية.

- **قنوات متخصصة على أساس فكري وعقائدي:** أي منها قنوات دينية اقر والمجد والقنوات التبشيرية وغيرها، وقناة ثقافية مثل قناة النيل الثقافية .

- قنوات متخصصة لأطفال: أي تقديم رسالة اتصالية لأطفال مثل قنوات MBC و spacetion على سبيل المثال .
 - قنوات متخصصة في الشكل : مثل القنوات الإخبارية كالجزيرة والعربية الحرة فهي قناة وثائقية أيضا إخبارية تقدم مضامين سياسية واقتصادية واجتماعية ورياضية وغيرها على اشكال صحفية مختلفة كنشرة الاخبار والتقارير والتحقيقات وبرامج حوارية .
 - قنوات متخصصة في شكل المضمون: وهي قنوات تقدم مضمونا واحدا بشكل صحفي واحد
- 93
- مثل قنوات الحيوان الذي تقدم مضمون واحد على شكل أفلام وثائقية.
- القنوات التلفزيونية الجزائرية: كانت القنوات الجزائرية الخاصة أولها "قناة الخليفة «في باريس عام 2002 من دون رخصة مسبقة من المصالح الفرنسية المتخصصة، وقد أسسها عبد المؤمن رفيق خليفة، وبعد ثمانية أشهر من الافتتاح أغلقت بسبب الإفلاس، وبعد ذلك التجربة بعشر سنوات ظهرت في الجزائر قنوات خاصة ونذكر بعضها كنحو التالي:
 - النهار تي في: قناة تابعة لصحيفة " النهار الجديد " ، يديرها انيس رحمانى . انطلقت القناة ببثها التجريبي في 6 مارس 2012، واتخذت مقرها الرئيسي في العاصمة الأردنية عمان وتهتم بالشأن الاخباري والسياسي في الجزائر.
 - الشروق تي في: هي أيضا امتداد للجريدة الورقية "الشروق" وتبث من الأردن في حين ان مقرها الرئيسي موجود في الجزائر. وتأسس يومية الشروق بدا في 15 مارس 2012.

- **نوميديا نيوز:** هي قناة إخبارية ، اتخذت هذا الاسم تيمنًا بمملكة نوميديا الأمازيغية التي قامت في عصور ما قبل الميلاد ، انطلق بثها في 11 ديسمبر 2012 في الذكرى الأولى لانطلاق وكالة (نوميديا نيوز) وتبث المستجدات السياسية والرياضية على الساحة الجزائرية.
- **دازير تي في:** هي قناة جزائرية مستقلة ، انطلق بثها في 8 ماي 2013 مملوكة لرجل

94

الاعمال الجزائري ، علي حداد.

سابعاً: أهمية التلفزيون:

لقد حاول التلفزيون منذ بدايته المبكرة ان يكون تعليمياً وتثقيفياً، وحتى تكاملياً في بعض الدول، كما حاولت بعض البلدان استخدامه لأغراض التنمية والتعبئة والتعليم، وفي كلتا المحاولتين قدر من اعراض الجمهور ودفع لترفيهه والتسلية ومن أهمية التلفزيون كالتالي:

- حيث ان التلفزيون وسيلة اتصال او سيلة اكتساب القائمة على التفاعل والعاطفة والسيطرة

95

الزمنية فالتعليم في هذه الوسيلة يتم عن طريق التلية فتدخل فيها مؤثرات.

- ان التلفزيون من وسائل الاتصال المواجه، لأنه يقدم المادة الإخبارية في وقت حدوثها، فان المادة هذه المادة المقدمة عبر الشاشة تكون أكثر تأثير من المادة المقدمة عبر الإذاعة.

94

سعيد مراح وآخرون : الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات ، مجلة الحقيقة ، العدد 39 ، باتنة الجزائر 2017 ، ص ص 349 ، 350 .

95

محمد احمد :بحوث وقضايا معاصرة في الاعلام ، دار اليازوري العلمية لنشر، 2019، ص113

88

- التلفزيون يبرز الاخبار المقدمة عبر التلفزيون قيما مرئية حية منها نقل الحدث الانى مباشرة الى المشاهد وبالتالي تكون صفة الاقناع أكثر قدرة في التأثير على الجمهور في كافة المجالات.

96

- هيمنة التلفزيون في توجيه الراي العام. والبراز قضايا على حساب أخرى .
- التلفزيون يتميز كونه مجموعة من الرسائل الفنية المتنوعة المستخدمة خلال الوقت المباع من قبل التلفزيون الى الجمهور يقصد بتعريفه الى الخدمة او الفكرة بالشكل والمضمون.
- التلفزيون أصبح من أبرز الوسائل الإعلامية التي تتميز بالمرونة في العرض وبالتالي يصلح لغرض مختلف الاخبار في حيز زمني ضيق.
- يشير الى ان إيرادات المحطات التلفزيونية المتزايدة، الى الاقبال المتزايد على التلفزيون كوسيلة خاصة مع انتشار وتنوع القنوات الفضائية والتلفزيونية وامتداد لقنوات الارسال.
- يسمح التلفزيون عن الوسائل الأخرى للمعلن باستخدام أنواع المؤثرات التي تم التواصل اليها، وجمع الإعلان التلفزيوني.
- يعتبر التلفزيون اهم وسيلة في الاتصال الجماهيري التي يتعرض لها الافراد، وتؤثر في تكوينهم وسلوكهم واتجاههم، اذ لم يتم أي وسيلة اتصالية أخرى ابتدعها الانسان ان تحدث

97

تغييرا عميقا وسريعا مثل ما احدثته التلفزيون.

96

محمد احمد فياض: الاعلام الفضائي الدولي والعربي، دار الخليج لنشر عمان، ط 2 2017، ص ص 13 14.

97

لامية صابر: الحملات الاعلانية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم الاعلام والاتصال، جامعة الحج لخضر باتنة، 2010 / 2009 ص 91 94.

89

• ومن أهمية التلفزيون أيضا انه يعد من أبرز الاكتشافات في القرن العشرين في ميدان الاتصال، وذلك المزايا التي يتفوق عليها وسائل الاتصال الأخرى، حيث يجمع بين الصوت والصورة خاصة بعدما أصبح ملونا، واستطاع ان يحقق انتشارا واسعا في كل انحاء العالم ومما زاد الاقبال عليه.

• التلفزيون انه وسيلة معقدة تستخدم لغة الكلمات والصور المرئية والصوت لتوليد الانطباعات واثارة الأفكار عند الناس.

يرى " مارشال ماكلوهان " ان الوسيلة أبلغ في التأثير من الرسالة وهو صاحب المقولة الشهيرة ان: (الرسالة هي الوسيلة) ويرى ان التلفزيون وسيلة مهمة لتغيير المجتمع، بعدما استطاعت ان تجعل العالم في قرية صغيرة، وان هذا الجهاز ارجع الانسان الى محيطه الطبيعي بعد ان أبعدته الطباعة عنه، وجعلته يستعمل حاسة النظر فقط، ويرى ان مادامت الوسيلة جيدة فالرسالة حتما تكون كذلك وتسمح للمشاهد بالمشاركة والتفاعل العميق مع الجهاز التلفزيون. التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية لم تعد مجرد أداة لنقل الاخبار المصورة، مسجلة او مباشرة، عبر الاقبار الصناعية بل أصبحت

98

تتميز بقدرة الاقناع والسيطرة والتأثير.

98

شعباني مالك: دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الخيضر بسكرة، العدد

، 7 ، 2012 ، ص ص 2015 ، 2016 .

90

ثامنا: إيجابيات التلفزيون:

يعتبر التلفزيون أقدر وسيلة عرفها الانسان في مجال الاعلام، فهو يجمع بين الصوت والصورة وبذلك يستطيع ان يسيطر على حاستين من اهم حواس الانسان وأشدها اتصالا بما يجري في نفسه من أفكار ومشاعر، وتدل الأبحاث على ان التلفزيون في حالة وجوده يفوق تأثير كل وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى ومن بين إيجابيات التلفزيون منها:

- التلفزيون أقرب وسيلة الاتصال المواجهة، فهو يجمع بين الرؤية والصوت والحركة الملونة، وانه يفوق الاتصال المواجهة في انه يستطيع ان يكبر الأشياء الصغيرة ويحرك الأشياء الثابتة.

- التلفزيون مادة إعلامية في نفس زمن حدوثها، أي قد لا تمر فترة زمنية بين وقوع الحدث وتقديمه.

- التلفزيون في المجتمعات الغربية المتقدمة وبشكل خاص الولايات المتحدة، وسيلة قوية يمكن بواسطتها الوصول الى جميع المواطنين، في حين ان أصبحت الإذاعة والصحف والمجلات وسائل محلية او وسائل تتجه الى الجماهير المتخصصة.

- التلفزيون يعالج جوانب كثيرة في حياة الفرد، كالمشاكل الصحية والآفات الاجتماعية (التدخين والمخدرات) وحوادث المرور والمخاطر المنزلية كتسرب الغاز ومخاطر التلوث وغيرها من

99

الظواهر، من خلال ما يقدم الصحفيين من برامج مختلفة.

- التلفزيون جعل العالم في قرية صغيرة.

- التلفزيون يخفف التوتر والقلق لدى المشاهد.

100

- معرفة الاخبار العالم وقت حدوثها
- التلفزيون تعطي الكثير من فرص العمل.

101

كل عمليات التلفزيون التي تنشر تقدم على شكل عملية اتصال .

سلبيات التلفزيون:

- اورث التلفزيون للمشاهدين السلبية والتلقي طوال ساعات التعرض لمشاهدة برامج متنوعة متعددة، فالتهم وقت القراءة، وقلل بذلك من اهتمام الشباب بمتابعة أحدث الكتب ومطالعتها.
- يقوم التلفزيون باستحواذ على المشاهد بصورة كبيرة جدا، فهو يستحوذ على أوقات المشاهد بصورة مبالغ فيها حتى ان كثيرا من المشاهدين يخضعون اوقاتهم وفق برنامج التلفزيون.
- قلل التلفزيون الى حد كبير من الترابط العائلي، فقلما يتجمع افراد الاسرة معا لمناقشة موضوعات تهم أحد افرادها، بل انه في كثير من الأحيان يكون كل فرد منشغلا ببرنامج

102

يتابعه أكثر من متابعة لمشكلة من مشكلات اسرته.

100

احمد توفيق محمد الانصاري: الاسسس العامة لإعداد الإعلاميين، دار اليازوري لنشر والتوزيع، 2020 ، ص 92 .

101

Jean françois Dhénin et autre : **Gestion de la cliental** ,édition Bréal en France ,en 2004,page

. 162

102

عكاشة محمد صالح: المدخل السينما والتلفزيون، دار النشر والتوزيع المنهل، 2008، ص 110.

92

• نجاح السلعة والاقبال عليها يتعلقان مباشرة بالصورة التي يطرحها الإعلان للسلعة وبشخصية بطل الإعلان، والقوالب الفنية الظهور، وهذا يندرج تحت الاعجاب بالشخصيات الاعلانية أكثر من قيمة الخدمة او المنتج الذي يظهر بالإعلان.

• ضعف ارتباط المشاهد المعاصر بمفهوم الإعلانات التلفزيونية التقليدية وغير التقليدية.

103

• تعارض معلومات ومعطيا الإعلانات أحيانا مع منظومة المشاهد الثقافية والتربوية.

• المشاهدة الكثيفة للتلفزيون تؤدي الى نظرة التشاؤم تجاه العالم.

• بعض البرامج التلفزيونية تسبب الخوف لدي الأطفال.

• اشعة ضارة بالجسم والعين.

104

• يصيب أصحابه بالكسل والارق.

• التلفزيون تجب عليه أماكن النشر او الإعلانات تكون دائما محجوزة في عام من قبل .

105

التلفزيون تضع الشباب في غير وقت من الاتصال وتقوم بمشاكل قيمة خاصة الى البالغين

103

عبد الرزاق الدليمي، الإعلان في القرن الحادي والعشرين، دار النشر والتوزيع اليازوري، 2022، ص 204.

104

فوزي شروق سامي: القواعد العامة للأعلام، مؤسسة طيبة لنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة 1، 2015، ص 59 .

105

Pierre Mouandjo et autre : **Théorie et pratique de la communication**, édition l'harmmattan,

.en paris 2010, page 51

93

تاسعا : اثار مشاهدة التلفزيون:

يعد التلفزيون من اهم الوسائل الإعلامية الجماهيرية وأكثرها قبولاً لدى الافراد، لأنه يجمع بين عناصر الصوت والصورة والحركة، مما يزيد من جذب الافراد خاصة الأطفال، ومن أكثر الفئات العمرية تأثيراً في التلفزيون هم الأطفال، حيث يقبلون على مشاهدة البرامج التلفزيونية المختلفة، وكل ما يعرض على الشاشة يجذب انباههم، مما يجعلون يقلدون كل ما يشاهدونه خاص في الرسوم المتحركة واقعيه ام خيالية، ومن اهم الاثار التلفزيون:

- تلعب التلفزيون دوراً في تغيير السلوك خاصة الطفل، فيكو هذا التأثير بشكل إيجابي او سلبي وخاصة الطفل في فترة الطفولة فأصبح جزءاً مهماً في حياتهم اليومية.
- سبب انجذاب الى التلفزيون انه يتميز بجمع لصوت والصورة معا، يفتح امام الطفل مجال للتكيف والتأقلم أكثر مع ما يعرض ويكون اتصال مباشر بين الطفل والتلفزيون.
- التلفزيون يعرض البرامج بهدف جذب الصغار وشد انتباههم، وذلك بهدف تنمية معارفهم

106

والتأثير على اتجاههم وميولهم، والسيطرة على مشاعرهم وافكارهم.

- التلفزيون له القدرة على جمع شمل جميع الافراد الاسرة لمشاهدة برامجه، وهو أداة فعالة ونافعة في بناء القيم وخلق جو من التضامن والتفاهم في العلاقات الاسرية.
- التلفزيون أسهم بالمقابل في تقليص حجم الأحاديث التي يتبادلونها افراد الاسرة حول امورهم الحياتية ولا يدعم الروابط الاسرية بل يفسد روتين الاسرة لما يحدث من خلاف.

106

ملاك حسين الخليل: تأثير مشاهدة البرامج التلفزيونية في سلوك أطفال، أطروحة لاستكمال درجة الماجستير، جامعة اليرموك،

اريد، الأردن، 2015، ص ص 30، 31، .

- يعتمد التلفزيون الى احداث تأثير معين عن طريق تكرار أنواع معينة من العلاقات والشخصيات والأفكار والصور، مثل تكرار يعرف الطفل أشياء عن الحياة.
- يتسم التلفزيون بقوة الجاذبية للكبار والصغار لما يعرضه من معلومات ومواد تهمهم وتمس عواطفهم واحاسيسهم ولما يتمتع به من عرض الصورة والصوت والحركة واللون في آن

107

واحد.

107
خالد سليم عبد اله، اثر التلفزيون على عملية التنشئة الاجتماعية للطفل، مجلة الفنون والاعلام، جامعة مصراتة، العدد 8،

خلاصة:

التلفزيون غزى ومزال يغزو البيوت رغم ظهور وسائل حديثة واعلام حديث الا انه مزال له مشاهدين ومتابعين خاصة فئة الشيوخ والأطفال، فهو يعطي بعد تاريخي مر به وأيضا الناس منه تستمد بعض المعلومات منها التاريخية جغرافية رياضية اقتصادية وخاصة الاجتماعية، فهو يصل الرسالة لإنسان داخل بيته الى العالم الخارجي بالمعلومات التي تدور فهو ينقل الاحداث عبر الشاشة فكأنه يعيش تلك الاحداث عند مشاهدتها، فهو شيء إيجابي عند معرفة الاستفادة منه.

الا انه اليوم وصلنا الى ان التلفزيون في انخفاض وتراجع المشاهدة فيه بسبب ظهور عملاق مسيطر عليه من كل الجوانب وهو ما يسمى اليوم بالإعلام الجديد الذي ظهر على انقاض الشبكة العنكبوتية الجد متطورة ، فظهرت مواقع التواصل الاجتماعي فأخذت مكان وسيطرت به في جميع المجالات أي الكل يتحرك به حتى العمل به وهو الأول في الاتصال والتواصل بين الناس بما فيه من إيجابيات كثيرة عن التلفزيون فأصبحوا يفضلونه اكثر عن التلفزيون.

الفصل الرابع

العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي

والتلفزيون

تمهيد

المبحث الأول: احصائيات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني : احصائيات مشاهدة التلفزيون

المبحث الثالث: مقارنة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و مشاهدة التلفزيون

المبحث الرابع : العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي و التلفزيون

المبحث الخامس : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البرامج التلفزيونية

المبحث السادس: التحدي بين شبكات التواصل الاجتماعي و التلفزيون

الخلاصة

تمهيد :

الفرد اليوم توصل الى ظهور وسائل جديدة ليحصل على المعلومات والاخبار ، ولكن هذه الوسائل كانت قديمة وتقليدية يعتمد عليها مثل وسيلة التلفزيون لكن اليوم اصبح في تراجع وانخفاض مقارنة بالأعوام الماضية بسبب التطور التكنولوجي الحديث الذي ظهرت على انقاضه وسائل حديثة وجد متطور وهي مواقع التواصل الاجتماعي ، فاصبح الناس في كل انحاء العالم يعتمدون عليه ليستدموا اخبارهم ومعلومات فوجدوا انها هي الأفضل والاسهل فهي متاحة في أي زمان ومكان وكما يريده ويرغب حتى انه اصبح هو ما يأتي بمعلومات وينشرها فلهذا تطرقنا في فصلنا هذا الى احصائيات تبين الفرق بين نسبة مواقع التواصل الاجتماعي ومشاهدة التلفزيون في الجزائر ، وأيضا المقارنة بين استخدام هذه المواقع ومشاهدة التلفزيون في العالم ، ومن ثم العلاقة الموجودة بين مواقع التواصل الاجتماعي والتلفزيون وكيف تستخدم هذه المواقع في برامج التلفزيون وفي الأخير كيف تحدث مواقع التواصل الاجتماعي التلفزيون .

أولاً: احصائيات مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر لسنة 2024 :

سجلت سرعة الانترنت الثابت والنقل في الجزائر ارتفاعا معتبرا خلال الفترة الممتدة بين يناير 2023 ويناير 2024 حسما جاء في تقرير " ديجتال 2024 " الصادر عن المكتب الدولي " داتا ربيو تال " المختص في الاحصائيات المتعلقة باستعمال الانترنت في العالم.

أوضح التقرير ان معدل سرعة الانترنت الثابت في الجزائر كان بقدر 12,32 ميغا بايت في الثانية في شهر يناير 2024 مقابل 11,01 ميغا بايت في الثانية خلال نفس الفترة سنة 2023، أي بارتفاع 1,32 ميغا بايت في الثانية. اما عدد مستعملي وسائل التواصل الاجتماعي فقد انتقل من 23,95 مليون في شهر يناير 2023 الى 24,85 مليون خلال نفس الفترة من سنة 2024 أي بزيادة بحوالي مليون مستعمل، وكشف التقرير الرقمي للجزائر 2024 الذي أصدره موقع dataire

108

(portal) عن أكثر المنصات الرقمية استخداما في سنة 2023 .

