

الفييس بوك كمصدر كاف للاطلاع على المضامين الإخبارية لدى
الطالب الجامعي- دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية
والاجتماعية بسيدي بلعباس

**Facebook as a sufficient news source to university
learners' - A field study on a sample of learners of the
Faculty of Human and Social Sciences in Sidi Bel Abbas**

طالبة دكتوراه مدودي نادية*¹، د.بعلي محمد²

baali-istic@yahoo.fr

nadia_doct@yahoo.com

¹ جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم - الجزائر

مخبر الدراسات الاتصالية والإعلامية وتحليل الخطاب -جامعة مستغانم

² جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم - الجزائر

تاريخ النشر: 2021/07/31

تاريخ القبول: 2021/05/21

تاريخ الإرسال: 2021/04/27

ملخص:

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى اعتبار موقع الفييس بوك مصدرا كافيا للاطلاع على الأخبار لدى الطالب الجامعي، والتي خلصت إلى مجموعة من النتائج نبرز أهمها في:

- أثر الفييس بوك على علاقة عينة الدراسة بوسائل الإعلام التقليدية بنسبة بلغت 78.75 %، وذلك راجع إلى تواجد أخبار على الفييس بوك لم يتناولها الإعلام التقليدي حسب نظرهم بنسبة 75%.
- تعتبر عينة الدراسة الفييس بوك بديلا عن وسائل الإعلام الأخرى بنسبة بلغت 65%، وبالتالي مصدرا كافيا للاطلاع على الأخبار.

الكلمات المفتاحية: الفييس بوك؛ المضامين الإخبارية؛ مصادر الخبر؛ الطالب الجامعي؛ الإعلام التقليدي

Abstract: The study aimed to learn the extent to which Facebook is considered a sufficient source for news to the university learner. The study concluded a set of results, the most important of which were:

* المؤلف المرسل: nadia_doct@yahoo.com

- Facebook has affected their relationship with other media by 78.75%, due to the presence of news on this site that was not covered in traditional media by 75%.
- The study sample considers Facebook a substitute for the other media by 65%, and thus a sufficient source for news.

Keywords: Face book; News; News Sources; University Learner; Traditional Media

مقدمة:

في ظل ما يشهده العالم من تغييرات أفرزتها الثورة الاتصالية، مع تطور وسائل الإعلام والاتصال، التي أنتجت بيئات اجتماعية جديدة مضمراها شبكة الانترنت التي هي بدورها انتقلت إلى فتوحات جديدة وقرتها لها تقنية جيل الويب الثاني 2.0، وظهور شبكات التواصل الاجتماعي كبيئات إعلامية جديدة، بحوامل رقمية، وطرق نشر مختلفة، وحتى في أساليب صياغة الأخبار، ولعل أهم عنصر ميز ذلك التطور هو خاصية التفاعلية فمشاركة المتلقي في عملية النشر، ومقدرته على التفاعل مع المحتويات الإعلامية، وإنتاج المعلومة والتي قد ترتقي في بعض الأحيان إلى قيمة الخبر الذي يأتي به الصحفي هي كلها مناطق كانت محظورة على الإعلام التقليدي مجسدا في الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون¹

كل هذا خلق هجرة جماعية افتراضية من واقع الإعلام التقليدي المكبل بالقيود إلى عالم افتراضي حر منفتح على كل السياسات والأفكار والمعتقدات، وجد مستخدموها - أي مواقع التواصل الاجتماعي- أنفسهم يتنفسون حرية، يمارسون ديمقراطية في التعبير، وحتى في إبداء الرأي والنقد دون مخاوف أو تردد، وأهم من ذلك قادرين على التفاعل، وخلق طرق شاسعة ومتشعبة لحدث أو خبر ما.

1. إشكالية الدراسة:

يتزايد يوميا عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيس بوك، حيث لاقت هذه المواقع إقبالا جماهيريا لم يكن يتصور مؤسسوه أنفسهم أن تستقطب منصاتهم ذلك الكم الهائل من المستخدمين يلج إليها ملايين الأشخاص، لقد ظهرت هذه المواقع في بادئ استخدامها، كمجال خصب لإعادة بناء العلاقات الاجتماعية، وكذا

¹ زرن، جمال، (الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الأعلام الاجتماعي وشبكاته)، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، 27 مارس 2017، ص 5.

التواصل مع الأصدقاء، لتثبت اليوم وجودها في جميع المجالات الحياتية، حتى في المجال الإعلامي، إذ انتقلت العملية الإعلامية من غرف الأخبار والمحربين، ومن جدران المؤسسات الإعلامية إلى فضاء مفتوح ألغى الحدود الزمكانية، يتسم بالحرية في النشر، وإبداء الرأي، خاليا من الرقابة بل أكثر من ذلك فاتحا المجال لمستخدميه في أن يكون صناع الخبر، مساهمين في بث المعلومات ونشرها بأقل التكاليف وأيسر الجهود، مما جعل موقع الفيس بوك قبلة لجماهير كبيرة خاصة الشباب كوسيلة إعلامية ومصدر إخباري يستقون منها الأخبار والمعلومات، ونستحضر في هذا السياق ما نشرته مؤسسة "رويترز" لدراسة الصحافة نتائج بحث ميداني مفادها أن مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك باتت المصدر الأول للأخبار بالنسبة للشباب¹، خاصة في ظل ما شهده الإعلام التقليدي من قيود في النشر وتبعية الأخبار للنظام السياسي وللطابع المميز للمؤسسة الإعلامية وخطها الافتتاحي.

الطلبة الجامعيون كفئة منضوية تحت فئة الشباب هم بدورهم استغرقوا في مثل هذه المواقع خاصة موقع الفيس بوك، من أجل الاطلاع على الأخبار واستقاء المعلومات، وهذا ما أثبتته دراسة عبد الكريم على الدبسي وزهير ياسين والتي خلصت إلى انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة، وأن تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدرا من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات²، لكن ما يثير التساؤل هنا ليس الاستخدام للفيس بوك كمصدر لتلقي الأخبار بقدر مدى اكتفاء الطلبة بالفيس بوك كمصدر لهم في تقصي الأخبار، ومعرفة ما يدور حولهم من أحداث.

من خلال ما سبق تحاول هذه الدراسة الوقوف على الإشكالية التالية:

ما مدى اعتبار عينة الدراسة الفيس بوك مصدرا كافيا للاطلاع المضامين الإخبارية؟
2. تساؤلات الدراسة:

- ما هي عادات استخدام أفراد العينة للفيس بوك والاشباغات المحققة منه؟
- ما المصادر التي يستقي منها جمهور الدراسة الأخبار والمعلومات عبر الفيس بوك؟
- ما مدى تأثير الفيس بوك على علاقة أفراد العينة مع وسائل الإعلام الأخرى؟

¹ جمال رزن، مرجع سابق، ص 7-8.

² عبد الكريم الدبسي، زهير ياسين، (دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية)، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1، 2013، ص 01.

3. أهداف الدراسة:

تتجلى أهداف الدراسة في:

- التعرف على عادات واستخدام جمهور الدراسة للفيس بوك
- معرفة المصادر التي يستقي منها جمهور الدراسة الأخبار عبر الفيس بوك
- الكشف عن مدى اكتفاء جمهور العينة على الفيس بوك كمصدر للأخبارهم
- التعرف على آراء الطالب الجامعي حول الفيس بوك كمصدر للأخبار ومدى تأثيره على علاقته مع وسائل الإعلام الأخرى.

4. تحديد مفاهيم الدراسة:

1.4- الفيس بوك:

• المفهوم الاصطلاحي:

يرى مارك زوكربيرج أن "الفيس بوك حركة اجتماعية وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوف يزيح البريد الإلكتروني من الطريق وأنه سوف يسيطر أو "يستعمر" ويحتل كل النشاط البشري على الشبكة الدولية، لذا فوصفه بأنه "دليل سكان العالم"، وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يخلقوا من أنفسهم هوايات عامة عن طريق الإهداء بما يريدون من معلومات حول أنفسهم، وتكوينهم الذهني، والعاطفي ونشر صورهم الشخصية، وأن الهدف منه هو أن يصبح العالم "مكانا أكثر انفتاحا".¹

• المفهوم الإجرائي: هو ذلك العالم الافتراضي الذي أنتجته الانترنت عبر جيل الويب الثاني 2.0، يجتمع فيه أفراد افتراضيون قصد الدردشة وتبادل الصور والفيديوهات، بالإضافة إلى تبادل المعلومات والهوايات.

2.4- المضامين الإخبارية:

• المفهوم الاصطلاحي: يورد جواد تعريفا لهيئة الإذاعة البريطانية مشيرا إلى أن التعريف من إعداد لجنة استشارية، واصفا التعريف بأنه وقع في جملة طريفة واحدة "الخبر معلومات حديثة تنقل بأمانة ودقة على أحداث جارية، رويت بأمانة ودقة، وجمعت على شكل خبر، وقد اختيرت بموضوعية، ولكن دونما موازنة مصطنعة أو دافع

¹ محمود النفاظفة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين، دط، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات العالمية، فلسطين، دط، 2011، ص 22.

سياسي، أو تزويق تحريري من قبل الصحفيين المحترفين، تتضمنها نشرة إخبارية لأنها ممتعة ومهمة، أو لأنها تناسب جمهور النشرة من وجهة نظر صحفية، وتقدم بموضوعية ودونما خوف مع مراعاتها للقانون والقواعد الخاصة بهئية الإذاعة البريطانية فيما يخص الذوق ومستويات التحرير"¹

• المفهوم الإجرائي: الأخبار والمعلومات التي يتم نشرها عبر موقع الفيس بوك

3.4- مصادر الخبر:

• المفهوم الاصطلاحي: مصدر الخبر يمثل الجهة التي تستقي منها الأخبار، ويعني أيضا صاحب الذي يستمد منه معلوماتنا².

• المفهوم الإجرائي: يقصد به موقع الفيس بوك كوسيلة ومصدر للاطلاع على الأخبار من خلال ما يتم نشره فيه، سواء كانت مصادرها رسمية من مؤسسات إعلامية، أو غير رسمية عبر صفحات أو مجموعات، أو من طرف المستخدمين لموقع الفيس بوك.

4.4- الطالب الجامعي:

• المفهوم الاصطلاحي: هم الحاصلون على ثقافة أكاديمية من الجامعة تؤهلهم للقيام عند التخرج بدور وظيفي في المجتمع يستطيعون من خلاله تحمل مسؤولية القيادة والبناء والتنمية حيث يعد أغلب الطلبة من فئة الشباب³.

• المفهوم الإجرائي: الطلبة المسجلين ضمن قوائم كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة جبالتي ليايس بسيدي بلعباس.

5. حدود الدراسة:

1.5- الحدود الزمانية: تمت هذه الدراسة خلال شهر جانفي من السنة 2018-2019

2.5- الحدود المكانية: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة جبالتي ليايس بسيدي بلعباس.

¹ جواد، عبد الستار، فن كتابة الأخبار، عرض شامل للقوالب الصحفية، عمان، دار مجدلوي للنشر والتوزيع، ط:2، 2002، ص46.

² عزت، محمد، قاموس المصطلحات العلمية، دار الشروق، جدة، ط:1، 1984، ص 227.

³ إبراهيم محمد، موسى هاني، (القيم لدى شباب الجامعة في مصر ومتغيرات القرن الحادي والعشرين)، مجلة التربية المعاصرة، كلية التربية، جامعة بنها، العدد64، 2003، ص4.

6. منهج الدراسة:

استخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة باعتباره الأسلوب الأمثل لجمع المعلومات، حيث يتميز بدقة البيانات وصدق تحليلها للمجتمع الأصلي إلى درجة أن نتائجه تماثل إلى حد كبير نتائج المسوح الشاملة، بالإضافة إلى كون هذه الطريقة توفر الجهد والوقت والإمكانيات¹.

1- مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة جيلالي ليايس بسيدي بلعباس، أما العينة فلقد أجريت الدراسة على عينة قصدية من مستخدمي الفيس بوك من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قوامها 80 مفردة.

2- أدوات جمع البيانات:

يعتبر الاستبيان أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة موضوع الدراسة أو من جميع مفردات مجتمع البحث، عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة، وذلك بهدف التعرف العلى حقائق معينة، أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم وتمثلاتهم للظاهرة موضوع الدراسة، أو العوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة².

- المحور الأول: عادات استخدام الفيس بوك والاشباعات المحققة منه، وتضمنت 06 بنود

- المحور الثاني: المصادر الإخبارية التي يعتمد عليها الشباب الجامعي عبر الفيس بوك وتضمن 04 بنود.

- المحور الثالث: الفيس بوك مصدر كافي لتقصي الأخبار تضمن 05 بنود.