الموقع	سنة 2023	سنة 2024
الفايسبوك	19,5 مليون	20,86 مليون
الانستغرام	8,6 مليون	11,40 مليون
يوتيوب	22,70 مليون	22,80 مليون
مسنجر	13,00 مليون	16,40 مليون
سنا بشات	6,95 مليون	7,88 مليون
تيك توك		17,42 مليون

ثانيا : احصائيات مشاهدة التلفزيون في الجزائر لسنة 2024:

فيما يتعلق بمشاهدة التلفاز فاعتمدنا على احصائيات مشاهدة القنوات الجزائرية في شهر رمضان 2024 حيث نجد انها ذات منافسة كبيرة بين هذه القنوات لاستقطاب اكثر قدر ممكن من المشاهدة من خلال المسلسلات والبرامج فنجد بذلك قناة الشروق في المركز الأول بنسبة 24,9 بالمئة وذلك مع تنوع برامجها ومسلسلاتها التي تم بثها ، ثم تأتي قناة سميرة في المركز الثاني بنسبة 16 بالمئة وكمرتبة ثالثة قناة النهار نسبة 78 اما قناة الشباب فتاتي في المركز الرابع ب 58 بالمئة وكذا التلفزيون العمومي في المركز الخامس بنسبة مشاهدة 43 بالمئة .

109

رغم اننا لم نستطيع الى الوصول لإحصائيات نهائية لجميع القنوات التلفزيونية، بعد تطلعنا على اجتماع 12 فيفري 2024 بمقرر وزارة الاتصال المختص في قياس الجمهور باديس خالدي محاضرة حول قياس المشاهدة التلفزيونية في القنوات التلفزيونية.

حيث قدم السيد باديس خالدي الناشئ لقياس الجمهور من اهم ما توصلت مؤسسهم، ان نسب المشاهدة متغيرة دوما ولا يوجد أي قناة تتصدر في ظل المنافسة الشديدة بين مختلف وسائل الاعلام خاصة القنوات التلفزيونية.

110

ثالثا: مقارنة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومشاهدة التلفزيون حول العالم:

109 <http://www.eldjeldjadida.dz> تم الاطلاع عليه يوم /20/ 05/2024 على الساعة 15h23 مرجع سبق ذكره

110 <https://www.sabqprss.dz> تم الاطلاع عليه يوم /20/ 05/2024 على الساعة 17h33

مع التطور السريع الذي شهدته مواقع التواصل الاجتماعي في قدراتها وما توفره من خدمات لمستخدميها مما يزيد من قدرتها على استقطاب مزيد من المستخدمين على الوسائل الاعلام التقليدية نجد انها طغت نوعا ما عليهم.

فوجد شركة " ديفيس بوك " التي تخطى متابعيها 15 مليار مستخدم حول العالم وذلك من خلال اطلاقها لخدمات إعلانية تهدف الى جذب حتى المعلنين التلفزيونيين الى شبكة الاجتماعية لاستغلالها لنقطة تفوق التلفاز عبر تطبيقاتها فيس بوك الانستغرام وذلك بواسطة الهاتف وذلك نظرا الى ان الأجيال الجديدة تقضي وقتا أطول في استخدام هواتفها وليس امام التلفزيون.

بالمقابل نجد ان الدول العربية عانت من بين تراجع اعلاناتها ما أدى بذلك الى تخفيض عدد المعاملات او رواتبهم او من الإعلان نهائيا، فوجد ان الشاشة التلفزيونية قد عانت كثيرا بسبب هذه المواقع فمثلا نجد رمضان، الذي يعد من اهم المواسم التي تعرض فيه العديد من البرامج والمسلسلات وهذا ما نراه حتى في شاشة التلفزيون الجزائري نجد تراجع نوعا ما في عدم متابعيها وتركها الى الوقت الفراغ او المرغوب فيه لمشاهدة وهذا يتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل عبر " يوتيوب" ولكن بالمقابل رغم ذلك لا يمكن ان ننكر دور الشاشة التلفزيونية وما قدمته من ظهورها الى يومنا هذا فيمكن ان لو لم يكن هناك التلفزيون لما ظهر اليوم المواقع التواصل الاجتماعي.

رابعا :العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والتلفزيون:

من خلال دراستنا المتنوعة وملاحظتنا للواقع المعيش نجد ان العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والتلفزيون لا تتوقف على جهة معينة فرأينا ينحدر على جهتين الأولى انها علاقة تكاملية وذلك نجد ان الشبكات التواصل الاجتماعي بما فيها «فيس بوك» انها قد اخذت الاعلام التقليدي وذلك نجد ان التلفاز تستفيد الى هذه المواقع ، الاخذ مختلف المعلومات والابخار المتنوعة ، يعني انها يمكن ان نسمي بالاعلام الجديد ، فهذا دليل ان هذه المواقع لم تلغي الوسائل الاعلام التقليدية بل بالعكس

ذلك قد اغنتها بمضامينها ، وكذلك نجد التلفزيون استطاعة ان توصل المحتويات المتواجدة غير المواقع التواصل الاجتماعي .

ف نجد ان هناك علاقة تبادل وتعاون فيما بينهما ، ولكن بالمقابل نجد من جهة أخرى يمكن ان تكون علاقة تنافسية حيث اثرت مواقع التواصل الاجتماعي على التلفزيون ، وذلك يميل الجمهور الى الاعلام الجديد وذلك بسبب تمتعها بالمرونة والحرية والقدرة على التعبير والمشاركة والتوفر في أي زمان ومكان دون قيود وحتى التفاعل مع الاحداث وهذه هي المضامين التي لا توفرها التلفزيون .

على الرغم من هذه الاتجاهات الا ان لا يمكن الميل الى أي علاقة فيما بينهم فالتكامل والتنافس

111

كلاهما موجودين ولا يمكن الغائهم.

خامسا : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في برامج التلفزيون:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي دور في انتاج البرامج التلفزيونية فهي تمثل منصة لتعبير عن الاتجاهات والأفكار كافة داخل المجتمع وأيضا في صياغة الراي العام وتشكيله وتعبئته، بعد التطور في عملية وسائل نقل المعلومات وانتاجها، وأصبح للفرد دور في انتاج البرامج وصياغة الرسائل الإعلامية، وهو ما كشف عن بيئة إعلامية جديدة توظفها العديد من القنوات التلفزيونية بعد ان اتسع عدد المشاركين والقضايا.

فبعض البرامج التلفزيونية أصبحت تعتمد على ما يرد في موقع التواصل الاجتماعي كمادة للنقاش والتناول الإعلامي البرامجي سواء في شكل خبر ، حوار ، تحقيق غير برامج شخصية ، فأصبحت

111

مهذ حميد التميمي : التلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي تكامل ام صراع ، دار امجد لنشر والتوزيع عمان 2017 ، ص

. 263

قنوات تفرد مساعه لبرنامج خاص بمواقع التواصل الاجتماعي " بي بي سي " ترين بيغ وتفاعلكم معنا وكذا برنامج " ايتي العربي " باعتماد على مواقع التواصل لرصد مختلف معلومات المشاهير والفنانين وغيرها من البرامج التلفزيونية ، التي تم تصميمها خصيصا لمواقع التواصل الاجتماعي ، بالإضافة الى ان معظم القنوات حاليا تسعى لتكوين إدارة المحتوى الرقمي ، وهي إدارة متخصصة في نشر كل ما يخص القناة ، وكذلك رصد التفاعل المشاهدين مع البرامج واي البرامج يحصل على مشاهدات اعلى وتقييم المتابعين وآرائهم حول البرامج ويتم رصد كل ذلك في تعزيز ورفع الإدارة

112

البرامج لتتعامل ما يرد فيه من ملاحظات وتقييم .

سادسا: تحدي شبكات التواصل الاجتماعي للتلفزيون:

مع التطور الهائل الذي وصل اليه العالم من التكنولوجيا غير الحياة البشرية وذلك خاصة مع ظهور مختلف منصات التواصل الاجتماعي وتحدد تطبيقاتها مما أصبحت اليوم مصدر مهما لأخبار وهو احدث ما وصلت اليه الثورة الرقمية فبعدها كان الصحفي يقوم بمهامه بنقل مختلف المعلومات والاخبار وبنها على الشاشة التلفزيونية من صور وفيديوهات لعبر لكي يصبح اليوم من متابعي حسابات كل من النجوم ومشاهير وحتى الشخصيات المعروفة والمسؤولية وذلك لمتابعة وانتقاد الاخبار والتعليقات المهمة ، ما اصبح يخصص برامج لهذه المحتويات القادمة من الفضاء التواصلي وهو الامر الذي غير هرم العملية الاتصالية واصبح الاتصال تفاعليا وتشاركيا الى الجميع ، وهذا يبين ان مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن تحدي للوسائل التقليدية وعلى أسسها التلفزيون ، فبعدها كان الجمهور يعتمد لسنوات طويلة على متابعة التلفزيون واشباع رغباته وحاجياته بدأ يتجه

112

هاشم عبد الله الغانم، اسراء عمر إبراهيم : توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في انتاج البرامج الإخبارية التلفزيونية ، مجلة

علوم الاتصال ، جامعة ام درمان الإعلامية ، العدد 7، 1442 هـ . يونيو 2021 ص 257 .

اليوم نحو شبكات التواصل الاجتماعي التي استطاعة ان توفر في العديد من السمات والخصائص التي تفوق ما يقدمه التلفزيون ، وكأبرز مثال على ذلك نجد بسبب هذه المواقع شاهدنا اغلاق منشرات الصحف الورقية والتحول نحو النشر الالكتروني ، وكذا تراجع دور الإذاعات المسموعة

فمن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي تغيرت العملية الاتصالية فبعدما كان الجمهور متلقي سلبي للمضامين الإعلامية أصبح متفاعل إيجابي فسمح له بذلك بطرح اراءه وافكاره اتجاه ما ينشر ، وكذا من الميزة الأساسية لدى هذه المواقع توفر في أي زمان ومكان مرغوب فيه وقدرة يطل الجمهور عليه فنجد ان مواقع التواصل الاجتماعي على اختلافه تشكل تحدي كبير على التلفزيون، وذلك راجع الى للميزات التي تتمتع بها هذه المواقع.

خلاصة:

في الأخير نتوصل من خلال فصلنا هذا الذي كان من انجازنا مع بعض الاحصائيات والدراسات الى ان مواقع التواصل الاجتماعي طغت وسيطرت على التلفزيون بشكل كثيف وكبير وتحدث التلفزيون بسبب التقنيات التي توفرها هذه المواقع ولا توفرها التلفزيون، أين كان المشاهد المتلقي سلبي يستقبل الرسالة الاعلامية دون المشاركة بإبداء رأيه أصبح الان المشاهد المتلقي متابع ومتفاعل مع الاحداث من خلال المشاركة بآرائه و أفكاره عن طريق التفاعل المستمر مع مختلف القضايا التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي أين تحول من مشاهد سلبي الى مشاهد ايجابي متفاعل مع الاحداث الحاصلة لحظة وقوعها ، حيث تتيح له هذه المواقع المعلومات في أي زمان ومكان. مما أدى الى ارتفاع عدد مستخدميها و أصبح التلفزيون يعتمد على المواقع لنقل الاخبار. فالواقع اليوم هو الذي يؤكد هذا الانخفاض لتلفزيون لان نسبة كبيرة من الأشخاص يفضلون هذه المواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الخامس

الاطار التطبيقي

الفصل الخامس
الدراسة الميدانية

تمهيد

دراسة و تحليل النتائج

خاتمة

الاقتراحات

قائمة المراجع

تمهيد :

بعدما تم التطرق لمتغيرات الدراسة و مختلف المعلومات التي لها علاقة بدراستنا هذه و الالمام بجميع المعلومات النظرية والمنهجية سنقوم في هذا الفصل بتطبيق أدوات جمع البيانات التي من خلالها سوف نقوم بعرض و تحليل و تفسير البيانات المتعلقة بمختلف جوانب الدراسة و ذلك من خلال الإجابات التي تم الحصول عليها من خلال الأسئلة المختلفة التي تم صياغتها في استمارة الاستبانة إضافة الى ذلك الأسئلة التي تم توجيهها في المقابلة ، كل ذلك للوصول الى النتائج دقيقة وصحيحة وموضوعية .

دراسة وتحليل النتائج:

المحور الأول: البيانات الشخصية:

الجدول الأول رقم (1): توزيع الافراد المبحوثين حسب متغير الجنس.

النسبة	التكرارات	الفئات
37,5%	30	ذكر
62,5%	50	انثى
100	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه المتعلق بمتغير الجنس ان اعلى نسبة هي 62,5 % وهم الاناث الذين جاوبوا كعلى نسبة على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي انخفاض نسبة مشاهدة التلفزيون وهذا يدل على انهم اكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي لكثرة جلوسهم في المنزل وعدم خروجهم فيخضعون اليه رغبة في التصفح ومشاهدة مختلف اهتمامهم مقارنة بنسبة الذكور المتمثلة في 37,5 % من افراد العينة المدروسة وذلك نظرا لانشغال الذكور في العمل ملا يسمح لهم بكثرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

وعلى ذلك ونستنتج ان نسبة الاناث التي اجابت اكثر من نسبة الذكور وهذا دليل الاناث اكثر استخداما وميلا لمواقع التواصل الاجتماعي .

الجدول رقم (2) : يمثل توزيع الافراد المبحوثين حسب متغير السن :

النسبة	التكرارات	الفئات
40 %	32	17 الى 25
38,75 %	31	26 الى 35
21,25%	17	36 فما فوق
100%	80	المجموع

يتبين من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بمتغير السن ان اكبر نسبة من العينة المدروسة نجد السن ما بين 17 و25 بنسبة 40 % وهي فئة الشباب وهذا يدل على ان الفئة الصغرى اكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي والمهتمين بها بما اننا في عصر الحداثة والتطور ، اما بنسبة لسن ما بين 26 و35 كانت نسبة 38,75% متقاربة مع الأولى بما انهم فئة الشباب اكثر حاجة لهذه المواقع في حياتهم اليومية ، اما الفئة الأخيرة هي 36 فما فوق وهي اقل نسبة ب 21,25 % هذا يشير الى عدم اهتمام هذه الفئة بكثرة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لسنهم وكذا يمكن عائد لانشغالهم بأشغال أخرى غير الفضاء الافتراضي .

مما سبق نستنتج أن الفئة الأكثر استخداما واهتماما بما يتعلق بموضوع مواقع التواصل الاجتماعي هم الفئة التي تتراوح أعمارهم بين 17 و25 وهذا ما اشارت اليه التقارير الرقمي للجزائر في 2024 والذي أصدره موقع (دتال بعتال) عن المنصات الرقمية استخداما في الجزائر فتوصل ان نسبة الشباب هم الأكثر ميلا وانتسابا بمختلف فروعها .¹¹³

الجدول رقم (3) :يتمثل توزيع الافراد المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي :

النسبة	التكرارات	الفئات
76,25%	61	الجامعي
18,75%	15	الثانوي
% 1,25	1	متوسط
100%	80	المجموع

¹¹³ dz . eldjaziareldjadida . https : //www . تم الاطلاع عليه يوم 20 / 05 / 2024 على الساعة 15h23مرجع سبق

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بمستوى التعليمي ان اغلب العينة في الدراسة هم المستوى الجامعي ويمثل نسبة الكبيرة والتي تقدر بـ 76,25% وقد يرجع ذلك بما انهم ذات قدرات علمية عالية تجعلهم يتقنون استخدام التقنيات والتكنولوجيا الجديدة و مواقع التواصل الاجتماعي كغيرها من التقنيات الحديثة تتطلب مستوى معين لقدرة استخدامه ولمعرفة تقنياته و قدرة مساعدتهم في حياتهم اليومية في الدراسة خاصة عند تخصص في علوم الاعلام والاتصال وقدرة اخذ مختلف المعارف والمعلومات التي تساعد في مشورهم الدراسي، وقدرتهم في بناء علاقتهم مع الاخرين ، في حين نجد نسبة 18,75% في الثانوي بما انهم شباب الذي يتطلب منهم الاعتماد اكثر على الواقع اكثر من المواقع ، وأخيرا نجد الابتدائي بنسبة 3,75% والمتوسط بنسبة 1,25% يعني انها نسبة قليلة وذلك راجع لصغر سنهم إضافة الى عدم سماح الاولياء لأبنائهم في الانخراط لهذه المواقع التي يمكن ان تؤثر سلبيا على تحصيلهم العلمي وانخفاض مستواهم الدراسي .

من خلال ما سبق نستنتج ان الفئة المعتمدة اكثر هم فئة الجامعيين بما انهم يتمتعون بقدرات ومؤهلات سواء من جانب الاتصال او استخدام التكنولوجيا، وخصوصا قدرة الاستيعاب والفهم الصحيح لطريقة الاستخدام وحتى المساعدة التي يتلقى منها بما انه باحث في المستقبل ، فتساعده على أدائه لوظائفه المختل

الجدول رقم 4 : يمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف عينة الدراسة :

النسبة	التكرار	الفئات
100%	80	نعم
0%	0	لا
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال جدول أعلاه ان عينة دراستنا 100% يعتبرون من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ومن المهتمين بهذه المواقع وهذا يدل على ايجادهم المسلك المناسب لهم سواء لتعبير او

النشر أو المشاهدة ، فمن خلاله يعرفه الباحث (جونز) بان مواقع التواصل أو كما ظهر بمصطلح جديد وهو "الاعلام الجديد «هو مجموعة من الاساليب والانشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من انتاج المحتوى الإعلامي ونشره ، واستهلاكه بمختلف اشكاله من خلال الأجهزة الالكترونية المتصلة او غير المتصلة بالإنترنت¹¹⁴، إضافة الى ذلك تعبر هذه على حتمية تكنولوجيا نظرا لخصائص ومميزات التي يتمتع بها ، بمقابل نجد النسبة منعدمة لغير مستخدميها هذا راجع بطبيعة الحال الى واضعنا الحال الذي نعيشه فلا بد ان تتماشى وتتطور مع تطور التكنولوجيا ، وهذا دليل ان مواقع التواصل الاجتماعي دخلت الى جميع بيوت الناس .

نستنتج مما سبق ان عينة دراستنا المتمثلة في مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يؤكدون على اطلاعهم اليومي لهذه المواقع، وذلك من خلال التفاعل مع محتوياتها والمنصات وما ينشر من مضامين ، إضافة الى ذلك يؤكد على قوة التأثير التي يتحلى بها هذا الموقع ، وكل ذلك يدل على التقدم التكنولوجي والعصرنة في وقتنا الحالي

الجدول رقم (5):يمثل المواقع الأكثر استخداما من طرف المبحوثين:

النسبة	التكرارات	الفئات
60%	48	فيسبوك
23,75%	19	الانستغرام
13,75%	11	تيك توك
2,5%	2	توتير
%100	80	المجموع

¹¹⁴ عثمان محمد الدليمي ، مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب ، دار غيداء للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، 2020 ،

من خلال الجدول أعلاه والخاص بالموقع الأكثر استخداما نجد ان موقع الفيسبوك احتل المرتبة الأولى بنسبة 60%، وهذا يؤكد على قوة الاستخدام والتفاعل مع منشوراته ويمكن ذلك راجع الى اقدمية وحتى سرعة الانتشار وسهولة الاستخدام والمرونة. فبهذا عرفه الكاتب علي حجازي ابراهيم الفاييسبوك انه "هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي انه يتيح عبره لأشخاص العادين والاعتباريين (كالشركات) ان يبرز نفسه وان يعزز مكانته عبر أدوات الموقع التواصل مع اشخاص اخرين ضمن نطاق ذلك الموقع او عبر التواصل مع مواقع أخرى وانشاء روابط تواصل مع

115

الآخرين". فلهذا نقول احتل مكانة واهمية وذلك قبل ظهور باقي المواقع الأخرى، لذلك الكثير يفضلونه ومرتبون بالبداية المواقع معه . بعد ذلك تأتي الانستغرام بنسبة 23,75% والتي أتت بمميزات أخرى على الفاييسبوك، بعدها تأتي التيك توك بنسبة 1375% فلا توجد مميزات جديدة وانها محدودة، ثم يأتي تويتر بنسبة 2,5% فهذه المواقع ظهرت في الآونة الأخيرة والذي يتجنبها البعض نظرا للفيديوهات التي لا تتماشى مع عقيدتنا.

مما سبق نستنتج ان الموقع الأكثر استخداما هو النموذج الذي اخترناه الفاييسبوك، فذلك لقدمه وسهولة استخدامه سواء كان ذلك على الشباب او الكبير في العمر ومختلف المعلومات والاختبار التي يتم نشرها عبرها ، فأصبح حتى الراي العام يشكل عن طريقه.

الجدول رقم (6): يمثل طبيعة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) من طرف

المبحوثين حسب متغير الجنس:

115

علي حجازي إبراهيم: التكامل بين الاعلام التقليدي والجديد، دار المعتر لنشر والتوزيع طبعة 1، 1438 هـ/2017 م،

ص 73 .

115

الجنس	الفئات	تكرارات	نسبة
نكر	دائما	18	22,5 %
	أحيانا	12	15 %
	اطلاقا	0	0 %
المجموع		30	37,5 %
اناث	دائما	33	41,25 %
	أحيانا	17	21,25 %
	اطلاقا	0	0 %
المجموع		50	62,5 %
المجموع العام		80	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان نسبة الإناث اكثر من حيث الاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 50 % حيث انه بلغت نسبة الذين يستخدمون مواقع التواصل دائما 41,25 % وهذا باعتبارهم الأكثر ميلا واستخدام بما انهم الأكثر جلوسا في المنزل فيقومون بتصفح العديد من الأشياء سواء مشاهدة مسلسل او برنامج إضافة الى المواقع النساء التي أصبحت موقع للتسوق فيستغلون ذلك للبيع والشراء ، بمقابل نجد أحيانا بنسبة 21,25 % وهذه لفئة الاناث العاملة ، فيكون استخدمها في وقت قصير عند دخولها للمنزل وبصفة إطلاقيه 0 % فاصبح لا يمكن التخلي على هذه المواقع رغم الظروف الموجودة ، مقارنة بفئة الذكور التي كانت نسبة قليلة مقارنة بالإناث 30 % هذا راجع ان الذكور يستغلون اكثر وقتهم في العمل فنجد بنسبة 22,5 % استخدام المواقع دائما ، يعني نسبة قليلة هذا راجع لانشغالهم طوال اليوم ، إضافة الى ميلهم اكثر مثلا لممارسة الرياضة او الجلوس في المقاهي او الخروج مع الأصدقاء ، فهذا يبعده على المواقع وبصفة أحيانا ب 15 % نسبة قليلة فهم يعتمدون على الواقع اكثر من المواقع بما ان فترة جلوسهم في المنزل قليلة ، وهذا ما يسمح لهم بعدم استخدام الهاتف بكثرة واطلاقا بنسبة 0 % يعني مهما قلة الاستخدام الا ان لا يمكن الاستغناء نهائيا عن المواقع .

مما سبق نستنتج ان نسبة الاناث الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي وهذا راجع ان الاناث هم من يجلسون في المنزل اكثر ، ويملؤون الفراغ فيه وانهم يتبعون برامج خاصة بالنساء تلبي حاجياتهم فهم الأكثر ميلا لها ، وان نسبة الذكور قليلة بسبب انشغالهم في اعمال أخرى كالعمل وملئ الفراغ مثلا في الرياضة عوض هذه المواقع فهم الأقل ميلا لها .

الجدول رقم (7): يمثل مكان استخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" :

الفئات	التكرارات	النسبة
المنزل	42	52,5 %
كل مكان	14	17,5 %
مقاهي الانترنت	11	13,75 %
العمل	7	8,75 %
الجامعة	6	7,5 %
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان المكان الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" هو المنزل بأعلى نسبة 52,5% وذلك راجع الى ان عينة الدراسة اختاروا المنزل باعتباره المكان المناسب أين يكون الشخص متفرغ للتصفح ، إضافة لإتاحة الانترنت داخل المنزل عكس الخارج ثم تأتي المقاهي الانترنت بـ 17,5 % وهذا راجع الى ان الشباب خاصة يجدون الراحة اكثر في استخدام المواقع في المقاهي فيكون في نفس الوقت باللعب مع أصحابه ويتصفح بما انه جالس وفي بعض الأحيان يشاهدون معا خاصة عندما تكون فيديوهات او منشورات للضحك ، ثم تأتي في كل مكان نسبة 13,75 %، يعني عند خروج من المنزل او العمل الى الشارع ، فسواء كان ينتظر في النقل او داخله او جالس مثلا في مكان يقوم بالتصفح والمشاهدة والدرشة بما انها موجودة في

الهاتف . وبنسبة ضعيفة ومتقاربة بين العمل ب 8,75 % بما انه في العمل لا يستطيع استخدام الكثير للمواقع فيمكن ان تسبب له مشاكل اما الجامعة بنسبة 7,5 % بما انه مكان للدراسة فيكون الطالب انشغاله اكثر بالمحاضرة والاعمال الموجهة.

وعلى ذلك نستنتج ان المكان الأكثر استخداما لموقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" حسب عينة الدراسة هو المنزل، وذلك باعتبار المكان المناسب فيدخل الشخص الى المنزل واثاء اخذه القسط من الراحة فيقوم بتصفح موقع الفاييسبوك ويشاهد كل ما هو جديد ثم ينشره ويشارك ويتفاعل ويتواصل ويدردش مع العائلة والأصدقاء.

الجدول رقم (8): يمثل الفترة التي يقضيها المبحوث في استخدام لموقع فيسبوك:

النسبة	التكرارات	الفئات
58,75 %	47	من ساعة الى ساعتين
10 %	8	من ساعتين الى 3 ساعات
31,25 %	25	أكثر من 3 ساعات
100 %	80	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الخاص بالفترة التي يقضيها المبحوث في استخدام مواقع التواصل الفاييسبوك، يتبين لنا ان من ساعة الى ساعتين نسبة 58,75 % يدل هذا على عدم كثرة استخدام مواقع الفاييسبوك والادمان عليه، ثم تأتي اكثر من 3 ساعات نسبة 31,25 % هذا يدل على ان العينة لا تستغرق وقتها بأكمله في هذه المواقع وذلك نظرا لانشغالهم في اعمال أخرى ، وتأتي من ساعتين الى 3 بنسبة قليلة 10 % هذا كله يدل على عدم الانخراط الكلي في المواقع او القول بعدم الإدمان عليه.

فعلى ذلك نستنتج ان استخدام مواقع التواصل من ساعة الى ساعتين هذا يمكن راجع الى تعدد المنصات التواصل وكذا اختلاف مميزات وكذا يجدون التنوع من الكثير في مميزات كل موقع بالتفاعل مع العديد من القضايا والمنشورات .

الجدول رقم(9): يمثل ما اذا كان أفراد العينة يستخدمون الاسم الحقيقي عبر موقع الفايسبوك:

الفئات	التكرارات	النسبة
نعم	53	% 66,25
لا	27	% 33,75
المجموع	80	% 100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان نسبة استخدام الاسم الحقيقي عبر موقع الفايسبوك أعلى من نسبة المستخدم لاسم المستعار (غير اسمه) حيث نجد نسبة نعم ب % 66,25 اما نسبة لا ب % 33,75.

فنستنتج ان نسبة المستخدمين لاسمهم عبر موقع الفايسبوك أكثر وذلك راجع لرغبتهم في عدم اخفائهم لأنفسهم وقد يعود ذلك لتقتهم في هذا الفضاء الافتراضي ، فنجد ان هناك من يعمل بموقعه والذي يسوق ويبيع مختلف المنتجات، فهذا يكون عليه بإيجابية لمعرفة اسم المتعامل، اما الذي يخفون أسمائهم يمكن تخوف من العائلة أو لاكتساب اكثر حرية من خلال استخدام هذه المواقع او رغبة في القيام بأشياء غير لائقة وهذه هي الظاهرة أكثر انتشارا لأسف في وقتنا الحالي.

الجدول رقم (10): يمثل اللغة المستخدمة من طرف عينة الدراسة عبر مواقع التواصل الفايسبوك:

الفئات	التكرار	النسبة
الخليط بين العربية والأجنبية	40	% 50
العربية	19	% 23,75
الامازيغية	11	% 13,75

الفرنسية	9	% 11,25
الإنجليزية	1	% 1,25
المجموع	80	% 100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان اللغة الأكثر استخداما في مواقع التواصل الاجتماعي هي الخليط بين العربية والأجنبية بنسبة 50 % هذا خاصة نشاهده من خلال المنشورات التي يتم نشرها ، إضافة الى التعليقات التي تكون مختلط بين اللغتين وحتى اثناء الدردشة ، ثم تأتي اللغة العربية بـ 2375% بما انها لغة الوطن (الجزائر) والأكثر استخداما في وطننا ، بعدها تأتي اللغة الامازيغية بـ 1375% فهي أيضا لغة اكثر استخداما وأصبحت وطنية ، فنشاهد ان بعدما كانت تستخدم في المواقع أصبحت في الآونة الأخيرة في قوقل ما يدل على مكانتها لدى العينة وسهولة الاستخدام خاصة بمنطقة القبائل ، ثم تأتي اللغة الإنجليزية بنسبة قليلة بـ 125% نظرا لعدم اتقانها .

فعلى ذلك نستنتج ان اللغة الأكثر استخداما في المواقع هي الخليط بين العربية والأجنبية وهذا راجع الى سهولتها، فاللغة العربية والأجنبية نستخدمها كلاهما في حياتنا اليومية وحتى في الدراسة فلا يصعب على الشخص الكتابة فاذا كان لا يعرف أحد اللغة يستخدم الأخرى.

الجدول رقم (11): يمثل الغرض من استخدام الفاييبوك من طرف عينة الدراسة :

النسبة	التكرارات	الفئات
% 28,75	23	الدردشة مع الاخرين
% 11,25	9	توفرها في أي زمان ومكان
% 13,75	11	متابعة اخبار جديدة
% 10	8	التفاعل مع الصفحات
% 16,25	13	التسلية والترفيه
% 20	16	ملئ الفراغ

المجموع	80	% 100
---------	----	-------

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان عينة دراستنا من المهتمين بالدرشة مع الاخرين بنسبة 28,75 % وهذا يدل ان الافراد يستخدمون موقع فيسبوك للتبادل المعلومات وكسب المعارف وحتى التواصل مع الأصدقاء والعائلة وهذه هي الظاهرة الأكثر انتشارا في عصرنا هذا فالغرض من استخدامه كما قال الكاتب حسان احمد قمحية هو يهدف لإعطاء الناس القدرة على المشاركة في جعل عالمهم اكثر انفتاحا ، وانه يتيح الفرصة لتواصل اكبر فيما بينهم ، وأيضا يصبح الناس عند استخدامهم الفايسبوك قادرين على الاتصال المستمر مع اصدقائهم وعائلاتهم ، يبقوهم على اطلاع دائم بما

116

يجري في العالم من اخبار وتبادل المشاعر والعواطف والهموم. بالمقابل نجد ملئ الفراغ بنسبة 20 % وذلك لاستغلال فترة الجلوس في المواقع ونجد النسبة الأخرى متقاربة فيما بينهم من توفرها بنسبة 11,25 % ومتابعة الاخبار بنسبة 13,75 % وكذا التفاعل مع الصفحات بـ 10 % ولتسليية والترفيه بنسبة 16,25 % وهذا يدل باهتمام عينة الدراسة بنسبة قليلة فيما يتعلق بتفاعل مع الصفحات ومتابعة الاخبار ففي بعض الأحيان لا يتاح المصادقية الكاملة عبر ما ينشر في موقع الفايسبوك.

فنستنتج مما سبق ان عينة الدراسة تعتمد اكثر على التواصل وتبادل الرسائل وهذا ما يمثل الميزة الأساسية لهذا الموقع والدور الهام الذي يحتله وهذا ما يبرر اهتمام افراد العينة وأيضا هذا ما تحدثنا عنه فيما يتعلق بأسباب استخدام مواقع التواصل وتبادل الرسائل والدرشة ولكن هذا لا ينفي أيضا الأدوار الأخرى من تصفح المنشورات والحصول على الاخبار رغم نسبها القليلة الا ان الفرد دائما يبحث عن ذلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالضبط الفايسبوك .

الجدول رقم(12): يتمثل مضامين الأكثر تتبعا للفيس بوك مع متغير الجنس:

النسبة	التكرارات	الإجابة التبرير	الفئات
10 %	8	دينية	الذكر
20 %	16	رياضية	
2,5%	2	سياسية	
1,25%	1	تعليمية	
3,75%	3	ترفيهية	
37,5 %	30		المجموع
النسبة	التكرارات	الإجابة التبرير	
20 %	16	دينية	الاناث
7,5 %	6	رياضية	
8,75 %	7	سياسية	
13,75 %	11	تعليمية	
12,5 %	10	ترفيهية	
62,75 %	50		المجموع

يوضح هذا الجدول المتعلق بنوع المضامين الأكثر تتبعا وجذب لأفراد العينة عبر المواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك انهم ينجذبون نحو المواضيع الدينية والتي احتلت 20 % وقد يرجع الاهتمام بشؤون الدين بما اننا في بلد مسلم تخص عقيدتنا وقيمنا التي يجب السير عليها فالיום نجد فيديوهات لشيوخ وفتاوي وما يجب تجنبه وكذا احكام وآيات قرآنية على شكل منشورات عبر الصفحات ثم تليها المواضيع التعليمية بنسبة 13,75 % فنجد مثلا كطلبة نجد العديد من المقالات والمنشورات التي تستفيد منها خلال قيامنا ببحث وكذا نشر كيفية إيصال الرسالة التعليمية لأطفال الابتدائي ودروس

انجليزية وفرنسية تعلم فيها كلمات ، ثم تليها الترفيهية بنسبة 12,5% الذي يلي هنا حاجيات الفرد ويشبع رغباته الترفيهية عندما يجد مثلا فيديوهات للضحك ، ثم نجد هناك نوع من الابتعاد عن المضامين السياسية بنسبة 8,75% ذلك لأنه يدخل في الجانب الدولي والاحكام القانون والتشريعات فتكون فئة معينة فقط من متابعيها وفي الأخير نجد نسبة المواضيع الرياضية بنسبة قليلة ب7,5% خاص عند فئة الاناث مقارنة بالذكور نجد منخفضة لان الاناث لا تهتم بالرياضة فنجد النسبة الأكبر هي الذكور التي تقدر ب20% لكن نجده المواضيع الأخرى متقاربة مع الاناث.

مما سبق نستنتج ان عينة دراستنا تهتم اكثر بالجانب الديني لتفهم معاني الحياة وكيفية العيش بعقائد إسلامية وخاصة نسبة الاناث تهتم اكثر من الذكور الذين ينصب اهتمامهم على الرياضة خاصة المباريات المتعلقة بفريقه لكن نجدها تتقارب مع المواضيع الدينية، اما المضامين او المحتويات الأخرى وجدناها تتشابه بين فئة الذكور والاناث .

الجدول رقم (13): يمثل مساهمة موقع الفايسبوك في اشباع الحاجات المبحوثين :

النسبة	التكرار	الفئات
65%	52	نعم
35%	28	لا
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه فيما يتعلق بإشباع حاجيات الافراد العينة ان الذين يرون انهم يشبعون حاجياتهم بلغت نسبة 65% وذلك نظرا ان الفايسبوك رغم سلبياته الا انه لا يمكن ان ننكر إيجابيات وهذا ما اشارنا اليه في الإطار النظري الذي يقول فيه الكاتب عمر عبد العزيز هلال ان الفايسبوك وسيلة لنشر الدعوة الى " الله "، فيعرض الدعوة والمسلمون دعوتهم بمتخلف الطرق والأساليب ، بسبب اقبال الناس عليه ، نافذه سريعة لأعلام ، تنشر الاخبار المختلفة فور حدوثها ، طريقة لتعبير عن الراي في الاحداث السائدة في العالم او في مجالات الحياة ، وانها تبحث عن الصديق او قريب منذ

117

زمن بعيد ، فيمكن ايجاده من خلال البحث عن اسمه في الفاييبوك ، هذه كلها من حاجات الفرد التي يشبعها موقع الفاييبوك فكل ما يبحث عنه الفرد يجدها بداخله ، فبعدها كان صعوبة التواصل مع الأقارب نظرا لبعده المسافات استطاع عبرها هذا الموقع الحصول على ذلك وكذا سمح بالتعبير عن متطلباتنا عبرها بالصورة او الكتابة ، وحتى ساعدتنا في الجانب التعليمي كثيرا ، ولكن في المقابل نجد نسبة 28% الذي جاوبوا ب لا يمكن هذا راجع الى فئة من العينة الذي يستخدمون الموقع بطريقة عفوية سواء المشاهدة او التصفح وملئ الفراغ.