3- صدق وثبات أداة الدراسة:

للتأكد من صحة الأداة وصلاحيها للتطبيق، ومدى تمثيلها لأغراض الدراسة، تم عرضها على جملة من الأساتذة المحكمين والمختصين في مجال الإعلام والاتصال، وذلك للتحقق من الصدق الظاهري وصدق المحتوى من حيث مدى الشمولية والوضوح والانتماء بين البنود، وبناء على آراء المحكمين فقد عدلت وحذفت بعض البنود فبعد

¹ جلبي، علي وآخرون، البحث العلمي الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، ط:3، 2003، ص ص 229-230

² حسين، سمير، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة، 1975، ص 178

- الصياغة الأولية للمقياس والمكونة من 15 سؤال عرض على المحكمين، وطلب منهم تقديم ملاحظاتهم واقتراحاتهم حوله وذلك من خلال :
- تحديد مستوى قياس كل فقرة من الفقرات للبعد الذي تنتهي إليه من خلال وضع علامة (x) أمام نسب مئوية تمتد من 0% إلى 100%
 - تحديد مدى صلاحية فقرات المقياس من حيث الصياغة وفي حالة عدم ملاءمتها طلب من المحكمين إعادة تعديلها.
 - تقديم اقتراحات عامة حول الفقرات من شأنها تحسين مستوى الأداة.
- بعد الحصول على ملاحظات المحكمين تم الاحتفاظ بالعبارات التي تجاوزت 75% واستبعاد دون ذلك، غير ان جميع بنود الاستمارة قد نالت النسبة المحدودة، وبذلك لم يتم استبعاد أي بند من بنود الاستمارة.
- 4- ثبات الأداة:

لمعرفة ثبات الأداة قام الباحثة بحساب معامل الاتساق الداخلي ألفا كرونباخ لمحاور الأداة ككل، وكانت النتيجة 0.75 وهي تعد نتيجة مقبولة لإجراء البحث، ونسبة تدل على وضوح الاستمارة، والثقة في صلاحيتها للتطبيق النهائي.

7. الدراسات السابقة:

- دراسة نجوى فهمي، مها صلاح¹، استخدام الشباب العربي للمضمون الإخباري عبر المنصات الالكترونية المحمولة.
- هدفت الدراسة إلى استكشاف مدى انتشار عمليه استخدام المضمون الإخباري عبر المنصات المحمولة بين الشباب العربي، والعوامل المختلفة المؤثرة في تبني هذا الاستخدام، حيث تنتمي الدراسة إلى فئة البحوث الاستكشافية والوصفية، وقد استخدمت المنهج الوصفي حيث اتبع الباحثان أسلوب المسح الميداني لعيته بلغتها 436 مفردة من مستخدمي شبكه الانترنت من الشباب العربي، وقد أظهرت نتائج الدراسة:
- بروز استخدام المنصات المحمولة في تصفح الأخبار بوصفها نمطا واضحا في استخدام غالبية أفراد عينه البحث للمضمون الإخباري.

¹ نجوى فهمي، مها صلاح، (استخدام الشباب العربي للمضمون الإخباري عبر المنصات الالكترونية المحمولة دراسة ميدانية). المجلة العربية للإعلام والاتصال، السعودية، العدد الثامن، نوفمبر 2017، ص168.

■ بينت النتائج العوامل المختلفة المؤثرة في استخدام الأخبار عبر المنصات المحمولة ومنها: الاستمتاع بمتابعة المضمون الإخباري من خلال هذه المنصات، والاهتمام بالمضمون الإخباري.

■ الاهتمام بتجربة استخدام التكنولوجيا الحديثة، الرغبة في التأثير في الآخرين.

■ إدراك المستخدمين مدى سهوله الوصول إلى المضمون الإخباري سواء من خلال المواقع الإعلامية، أو من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وإدراكهم للإمكانيات المميزة لهذه المنصات من حيث التقاط الصور، وتخزينها، وإعادة إرسالها، وسهولة استخدامات التفاعلية المختلفة المتاحة في المواقع الإعلامية.

- دراسة أبو سويلم¹، اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات :

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعية للحصول على الأخبار والمعلومات، باستخدام منهج المسح الإعلامي بشقيه (الوصفي والتحليلي)، حيث طبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها (472) مفردة من طلبة الجامعات الأردنية في العاصمة عمان. وخلصت أهم نتائج الدراسة إلى:

■ أن ما نسبته 95% من عينة الدراسة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يومي وفي معظم فترات اليوم الواحد.

■ اقتصرت مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الطلبة على ثلاث شبكات وهي بالترتيب: الفيسبوك، ومن ثم تويتر، بعدهما يوتيوب.

■ جاءت مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تزويد الطلبة بالأخبار والمعلومات بالمرتبة الأولى، تلتها الشبكات الالكترونية الإخبارية.

- منية إسحاق إبراهيم²، اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار

استهدفت الدراسة الكشف عن مدى اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل

¹ شرحيل، أبو سويلم، (اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات: دراسة مسحية تحليلية)، رسالة ماجستير، عمان، الأردن، جامعة الشرق الأوسط، 2015.

² منية إسحاق إبراهيم، (اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار)، دراسة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، قسم الصحافة، 2016.

الاجتماعي محل الدراسة كمصدر لمعلومات والأخبار من خلال رصد مدى اهتمام ومتابعة الشباب الجامعي للمضامين الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد الصفحات الإخبارية المفضلة لدى الشباب عينة الدراسة ورصد كيفية المتابعة والتأثر والمشاركة لدى الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد مصادر المضامين الإخبارية التي يتابعها الشباب الجامعي ورصد مضمون الأشكال التفاعلية على الصفحات الإخبارية وتأثيرها على مصداقية المضمون.

وذلك من خلال دراسة ميدانية لعينة عمدية من شباب الجامعات الحكومية والخاصة من الذكور والإناث تتمثل في 400 مفردة من جامعة القاهرة، وجامعة سيناء إلى جانب عينة من الصفحات المتخصصة للأخبار (صفحات تابعة لمؤسسات صحفية لها نسخة ورقية – وصفحات تابعة لمؤسسات صحفية ليس لها نسخ ورقية – صفحات إخبارية تابعة لقنوات تليفزيونية- صفحات تابعة لمؤسسات أجنبية ولها صفحات تصدر باللغة العربية) من مواقع الشبكات الاجتماعية (فيس بوك – تويتر).

وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من المؤشرات المهمة التي يمكن من خلالها عرض نتائج الدراسة بشكل موجز على النحو التالي:

■ أن المضمون السياسي كان النوع الأكثر انتشارا بين الصفحات الإخبارية المختلفة بنسبة 44.5%

■ كانت صفحة اليوم السابع الأكثر تفضيلا بين الشباب والأكثر انتشارا كما اتضح من عناصر التفاعل (الإعجاب – التعليقات – المشاركة)

■ أن معظم الصفحات الإخبارية تهمل توضيح مصدرها في عنوان الخبر أو الصورة المصاحبة له، وتعتمد على إتباع القارئ للرابط الاليكتروني إلى موقعها الرسمي لقراءة تفاصيل الخبر كاملة، برغم ما اتضح من نتائج الدراسة الميدانية ان 28.7% من الشباب الجامعي فحسب يضغط على الرابط الاليكتروني لمزيد من التفاصيل.

- منة الله مجدي محمد بهجت¹، اعتماد الشباب المصري على الصفحات الإخبارية في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية

¹ منة بهجت: (اعتماد الشباب المصري على الصفحات الإخبارية في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية)، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2018.