وعلى ذلك نستنتج ان الفئة الكبيرة من العينة ترى ان هناك اشباع مزيد من حاجاتهم عبر موقع الفاييبوك باعتباره مجتمع افتراضي مؤثر ، فنجد ان اليوم حتى التبرعات والنداءات تكون عبرها مما أصبحت المنبر المعلن للجمعيات الخيرية وكذا عبرها اصبح قدرة شراء والبيع والتسويق، وهذا كله يشبع حاجات وما نجده في نظر الفرد من ترفيه وزيادة مع في ما فيه في الجانب الاجتماعي

الجدول رقم (14): يمثل مساهمة موقع الفاييبوك في إيصال الرسالة للغير :

النسبة	التكرار	الفئات
65 %	52	نعم
35 %	28	لا
100 %	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان نسبة الذين اجابوا ب نعم بلغت نسبة 52 % فهذا راجع بان عينة الدراسة مع ان موقع الفاييبوك يوصل الرسالة بالمنشورات التي تنشر والمحتويات والمضامين التي يأتي بها في مختلف المجالات وهو يتفاعل معها ويعلق حسب رايه فكما يرى الكاتب رفعت

محمد مصطفى انه يوصل الرسالة بان يمكنوا للفرد ان يكتبوا ويعلقوا ما يريدون ،ويمكنهم استماع الى الموسيقى المضلة ، صورهم تحكي تفاصيل حياتهم وتوصل الرسالة التي يريدونها ،بذكرياتهم

118

ومواعيدهم ، فهذا كلها تشير الى ان الفايسبوك يوصل الرسالة التي يودها الفرد ايصالها لأخر ولكن نجد الفئة التي ترفض ان الفايسبوك يوصل الرسالة بنسبة 28 % وهذه قليلة التي ترى لا توصل الرسالة ربما انها لا تتفاعل مع محتوياتها او ترى فيها لا توجد نوعا ما من المصادقية او الثبات.

فنستج من خلال العينة ان نسبة الكبيرة أكدت على أن الفايسبوك يوصل الرسالة التي يريدونها خاصة عندما تتعلق الرسالة في حياتهم الخاصة أي بنشر صورة فقط فهي تعبر عن كل شيء بما يدور في حياة الفرد ويمكن ان نعرف ما هو الحال الذي هو فيه ، والنسبة التي قالت لا هي بعض الفئة التي لا تؤيد ربما الفايسبوك او لا يظهرون فيها اشياهم او لا تصلهم الرسالة عبر هذا الموقع.

المحور الثاني: عادات وأنماط مشاهدة التلفزيون و الاشباعات المحققة :

الجدول رقم (15): يمثل ما اذ كان افراد العينة المدروسة يشاهدون التلفزيون من طرف المبحوثين:

النسبة	التكرار	الفئات
35%	28	نعم
65%	52	لا
100 %	80	المجموع

118

رفعت محمد مصطفى :الراي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية ،دار العربي لنشر والتوزيع، ب ط، سنة

2018 ،ص 43 .

125

تبين من خلال الجدول أعلاه المتعلق بمشاهدة المبحوثين بالقنوات التلفزيونية ان اغليبتهم بنسبة 65 % لايشاهدون التلفازيون وما تبثه عبر شاشاتها وهذا يدل على تراجع اهتمام المبحوثين بمشاهدة التلفزيون رغم المكانة التي تميزه بها لسنوات عدة و باعتبارها وسيلة اتصال جماهيرية كما يعرفه وسام فاضل راضي بان التلفزيون هو طريقة ارسال واستقبال الصورة المرئية والمتحركة بأكبر قدر ممكن من الأمانة من مكان الى اخر بواسطة موجات الراديو الكهرومغناطيسية ويرسل الصوت

119

المصاحب للمنظر بنفس طريقة ارسال الصورة ، بالمقابل نجد ان نسبة 35 % يشاهدون القنوات التلفزيونية مما نجد انها نسبة قليلة ما يبين هذا اكتنائهم بمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي.

على ذلك نستنتج مع التطور والتكنولوجيا وظهور مواقع متنوعة سبب بشكل كبير في تراجع مكانة الشاشة التلفزيونية ، و هذا راجع للتأثير الذي احدثه مواقع التواصل الاجتماعي من مختلف المحتويات المتوفرة وقدرة الوصول الى المعلومة في الوقت واليوم الذي حدثه تلك الحدثة رغم البعد الزمني والمكاني .

الجدول رقم (16) : يمثل المدة الزمنية التي يستغرقها المبحوثين في مشاهد التلفزيون

النسبة	التكرارات	الفئات
82,5 %	66	ساعة
11,25 %	9	ساعتين
6,25 %	5	أكثر من 3 ساعات
100 %	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان مدة التي يستغرقها افراد عينة الدراسة في مشاهدة القنوات التلفزيون بنسبة اعلى هي ساعة 82,5 % وهذا راجع الى ان عدم الجلوس امام التلفزيون لمدة كبيرة فيتم مشاهدة برنامج ذات اهتمام ذلك الشخص لمدة ساعة وبعد انتهائهم يتم إطفاء الشاشة بالمقابل نجد النسبة المتقاربة بين ساعتين ب 11,25 % وأكثر من 3 ساعات ب 6,25 % وهي نسب ضعيفة، فيتم عبر الشاشة بث برامج ضمن اهتمام الفرد وبرامج أخرى لا تكون من اهتماماته.

فنستنتج ان افراد العينة لا يجلسون لوقت طويل في مشاهدة ما يبث عبر التلفاز وهذا يمكن انه راجع لظهور وسائل أخرى مثل مواقع التواصل الاجتماعي الذي يستطيع ان يتصفح في الوقت الذي يرغب فيه رغم اجتياز الوقت المحدد لذلك البرنامج وهذا ما سهل عليه مشاهدتها في وقت فراغه.

الجدول رقم (17): يمثل الجهة المفضلة للمبحوث لمشاهدة التلفزيون معها.

النسبة	التكرار	الفئات
40 %	32	وحدك
53,75 %	43	مع العائلة
625 %	5	مع الأصدقاء
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان أغلب المبحوثين يفضلون مشاهدة التلفزيون اكثر مع العائلة بنسبة 5375 % وهذا باعتبار ان الشاشة التلفزيونية محترمة وامكانية المشاهدة مع العائلة بكل ارتياح بالمقابل نجد من يفضلون مشاهدة التلفزيون لوحدهم بنسبة 40 % وهذا راجع لرغبتهم في مشاهدة مثلا مسلسلات او حلقات أفلام بمفردهم لعدم تعرضهم للحرج وبنسبة قليلة مع الأصدقاء ب625 % فهذا يكون في بعض الأحيان نظرا لان كل فرد يعيش مع عائلتهم وتكون فقط أوقات الزيارات لأصدقاء.

مما سبق نستنتج ان النسبة الأعلى للذي يفضلون مشاهدة التلفزيون مع العائلة خاصة ، وهذا ما نشاهده في شهر رمضان الكريم ومتابعة مختلف ما يتم بثها مع جميع العائلة أمام الشاشة، عكس عند مشاهدة بفرديك فيشعرك بملل ويجعلهم يتوجهون لمواقع التواصل.

الجدول رقم(18):يمثل الغرض من مشاهدة القنوات التلفزيونية :

النسبة	التكرار	الفئات
16,25 %	13	زيادة معرفة
11,25 %	9	معرفة المستجدات
37,5 %	30	ملئ الفراغ
35 %	28	الترفيه
100 %	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان السبب الأول لمشاهدة القنوات التلفزيونية راجع لملئ الفراغ بنسبة 37,5 % كأعلى نسبة وهذا يدل على مشاهدة عفوية من طرق الافراد تليه بعد ذلك الترفيه ب نسبة 35 % بمتابعة برامج تسلية وترفيه مثل الأفلام الفكاهة وغيرها بالمقابل نجد زيادة معرف ب 16,25 % مثل مشاهدة حصص تعليمية مثل (اربح المليون من خلال تلك الأسئلة التي تطرح) ونجد معرفة المستجدات ب نسبة 11,25 % من مشاهدة الاخبار حول حوادث في ذلك اليوم او قوانين جديدة. وعلى ذلك نستنتج ان أغلب افراد العينة يستخدمون التلفزيون لمليء فراغهم اثناء دخول الى منازلهم ويخفون فقط على أنفسهم بسبب ضغوطات العمل فيتجهون الى مشاهدة عفوية اما بالنسبة للمعرفة والمستجدات فهي ضعيفة ما يدل ان للأفراد معوض لهم يتجهون له لكي يشبع ما يريده وهي ما تسمى بالوسائل الحديثة.

الجدول رقم (19): يمثل ما اذا كانت المضامين التلفزيونية تعجب المبحوثين أو لا :

النسبة	التكرارات	الفئات
--------	-----------	--------

50%	40	نعم
50%	40	لا
100%	80	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نجد ان النصف الأول من افراد العينة المدروسة تعجبه المضامين والاخبار التي تقدمها القنوات التلفزيونية وذلك بنسبة 50% وما يفسر ارتباطهم الوثيق بمحتوى القنوات التلفزيونية، بالمقابل نجد النصف الثاني من المبحوثين الذين لا تعجبهم مضامين التلفزيون وذلك بنسبة 50% فيفسر ذلك ارتباطهم بمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي.

نستنتج مما سبق ان هناك تساوي بين من تعجبه المضامين التلفزيونية والذين لا تعجبهم وهذا لما أشار اليه في الفصل الاول والثاني بوجود إيجابية لكل من التلفزيون والمواقع التواصل بالمقابل وجود سلبيات لكل منهما وهذا يجعل عدم سقوط او زوال أي حد منهم.

الجدول رقم(20):يمثل القنوات التلفزيونية الأكثر تتبعا من طرف المبحوثين :

النسبة	التكرارات	الفئات
36,25 %	29	رياضة
2,5 %	2	سياسية
60 %	48	اجتماعية
1,25 %	1	اقتصادية
100 %	80	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان القنوات التلفزيونية الأكثر تتبعا من طرف المبحوثين اجتماعية وذلك بنسبة 60% بحكم ان القنوات التلفزيونية اليوم تهتم كثيرا ببث هذا النوع من المضامين خاصة بعد انتشار الكبير للحوادث الاجتماعية رغبة في إيصال رسالة معينة لل جمهور ونوعيتهم ثبات سلبيات الناتجة منها ، تليها مباشرة الرياضة ب نسبة 36,25% خاصة فيما يتعلق ببث مباريات

كرة القدم فنجد ان الأفراد كلهم امام الشاشة لتتبعها منذ بداية الى النهاية فهذا يلبي رغبة المشاهد ، لكن نلاحظ من خلال الجدول ابتعاد نوعا ما على كل ما هو سياسي ب2,5% عن أوضاع الدولة مثلا القوانين التشريعات ونجد نوع من المخالفات اثناء بث لحظة تتحدث على نوع من هذه المضامين السياسية ما يجعل المشاهد يبتعد على مشاهدتها كما هو الحال فيما يتعلق بالمضامين الاقتصادية التي تتحدث عن الميزانية.

نستنتج مما سبق ان أغلب افراد العينة يهتمون بصفة كبيرة فيما يتعلق بالمضامين الاجتماعية او يبحثون عن مشاهدة واقعا المعيش سواء كان ذلك جيدة او سيئة مما يساهم في توعيتهم ، فنجد مثلا القنوات التلفزيونية الجزائرية تقوم على بث العديد من البرامج من هذا النوع مثل (احكي حكايتك ،خط احمر) وغيرها من البرامج التي حصلت على احصائيات كبيرة من حيث المشاهدة ،وكذا بث المضامين الرياضية وذلك بعدم قدرة المشاهد التنقل او البعد فيتوجه الى الشاشة ليشاهدها ، ولكن نجد ان نسبة قليلة تتباعد بما يتعلق بالسياسة والاقتصاد وهذا يعود الى اقتصار هذا المجال على فئة معينة.

الجدول رقم (21): يمثل ما اذا كانت كمية المعلومات المقدمة للمشاهد عبر القنوات التلفزيونية كافية :

الفئات	التكرارات	النسبة
نعم	9	11,25 %
لا	71	88,75 %
المجموع	80	100 %

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن اغلب افراد العينة و المقدره نسبتهم ب 88,75 % قد أكدوا على أن المعلومات المقدمة عبر التلفزيون غير كافية وهذا راجع الى أن افراد العينة لا يعتمدون

كثيرا على وسيلة التلفزيونية ويؤكدون ان ميلهم بصفة للبديل المتمثل في الوسائل الحديثة او ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي ومع التقدم في التكنولوجيا، وعدم وجود قدر كافي للمعلومات التي يحتاجها الفرد، فيما كانت النسبة المتعلقة بالذين يقولون نعم فهي ضعيفة تقدر ب 11,25% .

وعلى هذا نستنتج ان النسبة الكبيرة من أفراد العينة يؤكدون ان التلفزيون لا تقدم ما يكفي من المعلومات فربما يكون بسبب الصحفي او طريقة البث ، او المواضيع التي تطرح وحتى كان نوع من التحيز فاصبح لا يوظف الفرد ذات كفاءة وشهادة ضمن التخصص الاعلام ،بالمقابل نجد نسبة قليلة من تقول تكتفي بمعلومات التي تبث في الشاشة التلفزيونية .

الجدول رقم(22): يمثل ما اذا تراجعت مكانة التلفزيون وسبب هذا التراجع .

النسبة	التكرارات	الفئات
22,5%	18	تقدم في التكنولوجيا
40%	32	ظهور وسائل أخرى
16,25%	13	تراجع دور الصحفي
78,75%	63	المجموع
21,25%	17	لا
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان اغلب افراد العينة المدروسة و المقدرة نسبتهم ب 78,75% يؤكدون على تراجع التلفزيون في يومنا هذا ، حيث ارجع هؤلاء اغلب هذا التراجع الى ظهور

وسائل أخرى بديلة و هذا يمثل بنسبة 40 % ، و هذا ما نجده حاليا من ظهور مختلف المواقع من الفايسبوك ، الانستغرام ، اليوتيوب، التي كتوك ، التي تعتبر من وسائل سهلة الاستعمال ، و هناك من المبحوثين الذين يعتبرون انا هذا التراجع يعود الى تقدم التكنولوجيا بنسبة 22,5 % و هذا نظرا الى ان اليوم اصبح العالم قارة صغيرة رغم البعد الجغرافي الا انا مع التطورات ساهم في سهولة التواصل و كذا ظهور الاعلام الجديد و كذا مساهمته في ظهور وسائل التواصل الاجتماعي ، و هناك من يشير الى تراجع التلفزيون بسبب تراجع دور الصحفي بنسبة 16,25 % ، صحيح ان لا يمكن ان نقل من مكانة الصحفي ولكن مع الأسف يمكن ان هذا راجع لكثرة جلب المؤثرين دون كفاءات ولا قدرات إعلامية و جعلهم صحفيين و مقدمين برامج رغم عدم احتوائهم على شهادة في التخصص الاعلام . الا ان نجد بنسبة قليلة الذين يؤكدون على عدم تراجع مكانة التلفزيون بنسبة 21,25 % و هم فئة صغيرة الذين يبينون تعلقهم بالشاشة التلفزيونية و استمرارية حصولهم على المعلومة عبر البرامج و الاخبار المقدمة و حتى مثلا مشاهدتهم للأفلام مع العائلة او مشاهدة مباريات كرة القدم و غيرها ، فهذا يجعل تعلقهم بالتلفزيون .

نستج مما سبق ان مع ظهور وسائل أخرى و متنوعة قد جذبت اغلب افراد المجتمع مما تحتويه من مزايا متنوعة وكذا مع العصرية والتطور التكنولوجي الذي شاهده يوم بعد يوم ، فقد فتح أبواب التطور والتقدم في العالم في شتى المجالات وسهل عليهم عملية التواصل و ساعدة سواء في مجال العمل او الدراسة او مهنة خاصة ، فهذا ما جعلها تستوحي على مكانة كبيرة في العالم مقارنة بالتلفزيون .

الجدول رقم (23): يمثل الشعور الناتج عن مشاهدة التلفزيون لدى المبحوثين .

الفئات	التكرارات	النسبة
مزيد معرفي	12	15%
راحة نفسية	2	2,5 %
التوتر	3	3,75 %

اللامبالاة	63	% 78,75
المجموع	80	% 100

لاحظنا من خلال الجدول أعلاه انه عند مشاهدة التلفزيون من طرف المبحوثين يشعر باللامبالاة الناتجة عن المشاهدة العفوية وهو ما تمثله نسبة 78,75 % من المبحوثين وهذا يدل على عدم الرغبة الكاملة في المشاهدة او الاهتمام بذلك فهناك من يشغل التلفزيون فقط لزيادة الضوء في الغرفة او لسماعها فقط ، الا انه نجد نسبة متقاربة على كل من مزيد معرفي بنسبة 15 % يعني من خلال مشاهدة نشرات الاخبار او مثلا الأحوال الجوية ، والشعور بالتوتر ب3,75 % هذا راجع في بعض الأحيان الى كثرة الإشهارات بين البرامج والعروض والتسويقية ما يجعل ذلك الفرد يمل من ذلك وبنسبة ضعيفة 2,5 % للراحة النفسية.

نستج مما سبق ان الافراد يشاهدون البرامج بطريقة عفوية فقط هذا راجع الى تنوع الوسائل والاهتمامات اكثر بمواقع التواصل الاجتماعي ، ومع الاهتمام بنسبة ضعيفة ما يتعلق بمزيد معرفي والتي تمثل من وضائف القنوات التلفزيونية من تغطية مختلف البرامج ذات الطابع ثقافي ديني اجتماعي وغيرها.

الجدول رقم(24): يمثل راي المبحوث حول المحتوى الذي يبث عبر القنوات التلفزيونية:

الفئات	التكرارات	النسبة
جيد جدا	3	% 3,75
جيد	22	% 27,5
متوسط	36	% 45
ضعيف	19	% 23,75
المجموع	80	% 100

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه والخاص برأي المبحوثين في محتوى الذي تقدمه القنوات التلفزيونية حيث أدت النتائج أن المحتوى الذي يبث عبر القنوات التلفزيونية متوسط وهذا بنسبة 45 % وهذا ما يفسر ارتباط الوثيق بمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي فنجد انها تحتوي على صفحات رسمية لأغلب القنوات التلفزيونية وهذا ما أشرنا اليه في الفصل الثالث، ونجد نسب متقاربة بين جيد وضعيف ب 27,5 % و 23,75 % ، في حين نجد أقل نسبة تمثل الذين يؤكدون على أن المحتوى الذي يبث عبر القنوات التلفزيونية جيد جدا وذلك بنسبة 3,75 %.

نستج مما سبق ان أغلب افراد العينة قد قيمو محتوى الذي يبث في التلفزيون بمتوسط واكد ذلك على ميلهم للمحتويات التي تبث في الوسائل الاعلام الجديد ووجود تنوع وهذا ما ذكرناه في الفصل الثالث الذي كان فيه تحدي لموقع التواصل للتلفزيون وما أدى لانخفاض نسبة المشاهدة فيها بسبب تأثر الافراد بهذه المواقع.

الجدول رقم 25: يمثل طغيان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة التلفزيون.

النسبة	التكرارات	الفئات
93,75 %	75	نعم
6,25 %	5	لا
100 %	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان نسبة طغيان استخدام مواقع التواصل على مشاهدة التلفاز كبيرة و هو ما تمثله نسبة 9375 % وقد يدل هذا على أن مواقع التواصل طغت على التلفزيون وذلك نظرا للمهمات المختلفة التي تؤديه مواقع التواصل من نقل الاخبار وصور وفيديوهات حتي التصريحات المهمة مما غير هرم العملية الاتصالية، وأدى ذلك الى تحدى للوسائل التقليدية أهمها التلفزيون وهذا ما اشرنا اليه في فصل الثالث لتحدي مواقع للقنوات التلفزيونية، بالمقابل نجد نسبة

قليلة و المتمثلة ب 6,25 % للذي يرون ان المواقع لم تغطي على التلفزيون يمكن انهم الفئة المهتمة بالوسائل التقليدية.

وعلى ذلك نستنتج ان مواقع التواصل الاجتماعي قد غيرت مهارات الاتصال من وسائل الاعلام التقليدي الى وسائل الرقمية والتكنولوجيا مع ظهور الشبكات التواصل الاجتماعي.

المحور الثالث: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة التلفزيون :

الجدول رقم (26): يمثل الجانب الأكثر ميلا من طرف المبحوثين ، مواقع التواصل ام القنوات التلفزيونية :

النسبة	التكرارات	الفئات
93,75 %	75	مواقع التواصل الاجتماعي
6,25 %	5	القنوات التلفزيونية
100 %	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان أغلب افراد العينة المدروسة أكثر ميلا لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 93,75 % وهذا يدل اعتمادهم لأكثر وسيلة تتميز بالسهولة والسرعة في الاستخدام إضافة الى تعدي فكرة الزمان والمكان فهذا الذي أدى الى الميل والتفضيل المواقع على التلفزيون ، في حين نجد أن اقل نسبة في عينة دراستنا و بنسبة تقدر ب 6,25 % للذين يميلون لمتابعة التلفزيون وهذا راجع الى ان وسيلة التلفزيون مقيدة ومحددة من حيث المحتوى المرغوب عكس المواقع التي كسرت كل الحواجز.

وعلى ذلك نستنتج ان مواقع التواصل الاجتماعي تتنوع كما ذكرنا في السمات والخصائص والتي تفوق ما يقدمه التلفزيون، مع ظهور هذه الوسائل شاهدنا تراجع العديد من الوسائل التقليدية من إذاعة وصحف ورقية وهذا ما أشرنا اليه في الفصل الثالث بتراجع هذه الوسائل بسبب حداثة هذه

المواقع التواصل الاجتماعي وما تحمله من مميزات وإيجابيات سهلت للفرد في أعماله وتلبي له رغبته.

الجدول رقم 27: يمثل الجانب المفضل من حيث المحتوى المقدم مواقع التواصل ام التلفاز:

الفئات	التكرارات	النسبة
مواقع التواصل	74	92,5 %
التلفزيون	6	7,5 %
المجموع	80	100 %

نلاحظ من خلال الجدول ان المحتوى المفضل لدى افراد العينة هو المحتوى المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 92,5 % فنجد ان بعدما كان الجمهور سلبي يتلقى فقط المضامين الإعلامية عبر التلفزيون أصبح متفاعل إيجابي سمح بذلك بإشباع حاجياته مقارنة المحتوى التلفزيوني ، في حين نجد أن نسبة قليلة والمتمثلة ب 7,5 % من المبحوثين يفضلون المحتوى المقدم من طرف التلفزيون لأنه يتلقى فقط دون التدخل في المحتوى .

نستنتج مما سبق ان مواقع التواصل تعتبر مصدر الذي من خلاله يستطيع الفرد الاطلاع على محتويات أخرى مختلفة ومنفصل على القنوات وما تبثه عبرها فنجد نسبة تفضيل محتوى التلفزيون ضعيف، هذا ما يدل على متابعة عفوية فقط (اخذ المكان التقليدي).

الجدول رقم (28): تمثل جانب المعلومات المقدمة عبر القنوات التلفزيونية اذ كانت نفسها التي تقدم عبر مواقع التواصل "الفيسبوك".

الفئات	التكرارات	النسبة
دائما	9	11,25 %
أحيانا	66	82,5 %

اطلاقا	5	6,25 %
المجموع	80	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان أغلب افراد العينة يعتقدون بأن ما يتم تقدمه عبر التلفزيون يكون أحيانا نفسه مع ما ينشر عبر الموقع التواصل " الفايسبوك " وذلك ما تمثله نسبة 82,5% كما أشار محمد عصام عبد الهادي ان اغلب القنوات التلفزيونية انشأت لها صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لتمزج بين الاعلام التقليدي والحديث حيث ان توفر المواقع البث شقين الأول من حيث مدار الساعة لجمع المواد الإعلامية التي تقدمها القنوات التلفزيونية والثاني للبث المباشر من نفس صفحة القناة فاكد ان القنوات التلفزيونية تعتمد على الشق الثاني في إعطاء مراسليها التغطيات

120

المهمة ، فهذا ما جعل الافراد يفضلون مواقع التواصل ويؤكدون على صحة المعلومات المقدم من طرفهم ، في حين نجد أن نسبة 11,25 % من المبحوثين يرون ان التلفزيون يتميز أكثر بالمصداقية عن المواقع ، بينما نجد أن النسبة الاقل والمقدرة ب نسبة 6,25 % يرون أن كل محتوى يكون على حدا وليس نفسها وهذه فئة من يتفق مع التلفزيون.

مما سبق نستنتج ان المحتوى المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي والقنوات التلفزيونية يكون أحيانا نفسها فنجد حتى ان هناك استخدام مواقع التواصل في البرامج التلفزيونية ما سمي بذلك بالإعلام الجديد، لهذا نجد ان يتم رصد معلومات واخبار نفسها الا انهم يختلفون من حيث الساعة والمكان المشاهدة، فالأول يكون في الوقت المرغوب عبر الهاتف او حاسوب ام الثاني يكون عبر شاشة تلفزيونية، ولكن هذا لا ينفي سرعة النشر عبر الموقع مقارنة بالتلفزيون.

120

محمد عصام عبد الهادي وآخرون: تطبيقات الهاتف المحمول ودورها في انتاج المحتوى الرقمي، دار العربي لنشر والتوزيع،

ب ط ، 2023 ، ص 134.

الجدول رقم 29: يمثل استناد التلفزيون على مواقع التواصل لأخذ المعلومة وبثها:

النسبة	التكرارات	الفئات
85 %	68	نعم
15 %	12	لا
100 %	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان القنوات التلفزيون تستند على مواقع التواصل لأخذ المعلومات وبثها وذلك ما تمثله بنسبة 85 %، وهذا يدل المكانة التي تحظى بها مواقع التواصل من سرعتها في الوصول للمعلومة ونقلها ونشرها في برامج تلفزيونية فأصبحت تعتمد على ما يرد في مواقع التواصل الاجتماعي كمادة للنقاش والتناول الإعلامي البرامجي سواء في شكل خبر، او حوار تحقيق عبر برامج شخصية فأصبحت القنوات تفرد مساحة لبرنامج خاص بمواقع التواصل الاجتماعي مثل "بي بي سي" و "ايتي بالعربي" فهي تعتمد على المواقع لرصد مختلف المعلومات المشاهير والفنانين، وحتى هناك معظم القنوات تسعى لتكوين إدارة محتوى رقمي، فهذا كله يبين مدى اعتماد القنوات التلفزيونية على المواقع، بالمقابل نجد نسبة قليلة الذي يعتبرون ان التلفزيون لا تعتمد على المواقع لأخذ المعلومة وذلك باعتبارهم انهم تتمتع بالمصداقية اكثر.

مما سبق نستنتج ان التلفزيون تستند على مواقع لأخذ المعلومة وبثها وذلك من خلال البرامج التلفزيونية التي أصبحت تعتمد على ما يرد في مواقع التواصل الاجتماعي مثل قناة بي بي سي وبرامج ايتي بالعربي ومختلف البرامج التي تم نضمها خصيصا لمواقع التواصل وكما نجد ان الصحفي الذي يعتمد على مواقع لأخذ المعلومات حول مشاهير مسؤولين احداث اخبار لبثها في التلفزيون، هذا يدل بصفة كبيرة اعتمادها على المواقع لان هذه المواقع لها مجال واسع وشاسع وكلما يسير الى الامام ويترك المجال للتلفزيون.

الجدول رقم (30): يمثل مدى مصداقية محتوى التلفزيون على مواقع التواصل :

النسبة	التكرارات	الفئات
58,75 %	47	نعم
41,25%	33	لا
100 %	80	المجموع

يظهر من خلال الجدول الخاص بمدى مصداقية القنوات التلفزيونية على مواقع التواصل

الاجتماعي ان التلفزيون لديها مصداقية أكثر وذلك ما تمثله نسبة ب 58,75 % و قد يرجع ذلك الى ان التلفزيون تحت ايادي صحفي واعلامي ضمن التخصص فلا بد انه يسعون الى مصداقية المعلومة والايخبار وتأكيدا قبل بثها وان تكون بشفافية وبعيدة عن الوقوع في الخطء، بمقارنة بنسبة 41,25 % الذي يرون ان التلفزيون لا تتمتع بالمصداقية هذا يمكن راجع الى القنوات التي تركز وراء نسب المشاهدة.

نستج مما سبق حسب الدراسة ان المصداقية متواجدة اكثر عند القنوات التلفزيونية بما فيها من قوانين لبثها مقارنة مع مواقع التواصل الذي يكون فيه أي فرد يستطيع النشر المعلومة المرغوبة رغم اخطائها او غير صدقها، ولكن هذا لا يبعد مكانة الذين يعتبرون ان المواقع تتمتع بمصداقية فهناك صفحات تعمل على نشر المعلومات والايخبار صادقة وفي نفس حدوث ذلك الحدث والساعة نفسها، فهذا يدل ان هناك من تتميز بحقيقة المعلومة.

الجدول رقم (31): يمثل جهة اشباع حاجيات ورغبات المبحوثين:

النسبة	التكرارات	الفئات
96,25%	77	عبر محتوى مواقع التواصل

عبر محتوى القنوات التلفزيونية	3	3,75 %
المجموع	80	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان مكان اشباع حاجيات ورغبات المبحوثين تتم عبر محتوى مواقع التواصل وذلك ما تمثله نسبة 96,25 % بما جاء به من اختلاف وميزات عن القنوات التلفزيونية أهمها السرعة والسهولة وهذا نظرا للحاجات المتنوعة التي يتم بإشباع عبر المواقع خاصة الفيسبوك الذي قالت فيه الكاتبة سهام قنيفي ان المواقع تقوي العلاقات الاجتماعي وتسهل التواصل ، وتعتبر المنبر لأبداء الراي ومناقشة القضايا بحرية بعيدا عن الحدود التي يرسمها المجتمع ، ووسائل الاعلام التقليدية في الواقع ونجحت هذه تلك المواقع خلال خصائصها التي تتيح التفاعل بين المجتمع والعلاقات الاجتماعية عبر المواقع تكون من اجل التواصل مع الاخرين والتفاعل معه ، وتمارس

121

فيها الألعاب والتسلية ، وتوفر خدمات للفرد .

فهذه كلها إيجابيات تخدم حاجيات الفرد لذا هو يفضل محتواها، بالمقابل نجد التلفاز بنسبة ضعيفة متمثلة ب 3,75 % وهذا راجع الى ثباتها في مكان واحد أولا ومحدودية البث، أي ليست متنوعة مثل المواقع في مجلاتها.

وعلى ذلك نستنتج ان مواقع التواصل وفرة العديد من الاحتياجات منها التعبير عن الراي الخاص، تبادل المعلومات، مشاهدة فيديوهات تحتوي على مضامين هادفة لغرض التوعية، النقاش قدرة التفاعل مع القضايا العامة قدرة التعلم والتعليم، تساعد في مجال العمل بنشر أسئلة ورد عليها وغيرها، كل ذلك تعبير عن اشباع الحاجة عبرها عكس مشاهدة التلفزيون يكون المشاهد متلقي دون بذل أي راي او رد يعني بصرية فقط، اين يكون المتلقي سلبي.

121

سهام قنيفي: مهارات التواصل في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة البحوث الإنسانية، العدد 17 ، 2018 ، ص

ص 137 136

140

الجدول رقم (32): يمثل طبيعة المنافسة بين محتوى مواقع التواصل وما تبثه الشاشة التلفزيونية:

النسبة	التكرارات	الفئات
0%	0	منافسة قوية جدا
50 %	40	منافسة قوية
37,5 %	30	منافسة متوسط
12,5 %	10	منافسة ضعيفة
100 %	80	المجموع

يتضح من خلال الجدول الخاص بطبيعة التنافس بين محتوى مواقع التواصل وما تبثه القنوات التلفزيونية انها منافسة قوية بنسبة 50% وهذا راجع لإقبال الكبير على هذه المواقع وكذا الاحصائيات تبث زيادة مستمرة في عدد مستخدمي لكل منصات التي تبث ميزات كالأحصائيات التي قمنا بها في الفصل الثالث حيث ترى ان مواقع التواصل خاصة السنة 2024 في الجزائر توصلوا الى إحصاء بتقرير تصل ان سرعة الانترنت تقدر ب 12,32 ميغا بايت في الثانية في شهر يناير 2024 مقابل 11,01 ميغا بايت في الثانية ،وان اكثر المنصات الرقمية استخدمها هي اليوتيوب في سنة 2023 كانت 22,70 مليون وفي 2024 ¹²²

وصلت 22,80 مليون ، ثم يأتي الفيسبوك في 2023 ب 19,50 وفي 2024 ب 20,86 مليون ، ونجد ان التلفزيون لها احصائيات في سنة 2024 التي كانت تستقطب اكثر قدر ممكن من المشاهد فنجد قناة الشروق في المركز الأول بنسبة 24,9% لكن دائما تبقى مشاهدة التلفزيون في معاناة مع المواقع فشركة "ديفيس بوك" يتخطى متابعيها 15 مليار مستخدم حول العالم ¹²³ ، فهذا يدل على استخدام المواقع على مشاهدة التلفزيون ،وفي حين نجد أن من يرى ان منافسة متوسطة تمثل

¹²² http : elghadeldjazairi . dz في 19 / 05 / 2024 على الساعة 20h41، مرجع سبق ذكره .

¹²³ hptt://www . eldjeldjadida . dz تم الاطلاع عليه يوم 20 / 05 / 2024 على الساعة 15h23، مرجع سبق ذكره

نسبة ب37,5 % ، بينما نجد أن نسبة 12,5 % من المبحوثين يرون ان المنافسة ضعيفة وأخيرا نجد النسبة منعدمة للذين يعتقدون ان المنافسة قوية .

نستنتج مما سبق ان مواقع التواصل الاجتماعي وبعد الاحصائيات التي وجدناها فنتوصل الى ان احتلت مراتب كبيرة وذلك لكثرة الاستخدام من طرف الافراد نظرا لخصائصها التي لا تحصى وتنوع في مضامينها وحتى ميزاتها ، حيث جاءت مواقع بذلك تدعم المادة المعروضة عبر الشاشة التلفزيونية وتكسبها اتصالا وتفاعليا ، ولكن ذلك بصيغة جديدة ما يسمى بالإعلام الجديد.

الجدول رقم (33): يمثل المحتوى الأكثر اقبالا ومتابعة من طرف المبحوثين.

النسبة	التكرارات	الفئات
95 %	76	مواقع التواصل الاجتماعي
5 %	4	التلفزيون
100 %	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة المحتوى الأكثر اقبالا ومتابعة يعود الى مواقع التواصل وذلك بنسبة 95 % وقد يرجع ذلك للإيجابيات ومميزات مواقع التواصل من سرعة الاحداث وتداول المعلومات في نفس الوقت عبر انحاء العالم، وكذا انه محتوى مكتوب ومسموع ومرئي دون قيود قانونية، عكس التلفاز الذي تراجع بكبيرة ب 5 % فنرى ان النسب التي تحصلنا عليها من عينة الدراسة انها مواقع دائما تغلب التلفزيون.

فنستنتج ان التلفزيون لم تعد تقدم محتوى الذي ترغب فيه الفرد عكس مواقع التواصل الاجتماعي التي تنوعه بمميزات وخصائص تكنولوجيا اتصالية وتلبي حاجيات الفرد وتسهل عليه الطرق وتقتصر له جهد لهذا يفضلها دائما.

الجدول رقم (34): يمثل اختلاف بين ما يبث عبر التلفزيون وما ينشر في الموقع التواصل.

الفئات	التكرارات	النسبة
نعم	54	67,5 %
لا	26	32,5 %
المجموع	80	100 %

يظهر الجول أعلاه والمتعلق بوجهة نظر افراد العينة حول الاختلاف بين ما يبث عبر التلفزيون وما ينشر في الصفحات ان هناك اختلاف كبير بنسبة 67,5% وهذا راجع الى ان مواقع أي فرد يمكن نشر ما يرغب فيه من احداث ونشاطات ،منشورات ، اخبار صحيحة ،دون ان يحدد المكان او الزمان عكس التلفزيون الذي يبث فيه برنامج تكون خاضع لقوانين أولا وثانيا يكون داخل استديو يسعى كاميرات ، صحفي المحتوى الذي سيحدث حوله ، فهذا بحد ذاته يبين الاختلافات ، اما نسبة 32,5 % لا يرون ان هناك وجود لاختلاف بين ما يبث في التلفزيون والمواقع ، هذا يمكن استنادا للقنوات التلفزيونية عبر صفحاتها الرسمية.

نستج ان هناك اختلاف كبير فيما يتعلق بما يبث وينشر في التلفزيون والمواقع فحسب عينة الدراسة وهذا راجع الى مكانة كل منهما وطريقة الاستعمال والاستخدام.

الجدول رقم (35): يمثل مميزات محتوى مواقع التواصل مقارنة بالتلفزيون.

الفئات	التكرارات	النسبة
متوفرة دائما	40	50 %
التنوع والاختلاف	12	15 %
الانية	7	8,75 %
الاختصار في الجهد	19	23,75 %
التفاعلية	2	2,5 %
المجموع	80	100 %

يمثل الجدول المتعلق بمميزات محتوى المواقع التواصل مقارنتها بقنوات التلفزيون ان 50% من عينة الدراسة يرون بانها متوفرة دائمة يعني في الوقت المرغوب فيه يتم الاطلاع والدخول والتصفح وهذا ما يميزها عن التلفزيون لذا قال الكاتب مدحت أبو نصر ان هذه الشبكة تساهم في تبادل المعلومات والأفكار داخل بنية رقمية يتيح في تبادل المعلومة في سهولة وسرعة وانها توفر الراحة والترفيه والتسلية والترويح عن النفس ، وتعطي مجال لتعبير عن آرائهم بكل حرية وبعيدا عن الضغوطات

124

،وتوفر الانفتاح على العالم الإلكتروني ، بما ان الكون اليوم طغت عليه التكنولوجيا فهذا كلها مميزات مواقع التواصل فلماذا وجدنا نسبة متوفرة دائما عالية وبنسبة 23,75% الاختصار في الجهد ثم تأتي التنوع والاختلاف في المحتوى ب15% من خلال ما يتم نشره عن الصفحات وكذا من الفيديوهات المتنوعة ،ما يميزها عن التلفزيون وتليها في المرتبة قبل الأخيرة ب 875% للفئة التي تهتم بالاطلاع على الاخبار عبر المواقع قبل بثها على التلفزيون ، وأخيرا تأتي في المرتبة الأخيرة التفاعلية ب25% للذين يردون التعبير عن آرائهم وافكارهم ونشر ما يهتمون به.