يتمثل الهدف الرئيسي في التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري على الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات حول الأحداث الجارية، والوقوف على الدور الذي تؤديه هذه الصفحات في إمداد الشباب بالمعلومات وخاصة السياسية، ودراسة المتغيرات التي تؤثر في هذه العلاقة لقياس مدى فاعلية هذه الصفحات في المعرفة السياسية لدى الشباب، بالإضافة إلى التعرف على مستويات التفاعلية في هذه الصفحات وتأثيرها على اتجاهات الشباب وآرائهم حول القضايا المختلفة،

لقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح حيث تم إجراء الدراسة على عينة عمدية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب المصري وقوامها 400 مفردة، وتتراوح أعمارهم ما بين 18-35 عاما.

خلصت الدراسة إلى مجموعة من المؤشرات المهمة التي يمكن من خلالها عرض نتائج الدراسة بشكل موجز على النحو التالي:

- النسبة الأكبر من الشباب المصري - عينة الدراسة- يتابعون الأخبار والموضوعات المقدمة من خلال الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- جاءت "المواقع الإخبارية الإلكترونية" في مقدمة المصادر التي يحرص الشباب على متابعتها، تليها "القنوات الفضائية الإخبارية الخاصة"، ثم "مصادر الاتصال الشخصية كالأقارب والأصدقاء وزملاء العمل"، وأخيرا جاءت "الصحف الحزبية" في مؤخرة اختيارات المبحوثين في المصادر التي يحرصون على متابعتها.
- يعتمد الشباب عينة الدراسة على الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات للأخبار بدرجة متوسطة، ومنهم يؤكدون أنهم يمكنهم الاعتماد عليها بدرجة كبيرة.
- 42.2% يرون أن الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي ستؤدي لتطوير وسائل الإعلام التقليدي.

8. عرض وتحليل النتائج:

جدول (01): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع

المتغير	الفئات	إجمالي العينة ن	
		ك	%
النوع	ذكر	22	27.5
	أنثى	58	72.5
	العدد الإجمالي	80	100

يظهر من خلال الجدول أن نسبة الإناث بلغت 72.8% بمجموع 59 تكرار، بينما نسبة الذكور بلغت 27.2% بمجموع 52 تكرار، وتلاحظ طغيان عدد الإناث وذلك راجع للاكتساح النسوي على قوائم الطلبة في مختلف السنوات.

جدول (02): يبين استخدام أفراد العينة للفييس بوك

التوزيع	ك	%	استخدام الفييس بوك
			نعم
نعم	80	100	
لا	00	00	

يتضح من خلال الجدول المتعلق باستخدامات الطلبة لموقع الفييس بوك أن كل أفراد العينة أجابت بـ "نعم" بنسبة تامة 100%، بمجموع تكرارات عدد العينة وهي 80 مفردة، ويعد هذا الاستخدام أمرا طبيعيا وهذا ما أثبتته عدة دراسات أجريت في هذا الصدد، مثل دراسة *stollak et al* (2011)¹، التي أجريت على عينة مكونة من 430 مبحوثا من طلاب جامعة الغرب بالوم.أ، هدفت الى التعرف على أثر استخدام الشبكات الاجتماعية على مستوى الطلاب الدراسي، وتوصلت النتائج إلى أن الفييس بوك جاء في مقدمة الشبكات التي يستخدمها الطلاب.

¹ سليم، حنان، الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط:1، 2017، ص 21.

جدول (03) يبين مدة استخدام أفراد العينة للفيس بوك

التوزيع	ك	%
أقل من سنة	03	03.7
من سنة إلى سنتين	28	34.6
ثلاث سنوات	17	21.0
أكثر من ثلاث سنوات	32	39.5
العدد الإجمالي	80	100

يتبين من خلال الجدول أعلاه طول المدة التي بدأت فيها عينة الدراسة استخدامها لموقع الفيس بوك، فجاء في المرتبة الأولى ما نسبته 39.5% يستخدمون الفيس بوك منذ أكثر من ثلاث سنوات بمعدل تكرار بلغ 32 تكراراً، ثم جاء ما نسبته 34.6% يستخدمون الفيس بوك بين السنة والسنتين بمجموع تكرارات بلغ 28 تكراراً، ليأتي ما نسبته 21% في المرتبة الثالثة تستخدم مفرداته الفيس بوك منذ ثلاث سنوات، ليأتي في آخر مرتبة ما نسبته 3.7% بمجموع تكرارات بلغ 3 تكرارات فقط لأفراد من العينة يستخدمون الفيس بوك منذ أقل من سنة.

جدول (04) يبين فترة استخدام أفراد العينة للفيس بوك

التوزيع	ك	%
صباحاً	05	06.2
ظهراً	09	11.1
مساءً	24	29.6
ليلاً	27	33.3
كل الوقت	32	39.5
العدد الإجمالي	80	100

من خلال الجدول أعلاه يظهر لنا الفترة التي تستخدم فيه عينة الدراسة موقع الفيس بوك فكانت النسبة الأكبر للبدليل "كل الوقت" بنسبة بلغت 39.5% بمجموع تكرارات 32 تكراراً، وذلك لما وفرته تكنولوجيا الاتصال من إمكانية التواجد على شبكة الانترنت طيلة الوقت دون الحاجة إلى التواجد ضمن مجال شبكي محدد كما كان سابقاً، أو وجوب توفر مودام وكابلات كطريقة تقليدية في الاتصال بشبكة الانترنت، هذا من جهة ومن

جهة أخرى حالة الإدمان التي يعيشها جل الشباب عامة والطلبة الجامعيون خاصة على مثل هذه المواقع واستغراقهم فيها.

ثم جاء ما نسبته 33.3% يستخدمون الفيس بوك ليلا بمجموع تكرارات بلغ 27 تكرار ولعل ذلك راجع إلى إنهاء المهام اليومية للطلاب الجامعي وتفرغه للاستخدام، تلتها ما نسبته 29.6% يستخدمون الفيس بوك مساء بمجموع تكرارات بلغ 24 تكراراً، ثم جاء الاستخدام ظهراً لموقع الفيس بوك في المرتبة الرابعة بمجموع تكرارات بلغت 09 تكرارات يقابلها نسبة 11.1%. وفي الأخير جاء ما نسبته 6.2% بمجموع تكرارات بلغ 05 تكرار يستخدمون موقع الفيس بوك صباحاً وفي نسبة ضئيلة إذا ما قارنها بسابقتها من البدائل، ولعل ذلك راجع إلى كون الطالب الجامعي صباحاً يكون ملزماً بالالتحاق بمقاعد الدروس.

جدول (05) يبين الزمن استخدام أفراد العينة للفيس بوك

%	ك	التوزيع
		الزمن
07.4	06	أقل من ساعة
45.7	37	1-2 ساعة
24.7	20	3-4 ساعات
17.3	14	5-6 ساعات
03.7	03	أكثر من 6 ساعات
100	80	العدد الإجمالي

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه المدة الزمنية التي يستغرقها أفراد عينة الدراسة في استخدام الفيس بوك فجات في أعلى الرتب ما نسبته 45.7% يستخدمون الفيس بوك من 1-2 ساعة بمجموع تكرارات بلغت 37 تكراراً، ولعلها مدة زمنية كافية للاطلاع على آخر الأخبار والمعلومات تليها مدة الاستخدام من 3-4 ساعات بمجموع تكرارات بلغت 20 تكراراً ما يقابلها نسبة 24.7%. ثم جاء استخدام الفيس بوك لمدة 5-6 ساعات بنسبة بلغت 17.3% بمجموع تكرارات 14 تكراراً، ولعل ذلك راجع إلى كون هؤلاء الأفراد يستغرقون في الفيس بوك بين الاطلاع على الأخبار والتعمق في التفاصيل، إضافة إلى عنصر التسلية والدرشة مما ينسبهم عامل الوقت في الاستخدام، ليأتي بعدها استخدام الفيس بوك لأقل من ساعة بنسبة بلغت 7.4% بمجموع تكرارات بلغ 06

تكرارات، وفي الأخير استخدام الفيس بوك لأكثر من 06 ساعات ما يعادل 3.7% بمجموع تكرارات بلغت 03 تكرارات.

جدول (06): يبين وسيلة استخدام أفراد العينة لفيس بوك

التوزيع	ك	%
الهواتف الذكية	72	88.90
الأجهزة اللوحية	03	3.70
الحاسب المحمول	15	18.75
الحاسب المكتبي	00	00
العدد الإجمالي	80	100

يوضح الجدول أعلاه الوسيلة التي من خلالها يستخدم أفراد العينة في موقع الفيس بوك، فجاءت نسبة عالية بلغت 88.9% لوسيلة الهاتف الذكي بمجموع تكرارات بلغت 72 وهي ما قاربت جل مفردات عينة الدراسة، ولعل ذلك راجع إلى سهولة استخدام الهاتف المحمول بالإضافة إلى مرونة من خلال الحجم والوزن، والاهم من ذلك ثمنه الذي هو في متناول أي شخص يمكنه امتلاك هاتف محمول، تلتها وسيلة الحاسب المحمول بنسبة 17.3% بمجموع تكرارات بلغ 14 تكرار، ليأتي بعدها الاجهزة اللوحية بنسبة ضئيلة بلغت 3.7% بمعدل 03 تكرارات فقط، وفي الأخير جاء الحاسب المكتبي بنسبة معدومة، وهذا ما يفسره الاتفاق الواسع بين المهتمين والباحثين أن أجهزة الهاتف المحمول ممكن أن تكون بديلا أفضل عن أجهزة الكمبيوتر الشخصية المكتبية الثابتة أو أجهزة الكمبيوتر المحمولة المتنقلة، لأنها أجهزة متعددة الوسائط وقادرة أن تنقل الصوت، والرسائل النصية، الصور، النغمات، والتطبيقات وأي شيء آخر إذا شفر في الشكل الرقمي.¹

جدول (07): يبين دوافع استخدام أفراد العينة للفيس بوك

¹ عبد الله الزلب، بشار مطهر، (الهاتف المحمول كوسيط إعلامي، دراسة مسحية)، مجلة شؤون العصر، المركز الجيني للدراسات الإستراتيجية، المجلد 64، العدد46، سبتمبر 2012، ص02.

الدوافع	التوزيع	ك	%
التعرف على آخر الأخبار	64	79	
من أجل معرفة تفاصيل خبر ما	29	35.80	
الرغبة في تعزيز مصادر أخرى	19	23.50	
لتكوين رأي شخصي حول القضايا	22	27.20	
غير خاضعة للرقابة والنشر يتم فيه بحرية	16	19.80	
ينفرد بنشر أخبار لا تنشرها الوسائل الأخرى	18	22.20	
التواصل مع الأصدقاء	43	53.10	
الدردشة والتسلية	55	67.90	
العدد الإجمالي	266	100	

يتضح من الجدول رقم (07) دوافع استخدام أفراد عينة الدراسة لموقع الفيس بوك حيث تصدر دافع التعرف على آخر الأخبار قائمة البدائل بنسبة 79% جموع تكرارات بلغت 64 تكرارا، ولعل ذلك راجع إلى سهولة استخدام الفيس بوك وتواجد مستخدميه فيه طيلة الوقت مما يجعلهم في اطلاع مستمر على الأخبار، وكذا وامتلاكه خاصية الأنبية والفورية في نقل الأحداث حتى قبل وصولها إلى المؤسسات الإعلامية، ليأتي بعده دافع الدردشة والتسلية بنسبة 67.9% بمجموع تكرارات بلغ 55 تكرارا، وهذا من أصل الأسباب الذي انشأ من اجله الفيس بوك والذي جاء بغرض الدردشة بين طلبة الجامعة، إلى جانب دافع التواصل مع الأصدقاء والذي بلغ بنسبة 53.1% بمجموع تكرارات بلغ 43 تكرارا، ليأتي بعده دافع معرفة تفاصيل خبر ما بنسبة بلغت 35.8%، ليأتي بعده دافع لتكوين رأي شخصي حول القضايا بنسبة 27.2%، ثم بنسب متقاربة لدافع الرغبة في تعزيز مصادر أخرى وينفرد بنشر أخبار لا تنشرها الوسائل الأخرى بنسب 23.5% و 22.2% على التوالي، وأخيرا دافع غير خاضعة للرقابة والنشر يتم فيه بحرية بنسبة بلغت 19.8%.

جدول (08): يبين نسبة المعلومات التي يتحصل عليها أفراد العينة من خلال الفيس بوك

التوزيع	ك	%
طبيعة المواضيع		
ضعيفة	16	19.80
متوسطة	59	72.80
عالية	05	06.20
العدد الإجمالي	80	100

يتبين من خلال الجدول أعلاه نسبة المعلومات التي يتحصل عليها أفراد العينة من خلال الفيس بوك، حيث جاء ما نسبته 72.8% بمجموع تكرارات بلغت 59 تكرار ترى ان نسبة المعلومات المتحصل عليها من الفيس بوك متوسطة وهو ما تجاوز نصف أفراد العينة، ولعل ذلك راجع إلى كون الفيس بوك لا يعد المصدر الوحيد لاستقاء المعلومات من طرف أفراد العينة إذ يعتمدون إلى جانبها على وسائل أخرى، هذا من جهة ومن جهة أخرى ربما لم ترق بعد مواقع التواصل الاجتماعي إلى تلك الموثوقية حتى تحظى بالنسب العالية كمصدر للمعلومات، وهذا ما تناسب ودراسة منة مجدي محمد بهجت، اعتماد الشباب المصري على الصفحات الإخبارية في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية والتي خلصت إلى اعتماد الشباب عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات لديهم بدرجة متوسطة.

ثم جاء بعدها ما نسبته 19.8% يرى فيها أفراد العينة ان نسبة المعلومات المتحصل عليها ضعيفة بمجموع تكرارات بلغت 16 تكرار، ثم جاء بديل نسبة عالية لنسبة المعلومات المستقاة من الفيس بوك بنسبة بلغت 6.2% بمجموع تكرارات بلغت 5 تكرارات فقط.