نستج مما سبق ان عينة الدراسة من المميزات الأساسية لدى مواقع التواصل الاجتماعي هو متوفر دائما رغم المكان او الساعة التي يتواجد فيه ذلك الفرد في سعي وزيادة، عمل، دراسة فدائما تكون متوفرة عكس القنوات التلفزيونية الذي يكون مكانها في المنزل او مقهى او مسرح ووقت محدد.

الجدول رقم (36): يمثل تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على جودة المضمون الذي

تقدمه التلفزيون.

النسبة	التكرارات	الفئات
53,75 %	43	إيجابي
46,25 %	37	سلبي

124

مدحت أبو نصر: الشباب وصناعة المستقبل، دار العربية لنشر والتوزيع، المصرية القاهرة، ط 1، 2019، ص194 .

المجموع	80	% 100
---------	----	-------

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه فيما يتعلق بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جودة المضمون التي تقدمه التلفزيون بطريقة إيجابية أكبر بـ 53,75% وهذا يعود الى ميزات التي تقدمها المواقع للتلفاز من حصول على معلومات فيقوم الصحفي باستغلال ذلك واخذه لتقديمه في نشر الاخبار ، إضافة ان جعلت صفحات تلفزيونية على مواقع التواصل، لهذا يقول راتب خليل ان حتى المسؤولين والمؤسسات الحكومية والخاصة تعتمد على نشر اخبارهم عبر المواقع فساعد على تناميها كمصدر اعلامي حديث ، وان خاصة موقع الفايسبوك وتويتر هم كمصادر إخبارية للمؤسسات وسهولة التعامل معها لصال المعلومة الأكبر عدد ممكن من الجمهور بوقت قصير مقارنة بوسائل الاعلام

125

التقليدية لها قيود لإيصال الرسالة¹²⁵ ، لهذا قلنا ان وسائل الاعلام التقليدية تعتمد في منشوراتها على المواقع فتأثرت بها لنجاح عملياتها الإخبارية، ولكن بالمقابل نجد ان نسبة من عينة الدراسة ترى انها اثره عليها بطريقة سلبية بـ 46,25% وذلك راجع الى ان مواقع التواصل اخذ اغلب متابعين التلفاز ما أدى الى ذلك الى تراجع نسبة المشاهدة خاصة في الأعوام الأخيرة.

نستنتج ان تأثير مواقع التواصل على التلفزيون كانت بطريقة إيجابية وذلك حيث اغنتها بمضامينها وحتى استطاعت التلفزيون ان توصل محتواها عبر هذه المواقع، ولكن بالمقابل اثرت عليه سلبا وذلك يميل الجمهور أكثر الى المواقع بسبب تمتعها بالمرونة والحرية ومختلف المضامين التي توفرها التلفزيون وتراجع نسبة المشاهدة.

الجدول رقم (37): يمثل ما اذا كانت نسبة مشاهدة التلفزيون تراجعت بسبب ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد موقع الفايسبوك .

125

راتب خليل حامد: الاعلام في عصر شبكات التواصل الاجتماعي، دار النشر الجنادرية، عمان الأردن، 2018، ص ص 13

. 14

الفئات	التكرارات	النسبة
نعم	68	85 %
لا	12	15 %
المجموع	80	100 %

نلاحظ من خلال الجدول ان سبب تراجع مشاهد التلفزيون يعود الى مواقع التواصل الاجتماعي حسب عينة الدراسة بنسبة 85% وهذا راجع الى الدور الهام الذي تلعبه المواقع ، فبعدها كان يهتم الفرد بمشاهدة التلفزيون الأعوام كثيرة وجد أخيرا بديل له وهي المواقع،

مما وفرت له سمات فعلى ذلك كانت مقابلتنا مع صحفي الشروق "ادريس بوشاقور رحماني " الذي قدمنا له أسئلة على

الشأن فقدم لنا بعض الإجابات وقد كانت اجابته بنعم ان هناك تراجع في مشاهدة التلفزيون مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي نظرا للميزات التي تتمتع من سرعة وتوفر فهذا ما جعل مواقع التواصل تشغل الناس عن التلفزيون ، ولكن بالمقابل نجد بالنسبة الذي يرون ان ليس المواقع التي سبب في تراجع بنسبة 15% ويمكن انه راجع للمحتوى الضعيف الذي تبثه القنوات التلفزيونية وكذا التراجع في محتوياتها

نستج مما سبق ان بعدما كانت التلفاز ذات مكانة كبيرة لدى الجمهور والذي كان سبب تجمع العائلات امامها ، تراجع ذلك بسبب المحتويات في بعض الأحيان الغير محترمة للعقيدة ما سبب في ذلك عدم المشاهدة جماعيا وحتى تراجع بالنسبة للمحتوى المقدم بسبب تهميش أصحاب الخبرة واستبدالهم بما يسمون بمؤثرين وكذا نجد بعض الصحفيين الذي يقدمون أسئلة غير ملائمة ودون مستوى ، ولكن اثناء توجههم للمواقع يجدون السهولة في التصفح.

الجدول رقم (38): يتمثل مستقبل القنوات التلفزيونية مع انتشار مواقع التواصل

الفئات	التكرارات	النسبة
--------	-----------	--------

استمرار دائم	14	17,5 %
نجاح	5	6,25 %
تراجع	59	73,75 %
توقفها نهائيا	2	2,5 %
المجموع	80	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان مستقبل القنوات التلفزيونية مع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي حيث ترى أغلب عينة الدراسة أنه في تراجع وذلك ما تمثله نسبة 73,75 % وهذا بسبب توفر الاعلام الجديد او البديل وتنوع مواقع التواصل بالمرتبة الثانية كما كان إجابة الصحفي الذي كانت معه المقابلة هو اقترح ان معرفة الأشخاص لكيفية استخدام وسيلة وإعطاء لكل ذي حق حقه فلا يمكن ان ننفي ما قدمته الشاشة التلفزيونية لأعوام كثيرة، نفس الشيء اليوم مواقع التواصل تقوم بنفس الدور بمميزات مختلفة .

في حين ونجد انها في استمرار دائم و المتمثلة بنسبة 17,5 % رغم ظهور المواقع الا أنها لازال الى يومنا هذا مشاهدة التلفزيون تستميل عدد كبير من المشاهدين ، وحتى ما بنتها لسنوات عديدة لا يمكن القضاء عليه اليوم بسهولة وفي نسبة متقاربة للذين يرون أن مستقبل التلفزيون في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في النجاح ب6,25 % ، وتوقفها نهائيا بنسبة ضعيفة 2,5 % لان رغم التراجع لا يمكن توقفها

نستنتج من خلال تحليلنا ان وجهة نظر الافراد العينة ان التلفزيون في تراجع فأصبحت تعتمد على المواقع ولكن هذا لا يعني انها سيؤدي الى توقفها نهائيا لان هناك مثلا بعض الحصص او المسلسلات تبث في التلفزيون أولا ثم الى المواقع لهذا هناك مزال فعالية لها.

الجدول رقم (39): يمثل الاقتراح الأمثل لعودة التلفزيون أكثر فعالية مما عليه الان في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي :

النسبة	التكرارات	الفئات
38,75 %	31	رقمته التلفزيون
37,5 %	30	تدريب الصحفي على الوسائل الرقمية
23,75 %	19	استغلال مواقع التواصل واستخدامها في التلفزيون
100 %	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان الاقتراح الأمثل لعودة التلفزيون والأكثر فاعلية هو رقمته التلفزيون وهو ما تمثله أعلى نسبة والمقدرة ب 38,75 % من المبحثن وهذا راجع لتطور التكنولوجيا الذي وصل اليه العالم اليوم ، فلا بد ان تكون هناك حادثة في جميع الوسائل فمثلا بعدما كانت جريدة ورقية أصبحت اليوم جريدة الكترونية نفس الشي بنسبة للتلفزيون فرغم اختلاف الاسمي من اعلام جديد ، رقمته التلفزيون ، الميديا الجديدة فهي تدل على التكنولوجيا ، ونجد نسبة متقاربة على تدريب الصحفي على الوسائل الرقمية ب 37,5 % فهذا يدل على حتمية الرقمي وجوب معرفتها ، والنسبة الأقل التي ترى ضرورة استغلال المواقع واستخدامها في التلفزيون ب 23,75 % فهذه كلها لصالح التلفزيون لكي يسترجع مكانتها التي كانت عليها.

مما سبق نستنتج ان أغلب عينة الدراسة يؤكدون على أنه لكي تعود التلفزيون الى عصرنا وتكون لها نسب المشاهدة عالية يجب ان تكون رقمته التلفاز لان هي التي تتكلم اليوم ، وان يكون تدريب للصحفي على الوسائل الرقمية لكي يعرف كيف يستخدمها لنشر اخبار في سهولة وان يكون الاستغلال لهذه المواقع في التلفزيون لتجذب المشاهد على المتابعة لبرامجه او أخباره او معلوماته التي يقدمها للفرد او المجتمع او لعالم بأكمله.

النتائج العامة للدراسة :

توصلنا من خلال هذه الدراسة الميدانية والتي تتمحور حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على انخفاض نسبة مشاهدة التلفزيونية إلى الاستنتاجات التالية:

- اغلب مستخدمي مواقع التواصل هم الإناث اكثر من الذكور.
- الفئة الأكثر استخداما لموقع التواصل الاجتماعي هم الافراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين 17 الى 25.
- فئة الطلبة الجامعيين اكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي وقد يرجع ذلك لمميزات هذه المواقع و كذا إيجاد رغباتهم فيها .
- تلقي مواقع التواصل الاجتماعي استخداما عالي من طرف افراد العينة .
- يفضل افراد العينة استخدام موقع "فيسبوك" اكثر على المواقع الأخرى و ذلك نظرا لسهولة استخدامه و كذا المرونة حيث بلغت نسبته ب 60 % فهذا يدل لوحده على المكانة التي يحظى بها هذا الموقع مقارنة بالمواقع الأخرى .
- تحظى المضامين الاجتماعية باهتمام دائم من طرف مستخدميها عن طريق الاطلاع الدائم على صفحاتها ومنشوراتها.
- يفضل اغلبية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تصفح مواقع التواصل في المنزل نظرا الى انه المكان الذي توفر فيه الانترنت.
- يشغل وقت تصفح مواقع التواصل الاجتماعي من ساعة الى ساعتين في اليوم عند اغلب مستخدمي الشبكات التواصلية.

- . تفضيل مستخدمي مواقع التواصل كتابة اسمهم الحقيقي عبر هذه المواقع وذلك لسهولة التعرف عليهم.
- . من خلال النتائج نجد ان يفضل مستخدمي المواقع الاطلاع على المحتوى باللغة الخليطة بين العربية والأجنبية أكثر وذلك لما يتم نشره من منشورات مكتوبة كلمات بلغة عربية وأخرى بلغة فرنسية خاصة.
- . اشارت النتائج ان الى ان الغرض من استخدام موقع الفايسبوك هو للدردشة مع الاخرين وهي من الميزات والخصائص الأساسية التي تتمتع بها هذه المواقع وقدرة كسب المعارف والتواصل مع الأصدقاء والعائلة رغم البعد المتواجد بينهم.
- . من خلال الدراسة توصلنا الى ان المضامين اكثر تتبعا وميلا اليها في المواقع التواصل هم التعليمية والترفيهية، وذلك من خلال تمضية وقتهم والتسلية والضحك.
- . اشارت النتائج ان مواقع التواصل ساهمت بكثرة في قدرة اشباع حاجيات افراد العينة مما سمح لها بشراء مختلف الأغراض والاحتياجات الخاصة دون التنقل الى المكان ومشاهدة فيديو مرغوب فيه سواء للتعلم ، الطهي وغيرها
- . يعتمد اغلب افراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي بالضبط الفايسبوك لإيصال رسالتهم للغير سواء بالدردشة او التعبير بكل اريحية عبر منشور هادف او حتى التعليق حول قضية معينة.
- . يتضح لنا من خلال النتائج ان افراد العينة لا يشاهدون القنوات التلفزيونية بكثرة وذلك راجع لوجود بديل ما يسمى بمواقع التواصل واتاحته أي زمان ومكان مرغوب فيه.

- من خلال النتائج يتبين ان جهة المفضلة من طرف المبحوثين لمشاهدة التلفزيون هي مع العائلة وذلك اعتبار للعلاقة الحميمة الموجودة بينهم والجو الرائع الذي يشكل معهم من فرح وسرور وضحك وسبب في تجمع العائلات.
- كما اشارت النتائج الى ان الغرض من المشاهدة القنوات التلفزيونية لعينة الدراسة هو ملئ الفراغ وذلك عند دخولهم لمنزل يتوجهون للتلفزيون لتكون مشاهدة عفوية وفي نفس الوقت اخذ قسط من الراحة، وما يدل بذلك على عدم الاهتمام الكلي بشاهدة التلفزيون نظرا لوجود وسائل الإعلامية جديدة.
- كما بينت النتائج ان القنوات التلفزيونية اكثر تتبعا من طرف عينة الدراسة اجتماعية وذلك بحكم ان القنوات التلفزيونية اليوم تهتم اكثر ببث نوع من هذه البرامج قصد التوعية والتوجيه وتبيان المخاطر والتحذير منها.
- توصلنا من خلال النتائج الى ان سبب عدم وجود معلومات كافية عبر الشاشة التلفزيونية راجع لظهور مواقع التواصل الاجتماعي متنوعة وذلك لقدرة استخدامها من طرف جميع الافراد وسهولتها وسرعتها وحتى تنوع محتوياتها.
- أغلب أفراد العينة يشعر باللامبالاة عند مشاهدة التلفزيون من طرف المبحوث وهذا ما يدل على عدم الرغبة الكاملة في المشاهدة وحتى الاهتمام المحتوى المقدم وهذا بسبب توفر وتنوع الشبكات التواصل الاجتماعي.
- يتبين من النتائج ان محتوى المقدم عبر القنوات التلفزيونية متوسط وهذا يبين ارتباط راي المبحوثين بمحتوى مواقع التواصل ويدل ذلك على الميل للمحتويات التي تبين عبر الشبكات التواصل الاجتماعي بسبب التنوع الموجود فيها.

- يتضح من خلال هذه الدراسة انه طغى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة التلفزيون وذلك راجع للمهام المختلفة التي تؤديها مواقع التواصل من نقل الاخبار والمعلومات وقت حدوثها مع مكان بطريقة مباشرة مما احدث تغيير لمسار العملية الاتصالية الذي يتم نشره.
- يعتمد اغلب افراد العينة على المحتوى مواقع التواصل اكثر ما يبيث عبر القنوات التلفزيونية وذلك بميلهم للميزات هذا الموقع مما توفره في سرعة وسهولة ، وتوفرها في أي زمان ومكان وهذا ما سبب تراجع العديد من الوسائل التقليدية بما فيها التلفزيون.
- يفضل عينة الدراسة المحتوى المنشور عبر مواقع التواصل عن محتوى التلفزيون، نظرا لتنوع ما ينشر، فبعدها كان الفرد جمهور سلبي فقط أصبح اجابي يستطيع التفاعل وبذل رايه بكل حرية وحتى ان تجد محتويات مختلفة عما تقدمها التلفزيون مما أدى بذلك الى اخذ المكان الاعلام التقليدي وتسلط الاعلام الجديد.
- تبين النتائج ان المحتوى المقدم عبر المواقع التواصل أحيانا تكون نفسها مع المقدمة في التلفزيون فهذا ما يؤدي الى ميل الافراد لاستخدام مواقع التواصل نظرا ان الاختلاف يكون من حيث الساعة والمكان والوسيلة المستخدمة ومن ناحية التغطية.
- يستند التلفزيون على مواقع التواصل الاجتماعي لأخذ المعلومات وبثها، وهذا من خلال نتائج الدراسة التي تؤكد ان تعتمد التلفزيون عما نشر في مواقع التلفزيون الاجتماعي لأخذ المعلومة والقيام ببرامج مخصصة لذلك، إضافة الى رغبة إقامة إدارة مخصصة لنشر كلما يخص القناة وحتى أصبح الصحفي يعتمدون على المواقع التواصل لقدرتهم على قيام ببرامج وهذا يدل على الاعتماد الكبير التلفزيون على مواقع التواصل الاجتماعي.
- تؤكد اغلب عينة الدراسة ان التلفزيون تتمتع اكثر بالمصداقية وذلك نظرا انها خاضعة لقوانين عدة من طرف صحفي واعلاميين فيسعوننا على تأكيد الخبر دائما والتمتع بالشفافية

ولكن اكدة النتائج ان اغلب القنوات تركز وراء نسب المشاهدة وحتى مؤثرين ، القنوات يسعون لتحقيق أرباح خاصة ، إضافة اكدت الراسة ان لو لم تكون المواقع ذات مصداقية كما كانت صفحات رسمية تلفزيونية على المواقع وكذا لما اعتمد واستندنا عليها لأخذ المعلومات ، فهذا يدل على ان مواقع التواصل تتمتع بمصداقية معلوماتها.

- يعتمد عينة الدراسة على اشباع حاجياتها ورغباتها عبر محتوى مواقع التواصل الاجتماعي مما وفرت العديد من الاحتياجات من تغيير عن راي خاص مشاهدة فيديوهات متنوعة للتعلم للطهي ، للرياضة وغيرها وحتى ساعدت في مجال العمل وحتى في الحياة اليومية لمعرفة كل ما هو جديد.

- تعتبر معظم عينة الدراسة ان المستوى منافسة بين مواقع التواصل والتلفزيون منافسة قوية وهذا راجع لإقبال الهائل عليهما لكي نجد الاحصائيات التي تبث زيادة كبيرة في عدد مستخدمين مواقع التواصل نظرا لاختلاف مميزاتهما.

- يتبين من خلال النتائج ان المحتوى الأكثر اقبالا ومتابعة من طرف المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي مما تتمتع من إيجابيات وخصائص وهذا راجع لسرعة تداول معلوماتها والاحداث في نفس الوقت عبر انحاء العالم.

- يعتبر اغلب المبحوثين انه يوجد اختلاف بين ما ينشر عبر المواقع التواصل وما يبث عبر التلفزيون وذلك راجع الى ان الفرد يستطيع نشر ما يرغب فيه من احداث ونشاطات ومنشورات دون ان يحدد المكان والزمان عكس ما تبثه التلفزيون داخل اطار قانوني خاضع لتقنيات مختلفة ومحددة من طرف أصحاب المهنة .