جدول (09): يبين المصادر الإخبارية التي يحصل منها أفراد العينة على معلوماتهم عبر الفيس بوك

التوزيع	ك	%
المصادر الإخبارية		
صفحة تابعة لمؤسسة إعلامية	14	17.30
صفحة شخصية مشهورة	31	38.30
صفحة مواطنون ينشرون أخبار	35	43.20
صفحة صحفي أو إعلامي	14	17.30

يوضح الجدول رقم (09) المصادر الإخبارية التي يحصل منها أفراد العينة على معلوماتهم عبر الفيس بوك حيث تصدرت المصادر ما يتم نشره من طرف مواطنون يستخدمون للفيس بوك بنسبة 43.20% حيث تحول المواطن إلى منتج للمعلومة كنتيجة للانتشار الواسع لوسائل وتقنيات الاتصال الحديثة لدى شرائح واسعة من المجتمع وسهولة استعمالها من طرف الأشخاص، إلى قيام المواطنين وأفراد الجمهور بصناعة مواد ومضامين إعلامية، كانت في الكثير من الأحيان تنافس وتضاهي مضامين الوسائل الإعلامية التقليدية، فظهرت العديد من الفضاءات والتقنيات الحديثة التي تتيح إمكانية نشر وبث هذه المضامين دون أي رقابة أو ضغط¹

تلتها مصدر صفحة شخصية مشهورة بنسبة بلغت 38.3% ولعل ذلك راجع إلى كون أفراد العينة يميلون إلى شخصيات مشهورة معينة استطاعت تلك الشخصيات أن تبني لنفسها صورة لدى المستخدمين، الذين يتأثرون برأيها ويرون فيها أنها تقدم لهم أخبار ومعلومات تساهم في تنمية معلوماتهم وتزودهم بالخبر وتفاصيله أو زاوية الرؤية لتلك الشخصيات حول أخبار معينة. وبعدهما جاء بنسب متساوية لمصدرين صفحة تابعة لمؤسسة إعلامية و صفحة صحفي أو إعلامي بنسبة 17.3% وذلك راجع كون "الصحفي ليس حرا يعبر عن رأيه بكل حرية، بل انتماءه إلى مؤسسة إعلامية يدفعه إلى احترام

¹ علاونة حاتم، (صحافة المواطن كصدر للمعلومات من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين دراسة مسحية)، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 10، العدد 2، 2017، ص 228.

خطها التحريري داخل المؤسسة وخارجها...الأمر الذي يجعل الصحفي حريصا على عدم نشر ما قد يمس من صورة المؤسسة الإعلامية ومكانتها"¹.

جدول رقم (10): يبين أهمية الفيس بوك كمصدر للحصول على الأخبار

%	ك	التوزيع
		مصدر للحصول على الأخبار
58.75	47	مصدر مهم
23.75	19	مصدر ثانوي إلى جانب وسائل الإعلام الأخرى
10	08	المصدر الوحيد
07.50	06	مصدر ضعيف جدا
100	80	العدد الإجمالي

يبين الجدول أعلاه مدى أهمية الفيس بوك كمصدر للحصول على الأخبار حيث اعتبره ما نسبته 58.75% مصدرا مهما للحصول على الأخبار وذلك راجع إلى ما حققته مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيس بوك من تواجد في الساحة الإعلامية استنادا لما أورده أبو سويلم في دراسته اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات والتي أفضت إلى احتلال الفيس بوك الترتيب الأول في مساهمته في تزويد الطلبة بالأخبار والمعلومات

بينما 23.75% من أفراد عينة الدراسة ترى ان الفيس بوك مصدر ثانوي إلى جانب وسائل الإعلام الأخرى وهذا راجع إلى كون التطورات التكنولوجية الجديدة والتي شكلت وسائط الإعلام الدولي الجديد، لم تلغ تماما مؤسسات الإعلام التقليدي من صحافة وإذاعة وتلفزيون، وإنما اندمجت فيها، فظهرت جميع هذه الوسائل التقليدية في مواقع الإعلام الجديد²، ثم تلاه ما نسبته 23.75% من مجتمع الدراسة يرون الفيس بوك مصدرا مهما للحصول على الأخبار وذلك راجع إلى ما حققته مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيس بوك من تواجد في الساحة الإعلامية استنادا لما أورده أبو سويلم في دراسته اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على

¹ نهي بلعيد، (ولادة صحافة المواطن وتطورها عصر الميديا الجديدة)، منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، العدد 75، 2016، ص 42.

² جلال الدين الشيخ زيادة، (العلاقة بين الإعلام التقليدي وشبكات التواصل الاجتماعي)، ورقة مقدمة إلى مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكاليات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال، يومي 10-11 مارس 2015، ص 25.

الأخبار والمعلومات والتي أفضت إلى احتلال الفيس بوك الترتيب الأول في مساهمته في تزويد الطلبة بالأخبار والمعلومات.

ثم جاء ما نسبته 10% من عينة الدراسة بمجموع تكرارات بلغ 08 تكرارات ترى فيها أن الفيس بوك المصدر الوحيد في الحصول الأخبار، وفي الأخير جاء بديل الفيس بوك مصدر ضعيف جدا في الحصول على الإخبار بنسبة 7.5% بمجموع تكرارات بلغ 06 تكرارات.

جدول رقم (11): تأثير استخدام الفيس بوك على وسائل الإعلام الأخرى

التأثير	التوزيع	ك	%
نقص	63	78.75	
لم ينقص	17	21.25	
العدد الإجمالي	80	100	

يوضح الجدول رقم (11) تأثير استخدام الفيس بوك على وسائل الإعلام الأخرى، حيث جاء ما نسبته 78.75% أبدت فيها عينة الدراسة أن استخدام الفيس بوك ساهم في نقص استخدامهم لوسائل الإعلام الأخرى في الاطلاع على الأخبار، ولعل ذلك راجع إلى ما أورده بعض المختصين في كون مواقع التواصل الاجتماعي عامة والفيس بوك تتميز بكونها إعلام مفتوح يعتمد على التكنولوجيا الحديثة بما يخفف من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميه، وتخطى حدود الدول، ويسر تعدد الثقافات والتوجهات بين أطراف العملية الاتصالية، كما أنه يتميز بتنوع وشمول المحتوى، وحرية تداول المعلومات¹.

بينما جاء ما يقابله 21.25% ترى فيها مفردات الدراسة أنه لم ينقص أو لم يؤثر على علاقتهم بوسائل الإعلام الأخرى وذلك بمجموع تكرارات بلغ 17 تكرار.

¹ قينان عبد الله الغامدي، (التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني)، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، ماي 2012، ص 14.