- يتضح النتائج ان المميزات الذي تتمتع بها أكثر مواقع التواصل مقارنة بالتلفزيون توفرها الدائم وذلك ان الوقت المرغوب يتم الاطلاع عليها والدخول والتصفح، وكذا المكان سواء في

المنزل او في العمل الجامعة دائما تكون متوفرة عكس ما تبنيه نتائج التلفزيون يكون في أماكن محددة ضمن برامج مبرمجة حسب الوقت المحدد.

- من أسباب تراجع مشاهدة التلفزيون يرجع الى مواقع التواصل حسب النتائج الموصولة فبعدما كان يهتم الفرد لأعوام كثيرة على التلفزيون وجد اليوم بديل اخر ما يسمى بالأعلام الجديدة وما أتت به من تنوعات في المضامين وكذلك السبب الثاني الى تهيم أصحاب المهن لأسف وتعويضهم بمؤثرين بسبب النسب المشاهدة التي يحققونها عبر المواقع يعني نجدها دائما ان المواقع التواصل في تراجع للتلفزيون.
- يتضح من خلال النتائج ان مستقبل القنوات التلفزيونية مع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في تراجع، فالأغلبية اليوم يتماشون مع التطور الذي وصل اليه العالم من حداثة ولكن هذا لا يمكن الغاء او توقف النهائي للتلفزيون.

الخاتمة

أخيرا يمكن القول أن التطور التكنولوجي الذي وصل اليه العالم اليوم، شهدته مختلف وسائل الاعلام الجماهيرية منها التلفزيون هي الرائد الأول في المتابعة من طرف الجمهور الذي كان في القديم ومزال الى يومنا ، ومع استفادته من مختلف التقنيات الجديدة لتكنولوجيا العصرية ،ومن ابرز هذه التقنيات منها الأقمار الصناعية والتلفزيون HD ، والبث الفضائي والرقمي، أي كل شيء تحول بالرقمية ، فهذا كله ساعد وسيلة التلفزيون على ظهورها اكثر ، وظهرت فيها قنوات جديدة منها الخاصة والعامة وانها تلبى حاجيات الفرد وتأخذ بأرائهم وتهتم به لجذب جمهور ومتابعين او مشاهدين اليها ، مما خلق تنافس بين هذه القنوات الفضائية لزيادة انتشار وازدهارا وتكون قناة لها ربح ونجاح.

ومع ظهور الشبكة العملاقة التي قد طغت كلها على الوسائل الموجودة وهي مواقع التواصل الاجتماعي ، فالعالم اصبح يستخدم هذه الشبكة بكثرة فهي الأقرب له والمتاحة والاسهل في عملية الاتصال والتواصل وحتى التفاعل بقضية ما او موضوع او راي عام ، وتقدم جميع الخدمات التي تلبى حاجيات وتشبع رغبات الفرد بكل ما يريده ، ويتحصل على المعلومة والايخبار بطريقة احترافية مما اعطى للتلفزيون مجال لتطور وتجذب مشاهدين بفضل هذه المواقع حتى انها وصلت طغت عليها ، وانها هي لها قيود الزمان والمكان وان هذه المواقع كسرت هذ القيود فهذا أدى بها الى التراجع والانخفاض متزايد بسبب هذه المواقع وما تحمله من إيجابيات ، وتسعى التلفزيون ان تكون لها مكانة مع المواقع لان اخذ كل مشاهديها ، وانها تتنافس معها لتسترجع مكانها .

الا ان مواقع التواصل اليوم لها دور فعال في حياة الانسان اليومية منها الخاصة والعامة وحتى أفكاره وشخصيته تقريبا هي من تبنيها له فلا يستطيع الاستغناء عنها فهي السلطة والمحرك في العالم وتقيدته من كل الجوانب والمجالات، فهي تجاوزت جميع الحدود وطغت لتصل الى هدفها وبالطبع توصلت الى الهدف المرغوب فقد ارغمتنا على مشاهدتها ومتابعتها ولا نستطيع تركها فأصبحنا مدمنين واثرت علينا بشكل غير معقول فأصبنا بالهوس بها فهي جزء من حياتنا.

الاقتراحات :

من خلال النتائج التي توصلنا اليها في هذه الدراسة ، بإمكاننا تقديم مجموعة من الاقتراحات و التوصيات المتعلقة بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على انخفاض نسبة مشاهدة التلفزيون و عليه نقترح ما يلي :

- يجب التطوير أولا التلفزيون و ذلك من خلال بث برامج فعالة و جاذبة اكثر و سعي لتبسيط المعلومات و تسهيلها .
- محاولة نقل الاخبار في لحظة حدوثها و بثها للمشاهد و الجمهور .
- المصادقية و مراعات القيم الاجتماعية و الدينية مما نرى ان التلفزيون تخطت ذلك .
- وضع استراتيجية ملائمة لتسيير التلفزيون بشكل جيد .
- التغيير من حيث كيفية بث البرنامج من حيث الديكور طريقة التقديم و غيرها .
- يجب على القنوات الالتزام بالشفافية و على الإعلاميين ان تكون لهم الحرية في التكلم عن كل شيء دون تغليب الشعب و العمل لجهات معينة .
- عصرنة التلفزيون و ادخال تكنولوجيا رقمية جديدة لتسييره مع فتح المجال لتفاعل الجماهير و تبادل الآراء و احداث نوع من التفاعل مع الجمهور .
- دمج وسائل التواصل الاجتماعي مع البرامج التلفزيونية لتقديم محتوى تفاعلي و مخصص مما يعزز تفاعل الجمهور .
- تبني تقنيات البث المباشر و خدمات الفيديو عند الطلب يضيف مرونة للمشاهدين .
- إقامة شركات مع مؤثرين و استخدام الإعلانات المتقاطعة يمكن ان يوسع نطاق الجمهور .
- تفاعل الجمهور في انشاء المحتوى يعزز الارتباط بالبرامج التلفزيونية مما يساهم في تقليل تأثير وسائل التواصل الاجتماعي .

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية :

(1) الكتب باللغة العربية :

1. احمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، الديوان المطبوعة الجامعية، بن عكنون الجزائر 2023.
2. احمد عارف العساف، محمود الوادي: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإدارة المفاهيم والأدوات، ط1، دار النشر والتوزيع عمان .
3. احمد بن مرسللي: الأسس العلمية لبحوث علوم الاعلام والاتصال، ط1 الورشم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013.
4. امينة نبيح : الاتصال الرقمي والاعلام الجديد ، دار غيداء للنشر والتوزيع عمان ، جامعة المدينة ، ط1 ، 2019 .
5. اشرف عبد المحسن الشريف : الأرشيف الالكتروني في الشركات والهيئات الحكومية ، دار حميثرا لنشر والتوزيع ، جامعة بن سويف، 2023 .
6. امينة يحي: الاتصال الرقمي والاعلام الجديد، دار النشر غيداء عمان ، ط1 ، 2019.
7. احمد توفيق محمد الانصاري: الأسس العامة لإعداد الإعلاميين ، دار اليازوري لنشر والتوزيع ، ب ط ، 2020 .
8. جيزنو احمد جالوا : دور التلفزيون في نشر التعاليم الإسلامية ، دار النشر الجنان كلية الاعلام جامعة افريقيا العالمية، 2016 .

قائمة المراجع

9. جبريل بن حسن لعريشي ، سلمى عبد الرحمان محمد الدوسي : الشبكات الاجتماعية و القيم رؤية تحليلية ، دار المنهجية للنشر و التوزيع ، عمان ، ب، ط ، 2015 .
10. حسين شفيق: مواقع التواصل الاجتماعي أدوات ومصادر التغطية الإعلامية، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، دب ، 2014 .
11. حسين شفيق نظريات الاعلام وتطبيقاتها في دراسة الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، ط1 ، دار الفكر فن الطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2013 .
12. حسان احمد قمحية: الفايسبوك تحت المجهر، دار النخبة لنشر ، شارع السنبل مدينة زايد مصر ، ط1 ، 2017 .
13. خير الله سبهان عبد الله : مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التوجهات السياسية ، دار النشر لأكاديميون لنشر والتوزيع 2019 .
14. خالد الجابر: الاعلام العربي في عالم مضطرب ، شارع العربي لتوزيع ، قطر ، 2013 .
15. ربا عبد الوهاب الحجران: الطلاق والعنف بين الزوج في ظل وسائل الاعلام، دار النشر الخليج، 2023.
16. رفعت محمد مصطفى :الراي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية ،دار العربي لنشر والتوزيع ،د، ط ، 2018 .
17. راتب حامد خليل : الاعلام في عصر شبكات التواصل الاجتماعي ،دار النشر الجنادرية ، عمان الأردن ، 2018 .

18. زينة سعد النوشي : توظيف الخيال في برامج الأطفال ،دار غيداء لنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2019 .
19. ستيتلا كوت غال :مهارات التعليم وأدوات التكنولوجيا العصرية ، المجموعة العربية لنشر مدينة نصر القاهرة ،ط 1 ، د س ن .
20. سليمان الطعاني: الوحيد في التربية الإعلامية، دار الخليج لنشر والتوزيع ، ب ط ، 2012.
21. شيراز محمد خيضر : الاعلام المرئي ، دار الأكاديميون لنشر والتوزيع ،لندن ط 1، 2016.
22. عمار بوحوش ،محمد محمود :مناهج العلمي وطرق اعداد البحوث ، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر 1995 .
23. علي سيد إسماعيل ، مواقع التواصل بين التصرفات المفروضة والاخلاقيات المفروضة ، دار التعليم الجامعي جامعة المينيان الإسكندرية ب ط، سنة 2020 .
24. عمر عبد العزيز هلال : وسائل التواصل الاجتماعي واحكامها في الفقه الإسلامي ، دار الكتب العلمية ،بيروت لبنان ، 1971 .
25. عبد الله المؤمن التميمي : الذباب الالكتروني وصناعة الراي العام عدنان ،قلعة جي ، ط 1، 2024 1145 هـ .
26. عبد الرحمان بن إبراهيم :مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني ،دار النشر عمان ،ط 1 ، 2015 .
27. عاصم سيد عبد الفتاح : وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع ،المجموعة العربية لنشر والتوزيع د ط ، 2017 .

قائمة المراجع

28. عكاشة محمد صالح : المدخل الى السينما والتلفزيون، دار النشر والتوزيع الجندرية ،عمان الأردن ،د ط ، 2008 .
29. عبد الحميد غادة محمود : الاعلام والتنمية السياحية المستدامة ،دار النشر والتوزيع العربية ب ط ، 2023 .
30. علي عبد الفتاح كنعان : الاعلام الدولي والعولمة الجديدة ، دار النشر اليازوري ،د .ط .2016
31. عبد السلام شكركر : الاعلام التوعوي المفاهيم والمجلات ، مركز الاكاديمي لنشر والتوزيع .د .ط ، 2019 .
32. عبد الرزاق الدلمي : الإعلان في القرن الحدي والعشرين ،دار النشر والتوزيع اليازوري ،د .ط . 2022 .
33. علي حجازي إبراهيم ، التكامل بين الاعلام التقليدي والجديد ،دار المعتر لنشر والتوزيع ،ط . 1 ، 2017 .
34. فرحان فرح العتابي : المعلوماتية واثرها السياسي على النظم العربية ، شارع العيني لنشر والتوزيع القاهرة ، 2019 .
35. فوزي شروق السامي : قواعد العامة لإعلام ، مؤسسة طيبة لنشر والتوزيع اليازوري ،د .ط . 2015 .
36. فوضيل دليو : الاتصال مفاهيمه ونظرياته وسائله ،طبعة 2 ،المسيرة لنشر والتوزيع ، عمان ، 2012، .

37. كامل محمد المغربي : أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية ، د ط ، الثقافة
لنشر والتوزيع ، عمان الأردن ، 2006 .
38. مشتاق طلب فاضل : مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات السياسية ، دار النشر
الاكاديميون المنهل ، 2019 .
39. محمد جلوب الكناني : قنوات الجنس الفضائية تغزو نسقنا القيمي ، دار امجد لنشر عمان
2018 .
40. محمد احمد : بحوث وقضايا معاصرة في الاعلام ، دار اليازوري العلمية لنشر ، ب. ط
2019 .
41. محمد احمد فياض : الاعلام الفضائي الدولي والربي ، دار الخليج لنشر والتوزيع ، ط 2 ،
2017 .
42. مهند حميد التميمي : التلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي تكامل ام صراع ، دار امجد
لنشر عمان د ط ، 2017 .
43. محمد عاصم عبد الهادي واخرون : تطبيقات الهاتف المحمول ودورها في انتاج المحتوى
الرقمي ، دار العربي لنشر ، ب ط ، 2023 .
44. مدحت أبو نصر : الشباب وصناعة المستقبل، ط 1 ، دار العربية لنشر القاهرة ، سنة
2019 محمد برقان : قاموس موسوع لإعلام والاتصال ، ط2 الجزائر ، 2007 .
45. محمد عبد الغاني سعودي واخرون : الأسس العلمية لكتابة رسائل ماجستير ودكتوراة ، د ط،
مكتبة الأنجلو مصرية ، 1992 .

46. موريس اجرس: منهجية البحث العلمي في الإنسانية تدريبات عملية ،دط ، دار القصة لنشر حيدرة ،الجزائر ، 2004 .
47. منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال ،ط 2 ،دار المسيرة للنشر والتوزيع ،عمان ،2012
48. محمد بن سعود البشر: نظريات تأثير الإعلامي، ط1 دار عبيكان للنشر والتوزيع ،2014.
49. نرمين علاء الدين: إدارة استراتيجيات تواصل المنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ط1 ،شارع القاهرة مصر ،2019 .
50. نصر الدين الغياضي: التلفزيون دراسات وتجارب، د ط، دار هومة للطباعة والنشر الجزائر،1998.
51. وسام فاضل رفعت: الاعلام الإذاعي والتلفزيون الدولي، دار المنهل لنشر والتوزيع ب . ط ، 2013 .
- المراجع باللغة الفرنسية :

1. Jean François Dhenin et autre :gestion de la clientèle , édition Bréal en France , en 2004 .
2. Jacqueline Gassier et autre ;mémo fiche dème moniteur éducateur ,Elsevier Masson ,en 2016.
3. Romain Risson ;réseaux sociaux Facebook , twitter ,LinkedIn , viadeo,googl ,2édition benjamine ,octobre 2011 .

4. Oumar Sivory Doumbouya :réseaux sociaux et éthique ,publié par l'harmattan ,en paris ,2023.
5. Pierre Mouandjo et autre ;théorie et pratique de la communication, édition l'harmattan ,en paris 2010.
6. Sébastien Julian ;communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir son entreprise , partie 1 édition nordestent ,en Allemagne ,en 2023.

(2) القواميس والمعاجم:

1. كرم شبلي: معجم المصطلحات الإعلامية، ط2، دار الجيل، بيروت، 1992.
2. محمد رواس قلعة جي، جامد صادق قبني: معجم لغة الفقهاء، داء النفاس للنشر والتوزيع بيروت لبنان، 1985.
3. محمد برقان: قاموس موسوع لإعلام والاتصال، ط2، الجزائر، 2007.
4. الرسائل والاطروحات:

رسائل دكتوراه:

1. بايو جازية: مبادئ وتقنيات انتاج البرامج التلفزيونية، أطروحة دكتورا، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر 3، 2019 / 2018.
2. بوضياف سهيلة: الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر، أطروحة دكتورا، في علوم الاعلام والاتصال، جامعة باتنة، 2017 .
3. جمال كانون: دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم وترفيه أداء المنظمات المجتمعية المدني في الجزائر، أطروحة دكتورا في علم الاجتماع، جامعة الجزائر، 2016.

4. رضا إبراهيم عبد الله البيومي: نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، رسالة دكتوراه، جامعة طنطا كلية الحقوق، 2019.
5. ربيحة كبوص: ادمان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة غرداية، 2021، 2022.
6. رياض زروقي: الاستخدامات الترفيهية في شبكات التواصل الاجتماعي، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2021.
7. سهام بقلون: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية، أطروحة دكتوراه، الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3 ، 2015 / 2017
8. طارق طراد: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك في التواصل السياسي لشباب الجزائر ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3 ، 2016 .
9. فاطمة صالح علي الخطيب: اثر شبكات التواصل الاجتماعي على طلبة جامعة اليرموك وعلاقتها بالرقابة الذاتية من جهة نظر انفسهم ، أطروحة دكتوراه أصول التربية ، جامعة البيت ، 2017 .
10. لعرابة هواربيه: الإعلانات التلفزيونية بين وظيفة التسويق والغرس الثقافي، أطروحة دكتوراه، كلية الاعلام والاتصال، جامعة صالح بقسنطينة 3، 2018 / 2019.
11. مصطفى كساسي: إدارة اعمال مؤسسة عمومية للتلفزيون أطروحة دكتوراه كلية علوم الاعلام، جامعة الجزائر 3، 2017.
12. نبيح امينة: اتجاهات مستخدمي الاتصال الرقمي، أطروحة دكتوراه، في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2012 / 2013.

13. نصيرة سحنون، الترفيه في التلفزيون وعلاقته بالقيم الاجتماعية، أطروحة دكتورا، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3 ، 2014 / 2015 .

ماجستير:

1. بوزيان عبد الغاني : استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية للقناة الأرضية ، رسالة ماجستير ، قسم الاعلام والاتصال ،جامعة عنابة ، 2009/2010 .

2. تومي فضيلة : التفاعلية ووسائلها في التلفزيون ، مذكرة لاستكمال ماجستير ، كلية العلوم السياسية والاعلام ، جامعة الجزائر 3 ، 2007 / 2008 .

3. دعاء عمر محمد كتانة : وسائل التواصل الاجتماعي واثرها على الاسرة ، دراسة فقهية ، رسالة ماجستير ، جامعة النجاح الوطنية ، نابلس فلسطين ، 2015 .

4. شرحبيل غالب حميد أبو سويلم: اعتماد طلبة جامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الاخبار ، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الأوسط ، كلية الاعلام ، 2015 .

5. حنان كامل إسماعيل: دور المواطن الصحفي والحراك السوري من وجهة نظر قادة الراي العام العربي، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الوسط ، 2012 .

6. عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوافي: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير في التربية والإرشاد النفسي، جامعة نزوى ، كلية العلوم والآداب 2015 .

7. فضيلة اكلي : استهلاك المراهق للصورة التلفزيونية ، رسالة شهادة ماجستير ، قسم العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة الجزائر ، 2006 / 2007 .

8. لامية صابر: الحملات الاعلانية في باقة ام بي سي ودورها في التوعية الدينية للشباب ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، قسم الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010 .