جدول رقم (12): يبين الأخبار المتواجدة في الفيس ولم تتناولها وسائل الإعلام الأخرى

التوزيع	ك	%
الأخبار المتواجدة		
نعم	60	75
لا	20	25
العدد الإجمالي	80	100

يبين لنا الجدول أعلاه تواجد الأخبار على موقع الفيس بوك لم تتناولها الإعلام التقليدي، حيث أجاب ما نسبته 75% أن الفيس بوك يتضمن أخبار ومعلومات لم تتناولها وسائل الإعلام التقليدية، ولعل ذلك راجع إلى مقدار الحرية التي تكتسي مواقع التواصل الاجتماعي، وغياب الرقابة في نشر المضامين الإخبارية، وكذا عدم وجود ضوابط للنشر فيها، ولعل أهم إشارة هي عدم مرور الخبر على حراس البوابات في مثل هذه المنصات الالكترونية الذين يقتصون الخبر حسب طابع المميز للمؤسسة الإعلامية، أو حتى حسب النظام السياسي القائم خاصة في ظل وجود صحافة المواطن.

جدول رقم (13): يبين الفيس بوك بديل عن وسائل الإعلام الأخرى

التوزيع	ك	%
بديل		
نعم	52	65
لا	28	35
العدد الإجمالي	80	100

من خلال الجدول أعلاه جاء ما نسبته 65% من أجوبة المبحوثين يرون أن الفيس بوك بديل عن وسائل الإعلام الأخرى وهي نسبة تجاوزت نصف عينة الدراسة، ولعل ذلك راجع إلى العلاقة الإقصائية التي تفرضها طبيعة التطور التكنولوجي الذي منح الإعلام الجديد مزايا يفتقر لها الإعلام التقليدي، كالسرعة في نشر الخبر ومتابعة الأحداث، نشر مستحدثاتها أولاً بأول، إضافة إلى انخفاض التكلفة وسهولة الحصول على المعلومة¹، بينما يرى ما نسبته 35% من المبحوثين أن الفيس بوك لا يمكن أن يكون مصدراً بديلاً عن وسائل الإعلام الأخرى وهنا أمكن الحديث عن علاقة تكاملية بين ما هو تقليدي وما هو جديد، حيث وفي ظل التطور التكنولوجي أصبحت معظم وسائل الإعلام التقليدية

¹ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط:1، 2014، ص 192.

(الصحف، الإذاعة، التلفزيون) تعتمد بشكل أساسي على موقعها الإلكتروني في مواكبة السرعة والانتشار والتفاعلية في المجتمع هذا من جهة، ومن جهة أخرى أثبت تاريخ الاتصال عبر مراحل وظهور وسائله أنه لم يمنع ظهور وسيلة استمرار الوسيلة التي قبلها، فظهور الإذاعة لم يلغ الصحافة، وظهور التلفزيون لم يلغ الصحافة والإذاعة، ونفس الشيء مع الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي فظهورها لم يلغ ما هو تقليدي لكنه فرض وألزم ووجب عليها – أي وسائل الإعلام التقليدية- أن تتركب موجة الإعلام الاجتماعي وتجد لها مكانا عبر إنشاء صفحات لها عبر الفيس بوك وذلك للمحافظة على جمهورها وكسب المزيد من المتابعين، وضمان استمراريتها وبقائها حتى في ظل مجانية مثل هذه المواقع.

جدول رقم (14): يبين في حالة الإجابة بـ "نعم"

%	ك	التوزيع
		الإجابة بـ "نعم"
33.30	27	يقدم أخبار آنية
09.90	08	يقدم معلومات صحيحة
30.90	25	يوفر حرية أكثر
07.40	06	يمكن من إبداء الرأي

يتضح من الجدول أعلاه دوافع اعتبار المبحوثين الفيس بوك بديلا عن وسائل الإعلام الأخرى، حيث جاء في قائمة الاختيارات دافع كون الفيس بوك يقدم أخبارا آنية بنسبة بلغت 33.30%، وذلك راجع إلى ما وفرته مواقع التواصل الاجتماعي على رأسها الفيس بوك من إمكانية للمستخدم أن يكون حاضرا وبشكل مباشر في البرنامج دون أن يكون حاضرا جسديا وهذا ما يبرر قيمة الأنية والفورية في عملية البث والتلقي، أي أن تكون عملية التواصل متطابقة بين المرسل والرسالة والمتلقي هذا الأخير الذي انتقل من سلبية التواجد إلى ايجابيته¹.

ثم تلاه دافع كونه يوفر حرية أكثر بنسبة قدرت بـ 30.9% وهي ليست بالمتفاوتة عن الدافع الذي قبلها ذلك كون الأنية وحرية التعبير هما من أهم العناصر التي وفرتها شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك في ظل غياب الرقابة كون المواقع هي ملكية فردية

¹ جمال زرن: مرجع سابق، ص 16.

ليست تابعة لمؤسسات أو أنظمة سياسية، وكذا عدم وجود قوانين تضبط النشر في الفيس بوك أو محدودية الكتابة كما هو موجود في موقع تويتر الذي يحدد 150 حرف فقط في النشر، إلى جانب عدم بروز الهويات الحقيقية للمستخدمين مما يتيح حرية وأريحية في نشر الأخبار والمعلومات، بعيدا عن كل قيد سواء كان قانوني أو اجتماعي أو سياسي.

وفي الأخير جاء دافع أن الفيس بوك يقدم معلومات صحيحة بنسبة بلغت 9.90%، تلاه دافع بنسبة ضئيلة بلغت 7.40% ترى فيها عينة الدراسة أن الفيس بوك بديل عن وسائل الإعلام الأخرى لأنم يمكن من إبداء الرأي.

جدول رقم (15): يبين في حالة الإجابة ب "لا"

%	ك	التوزيع
		الإجابة ب "لا"
10	08	الوسائل الإعلامية تعتمد على مضامينه
25	20	لا يمكن ان يعوض وسائل الإعلام التقليدية
35	28	العدد الإجمالي

أما فيما يخص إجابات المبحوثين حول الفيس بوك كمكمل لوسائل الإعلام التقليدية فقد رجح ما نسبته 25% إلى كون الفيس بوك لا يمكن ان يعوض وسائل الإعلام التقليدية، فلكل وسيلة وجودها وتواجدها، ميزتها وخصائصها، خاصة في ظل تواجد تلك الوسائل على موقع الفيس بوك فحتى لو لم تكن المتابعة فعلية عبر ما هو وورقي أو أثري او حتى التواجد أمام شاشة التلفاز إلا أن كل تلك الوسائل هجرت إلى العالم الافتراضي وصنعت لنفسها تواجدا فيها.

وأجاب ما نسبته 10% من المبحوثين إلى إن الفيس بوك لا يمكنه أن يكون بديلا للإعلام التقليدي، كون وسائل الإعلام التقليدية تعتمد على مضامينه، وذلك من خلال تتبع الأخبار والأحداث التي يقوم بنشرها مستخدموا الفيس بوك تحت ما يسمى بصحافة المواطن، فالعديد من المؤسسات الإعلامية والصحفيون يلجأون إلى ما يتم نشره من معلومات أو صور أو فيديوهات وإعادة بثه أو معالجته، إما عبر مواقعها الالكترونية أو صفحاتها في الفيس بوك أو حتى في مؤسساتها بل نجد أن بعض القنوات الفضائية قد خلقت مساحة من برامجها لصحافة المواطن إما تعقيا أو تفصيلا أو مواكبة للأحداث.