9. محمد الشيخ حمودي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة التعليم الأساسي، جامعة نزوى قسم التربية، 2016.
 10. ماطر عبد الله حمدي : اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود في المعلومات ، درجة ماجستير في الاعلام ، جامعة الشرق الأوسط، 2018 .
 11. ملاك حسين الخليل ، تأثير مشاهد التلفزيون في سلوك الأطفال ، أطروحة ماجستير ، جامعة اليرموك اريد ، الأردن ، 2015 .
 12. ناصر الرحمانية: خطاب الكراهية في شبكة الفايسبوك، رسالة ماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الأوسط 2018.
- 5. المجلات:**
1. احمد الدروبي: مواقع التواصل الاجتماعي واثرها على العلاقات الاجتماعية، مجلة علم الاجتماع ، جامعة الكويت ، العدد 1 ، 2018 .
 2. احمد كاظم حنوش: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في قطاع التعليم الجامعي ، كلية الطب البيطري ، جامعة القاسم الخضراء، مجلة مركز بابل ،المجلد 3 العدد3 ، 2014 . سامية خضر صالح :شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية ، جامعة عين الشمس العدد 24 ، 2018 .
 3. اخلف كنزة: برامج تلفزيون الواقع وانعكاساتها على القيم الأخلاقية ، مجلة المعارف ، العدد 20 ، 2016 .
 4. بوسعد راند: التغيير الاجتماعي والحتمية التكنولوجية لوسائل الاعلام، قراءة في نظرية مارشال ماكلوهان، العدد1 ، جامعة الجلفة الجزائر ، 2011 .

قائمة المراجع

5. تواتي نور الدين : ماكلوهان مارشال قراءة في نظريته بين الامس واليوم، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ،العدد 10 جامعة الجزائر 3 ، 2013 .
6. خالد سليم عبد الله : اثر التلفزيون على عملية التنشئة الاجتماعية للطفل ،مجلة الفنون والاعلام ، العدد 8 ،جامعة مصرانه ،2019 .
7. داود محمد و قنوعة واخرون: الإجراءات المنهجية المستخدمة في البحوث النفسية والتربوية التطبيقية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد3 2013.
8. سعيد مراح واخرون: الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مجلة الحفينة، العدد 39 ، باتنة الجزائر ، 2017 .
9. طارق السيد سعدي ، عبد الحفيظ معوش : استخدام الفايسبوك في الجزائر ، اختيار العلاقة بين الإدمان و الاكتئاب في أوساط المستخدمين ، مجلة التربية و الصحة النفسية ، العدد 8 ، جامعة الجزائر ، د.ط
10. شعباني مالك :دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية ،مجلة العلوم الإنسانية ،جامعة محمد الخيضر ، بسكرة ، العدد7، 2012 .
11. عاصم محمد الفخري واخرون: استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاههم نحو الشائعات، مجلة البحوث في التربية النوعية، المجلد9، العدد45، 2023.
12. عبد الناصر طاشت: تأثير البرامج التلفزيونية غبي طلبة جامعة اليرموك، مجلة اتحاد الجامعة العربية لأداة، المجلد 7 ، العدد 3 ، 2010 .
13. عبد الرحمن بن علي الجهني: واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، مجلة البحث العلمي في التربية العدد 18، 2014.

14. قادري جميلة و اخرون: تسويق الأفكار عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على عقول مستخدميها، مجلة الابتكار والتسويق، الجزائر مجلد 11 ،العدد 1 ، 2024 .
15. لحوم فطومة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نجاح الاستراتيجية الترويج، مجلة الاعمال والدراسات الاقتصادية، المجلد 4، العدد 2 ، 2018 .
16. ميمي محمد عبد المنعم: شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير)، كلية التربية جامعة عين الشمس ، العدد الرابع والعشرون ، الجزء الثاني ، 2018 .
17. هاشم عبد الله غانم واخرون: توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في انتاج البرامج الإخبارية التلفزيونية، مجلة علوم الاعلام والاتصال، جامعة ام درمان، العدد 7 2021م 1442 هـ.
18. هناء النابلسي: مواقع التواصل الاجتماعي واثرها على الشباب الجامعي، كلية العلوم الإنسانية ، المجلد 48 العدد 3 ، الأردن ، 2021 .

6. المحاضرات:

1. أسماء عبادي: نشأة التلفزيون وتطوره ، مقياس مدخل لوسائل الاعلام والاتصال ، محاضرة رقم 1، 2020.
2. ريم بوش: ملخصات الاعمال التطبيقية لوحدّة منهجية علوم الاعلام والاتصال، محاضرة موجهة لطلبة ماستر 1 اتصال تنظيمي في 07/ 09/ 2023 ./

7. المواقع الالكترونية :

1. مستخرج من الموقع الكترون : [http :elghadeldjazair.dz](http://elghadeldjazair.dz)
2. مستخرج من الموقع الكتروني : [https ;www.sabqprss.dz](https://www.sabqprss.dz)

الملاحق

الملحق رقم 01

جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
فرع علوم الاعلام و الاتصال
تخصص اتصال جماهيري

حول موضوع :

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على انخفاض نسبة مشاهدة التلفزيون في
الجزائر

- دراسة ميدانية على عينة من مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك -

معدة في اطار مذكرة مقدمة لنيل شهادة درجة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال

بعد التحية و التقدير :

امل ان تحظى هذه الاستمارة باهتمامكم و ان تتكرموا مشكورين بالإجابة عن تساؤلاتها بعناية و وضوح و ذلك بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة ، علما ان اجابتم ضرورية لنا من اجل التوصل الى نتائج علمية تساهم في تحقيق اهداف الدراسة ، و نعلمكم بان ما تدلون به من بيانات سيبقى سرىا و لن يكون خارج نطاق البحث العلمي شاكرين لكم بتعاونكم في الوقت و الجهد الذي تبذلونه في الإجابة عن أسئلة الاستمارة

تحت اشراف :

د . منماني مباركة

من اعداد :

ورتي ذهبية

بلمادني زهرة

السنة الجامعية : 2023 / 2024

البيانات الشخصية :

الجنس : ذكر انثى

السن : من 20.17 من 23.20 من 24 فما فوق

المستوى الدراسي : ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

المحور الأول : الاشباعات المحققة من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

1. هل انت من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ؟

نعم لا

اذا كانت اجابتك بنعم فمن هي من بين هذه المواقع ؟ 2.

الفيسبوك التويتر الانستغرام التيك توك

3. هل تعتبر من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك "

دائما أحيانا ابدا

4. اين تستخدم بكثرة موقع " الفيسبوك " ؟

المنزل العمل المدرسة الجامعة

الخارج

5. كم تستغرق من الوقت اثناء تصفحك لموقع "الفيسبوك " ؟

من ساعة الى ساعتين من ساعتين الى 5 ساعات اكثر من 5 ساعات

6. هل تستخدم اسمك الحقيقي في موقع " الفايسبوك " ؟

نعم لا

7. ما هي اللغة التي تستخدمها في موقع الفايسبوك ؟

العربية الفرنسية الإنجليزية

إذا كانت هناك لغة أخرى تذكر:

8. هل تستخدم " الفايسبوك " لغرض

الردشة مع الآخرين التواصل مع الآخرين متابعة الاخبار

التفاعل مع الصفحات ملء الفراغ

9. ما هي المضامين الأكثر تتبعا عبر موقع " الفايسبوك " ؟

رياضية سياسية دينية تعليمية ترفيهية

10. كيف تقيم تأثير محتوى مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " على المستخدم ؟

إيجابي سلبي

11. هل ساهم موقع الفايسبوك في اشباع حاجياتك المعرفية ؟

نعم لا

12. هل ساعدك موقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " في إيصال رسالتك و التعبير عن رأيك ؟

ابدأ

أحيانا

دائما

13. هل ساهم موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" التعرف على مختلف ثقافات العالم؟

لا

نعم

14. حسب رأيك هل تعتقد ان المجتمع اليوم قادر ان يعيش بدون مواقع التواصل الاجتماعي؟

لا

نعم

اذا كانت اجابتك ب لا فلماذا:

المحور الثاني : عادات وأنماط مشاهدة التلفزيون و الاشباع المحققة :

15. هل تعتبر من مشاهدين القنوات التلفزيونية؟

لا

نعم

16. كم ساعة تشاهد التلفزيون في اليوم؟

اكثر من 3 ساعات

ساعتين

ساعة

17. مع من تفضل مشاهدة التلفزيون؟

مع الأصدقاء

مع العائلة

وحدك

18. ما هي اكثر المضامين التي تتابعها عبر التلفزيون؟

مسلسلات

وثائقية

إخبارية

دينية

19. لماذا تشاهد القنوات التلفزيونية ؟

- لزيادة معرفة لمعرفة المستجدات لملء الفراغ للترفيه

اذكر غيرها ان وجدت :

20. هل يعجبك المضامين و الاخبار التي تقدمها القنوات التلفزيونية ؟

- نعم لا

21. ما هي القنوات التلفزيونية الأكثر تتبعا ؟

- رياضية سياسية اجتماعية اقتصادية

22. هل ترى ان القنوات التلفزيونية تقدم ما يكفي من المعلومات للمشاهد ؟

- نعم لا

اذا كانت اجابتك ب "لا" هل ترى ذلك راجع الى :

- التقدم في التكنولوجيا ظهور وسائل أخرى تراجع دور الصحفي في توصيل المعلومة

23. بماذا تشعر عند مشاهدتك للتلفزيون ؟

- مزيد معرفي راحة نفسية التوتر مشاهدة عفوية فقط

24. ما هو رايك في المحتوى الذي تبثه القنوات التلفزيونية ؟

جيد جدا جيد متوسط
 ضعيف

المحور الثالث : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " على مشاهدة التلفاز

25. هل تميل اكثر لاستخدام و التصفح في مواقع التواصل او مشاهدة التلفاز ؟

مواقع التواصل الاجتماعي التلفاز

26. هل تفضل ما ينشر عبر منصات التواصل الاجتماعي ام القنوات التلفزيونية ؟

منصات التواصل الاجتماعي القنوات التلفزيونية

27. هل تعتبر ان المعلومات التي تقدمها القنوات التلفزيونية نفسها مع التي تنشر عبر مواقع التواصل

"الفايسبوك " ؟

دائماً أحيانا اطلاقاً

28. هل ترى ان التلفزيون تستند في بعض الأحيان على مواقع التواصل الاجتماعي لأخذ بعض

المعلومات و بثها ؟

نعم لا

إذا كانت اجابتك ب " نعم " قدم مثال عن برنامج :

.....

29. هل تعتبر ان المحتوى التلفزيونية له مصداقية اكثر من مواقع التواصل الاجتماعي ؟

نعم لا

30. اين تشبع حاجياتك و رغباتك :

عبر محتوى مواقع التواصل الاجتماعي

عبر محتوى القنوات التلفزيونية

31. حسب رأيك ، قارن بين محتوى مواقع التواصل الاجتماعي و ما تبثه الشاشة التلفزيونية ؟

منافسة قوية جدا منافسة قوية منافسة متوسطة منافسة ضعيفة

32. حسب اعتقاداتك : ما هي المحتوى الأكثر اقبالا و متابعة ؟

المحتوى الذي ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي

المحتوى الذي يبث عبر القنوات التلفزيونية

33. هل ترى ان هناك اختلاف بين ما يبث عبر التلفاز و ما ينشر في صفحات " الفيسبوك " ؟

نعم لا

34. بماذا يتميز محتوى مواقع التواصل الاجتماعي امام القنوات التلفزيونية ؟

متوفرة دائما التنوع و الاختلاف في المحتوى الانية الاختصار في الوقت و الجهد

35. كيف كان تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على جودة المضمون الذي تقدمه التلفاز؟

إيجابي سلبي

36. هل ساهم ظهور مواقع التواصل الاجتماعي في تراجع نسبة مشاهدة التلفزيون ؟

نعم لا

إذا كانت اجابتك ب " نعم " قدم سبب على ذلك :

.....

37. في ظل الانتشار الهائل لمواقع التواصل الاجتماعي ، كيف ترى مستقبل القنوات التلفزيونية ؟

في استمرار دائم نجاح تراجع توقفها نهائيا

38. قدم اقتراحا تبين فيه ، سبب يساهم في عودة التلفاز اكثر فعالية لما عليه الان :

.....

ملحق رقم 2 :

جامعة مولود معمري تيزي وزو

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الاعلام و الاتصال

تخصص اتصال جماهري

دليل المقابلة

مقابلة مع :

مقدم برامج و صحفي في قنوات الشروق

تاريخ اجراء المقابلة :شهر جويلية 2024

مكان اجراء المقابلة : مقر قنوات الشروق

مدة المقابلة : 20 دقيقة

موضوع المقابلة : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على انخفاض نسبة مشاهدة التلفزيون في الجزائر

اجرى المقابلة الطالبتين :

ورتي ذهبية

بلمادني زهرة

السنة الجامعية : 2024_ 2025

تمهيد المقابلة :

يشرفنا ان نجري هذه المقابلة مع صحفي قناة الشروق "ادريس بوشاقور رحماني" ، و ذلك في إطار انجاز مذكرة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال ، المقابلة التي سيدور موضوعها حول موضوع مهم بالنسبة للإعلاميين و حتى للوسائل الإعلامية ، و على رأسها التلفزيون و هو موضوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على انخفاض نسبة مشاهدة التلفزيون في الجزائر .

فموضوع علاقة الصحفيين و الإعلاميين و وسائل الاعلام الجديدة في غاية الأهمية ، فلا يمكن اليوم ان يتجاهل الإعلاميين هذه المنصات و المواقع فأصبحت حتمية استخدامها و أداة مهمة في العمل ، اذ تتسم استخدامات الصحفيين لمواقع التواصل بالتنوع و التعدد فيما يتعلق بالأخبار و مصادر و غيرها .

فمن خلال هذه المقابلة سنحاول ان نتعرف ، كيف اثرت مواقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة التلفزيون ، و كيفية تعامل الصحفيين مع هذه المواقع و مدى الاعتماد عليها حيث سنعرض مجموعة من الأسئلة :

السؤال الأول : هل تملك قناة الشروق حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي و من يتكفل بتسييرها؟

الهدف من السؤال : معرفة ما اذا كانت قناة الشروق تملك حسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي و من يتكفل بتسييرها .

الاجابة : كان الجواب على النحو التالي من طرف صحفي قناة الشروق ادريس بوشاقور رحماني ، نعم قناة الشروق تمتلك حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي و تقوم بتوظيف صحفيين مختصين في الديجيتال هم الذين يسهرون على متابعة هذه المواقع

السؤال الثاني : لجات الكثير من وسائل الاعلام الى انشاء إدارات خاصة بمتابعة ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي ومتابعتها هل إقامة قناة الشروق على شيء مثل هذا ؟

الهدف من السؤال :معرفة اذا عملة قنوات الشروق على انشاء إدارات خاصة لمتابعة ما يتم نشره عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

الإجابة : نعم قنوات الشروق لديها قسم خاص يعمل ليلا و نهار و هو قسم الديجيتال و له مسؤول وعدد من الصحفيين ما بين ستة الى ثمانية صحفيين كلهم يعملون بالمداومة على متابعة كل ما يحدث في مواقع التواصل الاجتماعي و مواكبة كل التطورات و بما فيها اخر الاخبار .

السؤال الثالث : هل تحفز قناة الشروق إعلاميها لتسويق برامجهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
الهدف من السؤال : الرغبة في معرفة اذ كانت قناة الشروق تحفز اعلاميها على تسويق برامجهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

الإجابة : تعمل قنوات الشروق على نشر الكثير من البرامج و الاخبار في المواقع التواصل الخاصة بها و هذا منطقي فهي تعمل على الاشهار لما تقوم بعرضه لمادة إعلامية على شاشتها الصغيرة .

السؤال الرابع : هل ترى ان مواقع التواصل الاجتماعي اثرت على نسبة مشاهدة التلفزيون بطريقة إيجابية ام سلبية و لماذا ؟

الهدف من السؤال : معرفة اذا اثرت مواقع التواصل الاجتماعي على نسبة مشاهدة التلفزيون سواء كان ذلك إيجابي او سلبي .

الإجابة : مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي و انتشارها وانتشار الاخبار عليها و كثرة الاقبال عليها و استعمالها ، الكثير تنبئ بزوال التلفزيون تماما لان لن يتم متابعة التلفزيون مستقبلا و لكن لم تستطع الغاء التلفزيون لان الكثير من الأشياء نجدها فقط في التلفزيون فالعديد اعتقد ان مع ظهور التلفزيون سيتم الغاء الإذاعة و نفس الشيء بالنسبة للجريدة و لكن نجد ان كل وسيلة إعلامية

لديها خصوصيتها و مميزاتها و كذا سلبيتها ، و لكن كل هذا لا ينفي استفادة القنوات التلفزيونية من المواقع التواصل الاجتماعي .

السؤال الخامس : هل ترى ان هناك تراجع لمشاهدة التلفزيون مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي؟
الهدف من السؤال : سعيينا لمعرفة مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي اذ يوجد هناك تراجع لمشاهدة التلفزيون ام لا .

الإجابة : : نعم يوجد نوع من تراجع مشاهدة التلفزيون مع ظهور مواقع التواصل نظرا للمميزات التي تتمتع بها من سرعة و توفر فهذا ما جعل مواقع التواصل تشغل الناس عن التلفاز و لكن بالمقابل نرى كبريات مثلا المسلسلات يتم عرضها أولا في السينما ثانيا على التلفازيون لتصل للمواقع نفس الشيء لمباريات كرة القدم .

السؤال السادس: 5. ما هو الاقتراح الذي تقدمه للحد من تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة التلفزيون ؟

الهدف من السؤال : معرفة وجهة نظر الإعلاميين و اقتراحاتهم للحد من تأثير مواقع التواصل الاجتماعي .

الإجابة : الاقتراح هو معرفة الأشخاص لكيفية استخدام اية وسيلة و إعطاء لكل ذي حقه فلا يمكن ان ننفي ما قدمته الشاشة التلفزيونية للأعوام كثيرة ، نفس الشيء اليوم مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بنفس الدول بمميزات مختلفة .

من خلال الأجابة التي توصلنا اليها من طرفي الصحفي مشكورا على الوقت الذي منحه للإجابة نجد ان مواقع التواصل الاجتماعي اثرت على التلفزيون بشكل كبير فلم تستطع عدم الاستعانة بها حيث انهم يشكلون إدارة و مسؤولين و صحفيين لمتابعة جميع المستجدات عبر المواقع لعرضها عبر التلفزيون و هذا ما اشرنا اليه في الاطار النظري للفصل الثالث في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البرامج التلفزيونية ، إضافة الى ذلك تعمل على نشر برامجها عبر المواقع و ذلك للإشهار بها و قدرة جذب المشاهد نحوها يعني جعلت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لاستقطاب و جمع المشاهدة .

صحيح ان لكل وسيلة دور و ميزة تتمتع بها و لكن ما نشاهده و ما توصلنا اليه من نتائج يؤكد غير ذلك نظرا للدور الذي يلعبه مواقع التواصل و ميل الجمهور اليه اكثر من الوسائل الأخرى و ذلك من مميزاتها و خصائصها المتنوعة و حتى التلفزيون التي تستفيد منها يؤكد على مكانة مواقع التواصل .