9. أهم النتائج:

- خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نبرز أهمها في:
- تستخدم عينة الدراسة الفيس بوك بدافع التعرف على آخر الأخبار بنسبة 79%، تلاه دافع الدرشة والتسلية بنسبة 67%.
 - نسبة المعلومات التي تستقصيها عينة الدراسة من خلال موقف الفيس بوك جاءت متوسطة بنسبة بلغت 72.80%.
 - تعتبر صحافة المواطن المصدر الإخباري الذي يعتمد عليه أفراد عينة الدراسة في الحصول على الأخبار بنسبة بلغت 43.20%.
 - جاء ما نسبته 58.57% من عينة الدراسة يرون أن الفيس بوك مصدر مهم للحصول على الأخبار لديهم.
 - حسب عينة الدراسة فلقد أثر الفيس بوك على علاقتهم بوسائل الإعلام الأخرى بنسبة بلغت 78.75%، وذلك كون تواجد أخبار على الفيس بوك لم يتناولها الإعلام التقليدي حسب نظرهم وذلك بنسبة 75%.
 - تعتبر عينة الدراسة الفيس بوك بديلا عن وسائل الإعلام الأخرى بنسبة بلغت 65%، كونه يقدم أخبار أنية بنسبة بلغت 33.30%.

خاتمة:

من خلال كل ما سبق نجد أن موقع الفيس بوك أثبت دوره الإعلامي بين وسائل الإعلام الأخرى، حتى وإن كانت هناك أصداء تندد وترفض أن يرقى إلى أن يكون مصدرا من مصادر الأخبار مدللين في ذلك بكونه يحمل الأخبار غير الصحيحة وتكثر فيه الشائعات، وأن الفورية في نشر الإخبار تأتي على حساب موضوعيتها وحتى مصداقيتها، غير أن ما أورده الدراسات التي خاضت مجال الإعلام الجديد كبيئة إعلامية جديدة أثبتت أن موقع الفيس بوك حقق ولا يزال يحقق تواجدا منافسا لوسائل الإعلام الأخرى، خاصة أن هذه الأخيرة لازالت تعيش تحت قيد الأنظمة السياسية من جهة، وقيد السياسة الداخلية للمؤسسات الإعلامية من جهة أخرى.

إن ما أحدثه الفيس بوك من تغييرات على مستوى أنظمة وهيئات يجعلنا نقر بإعلاميته حتى وان كان لا يملك اعتمادا يخوله أن يكون في مصاف الوسائل الإعلامية، أو حتى لعدم امتلاكه تلك القوانين والشروط والقواعد المهنية التي تنظم الممارسات الإعلامية داخله، وكذا شروط نشر الأخبار التي تثبت إعلامية الوسيلة من عدمها. لقد أضحت شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها موقع الفيس بوك منافسا شرسا للإعلام التقليدي، حيث أضعفت قدرة حارس البوابة على التحكم في مرور المعلومات، والحق في إعادة بناء الأخبار وصياغتها ما يتلاءم والمؤسسة الإعلامية، خاصة فيما يسمى بصحافة المواطن وظهور هواية الصحافة وليست مهنة الصحافة، كما حقق الفيس بوك اتصالا جماهيريا متضمنا اتصالا شخصيا عن طريق ما يمتلكه من ميزات يفتقدها الإعلام التقليدي كخاصية التفاعل، الحرية في التعبير، الخروج من دائرة الرقابة والقيود إلى الحق في إبداء الرأي، والمساهمة في صناعة الأخبار وتداول المعلومات، مما أحدث فرقا واضحا في أعداد مستخدمي موقع الفيس بوك مقابل وسائل الإعلام الأخرى، وبالتالي تأثير الأول - أي الفيس بوك- في علاقة مستخدميه بالمتغير الثاني -أي الإعلام التقليدي-

قائمة المراجع:

• الكتب:

1. محمود الفظافضة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين، دط، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات العالمية، فلسطين، دط، 2011.
2. جواد، عبد الستار، فن كتابة الأخبار، عرض شامل للقوالب الصحفية، عمان، دار مجدولاي للنشر والتوزيع، ط:2، 2002.
3. جلي، علي وآخرون، البحث العلمي الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، ط:3، 2003.
4. حسين، سمير، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة، 1975.
5. سليم، حنان، الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط:1، 2017.
6. عزت، محمد، قاموس المصطلحات العلمية، دار الشروق، جدة، ط:1، 1984.
7. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط:1، 2014.

• المجلات والرسائل الجامعية:

1. زرن، جمال، (الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الأعلام الاجتماعي وشبكاته)، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، 27 مارس 2017.
2. عبد الكريم الدبسي، زهير ياسين، (دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية)، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1، 2013.
3. إبراهيم محمد، موسى هاني، (القيم لدى شباب الجامعة في مصر ومتغيرات القرن الحادي والعشرين)، مجلة التربية المعاصرة، كلية التربية، جامعة بنها، العدد 64، 2003.
4. نجوى فهيم، محم صلاح، (استخدام الشباب العربي للمضمون الإخباري عبر المنصات الالكترونية المحمولة دراسة ميدانية)، المجلة العربية للإعلام والاتصال، السعودية، العدد الثامن، نوفمبر 2017.
5. شرحبيل، أبو سويم، (اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات: دراسة مسحية تحليلية)، رسالة ماجستير، عمان، الأردن، جامعة الشرق الأوسط، 2015.
6. منية اسحاق ابراهيم، (اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار)، دراسة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الاعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، قسم الصحافة، 2016.
7. منة بهجت: (اعتماد الشباب المصري على الصفحات الإخبارية في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية)، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2018.
8. عبد الله الزلب، بشار مطهر، (الهاتف المحمول كوسيط إعلامي، دراسة مسحية)، مجلة شؤون العصر، المركز الجيني للدراسات الإستراتيجية، المجلد 64، العدد 46، سبتمبر 2012.
9. ¹ علاونة حاتم، (صحافة المواطن كمصدر للمعلومات من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين دراسة مسحية)، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 10، العدد 2، 2017.
10. نهي بلعيد، (ولادة صحافة المواطن وتطورها عصر الميديا الجديدة)، منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، العدد 75، 2016.

11. جلال الدين الشيخ زيادة، (العلاقة بين الإعلام التقليدي وشبكات التواصل الاجتماعي)، ورقة مقدمة إلى مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكاليات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال، يومي 10-11 مارس 2015.

12. فينان عبد الله الغامدي، (التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني)، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، ماي 2012.