

الفصل الثامن عشر
منهجية البحث

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي، نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث انتشرت شبكة الانترنت في كافة أرجاء المعمورة، وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، ثم ظهرت المواقع الإلكترونية والمدونات الشخصية وشبكات المحادثة، التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث، وخالقت نوعاً من التواصل بين أصحابها ومستخدميها من جهة، وبين المستخدمين أنفسهم من جهة أخرى.

وهذه المواقع هي عبارة عن صفحات ويب على شبكة الانترنت، يخصص بعضها للإعلان عن السلع والخدمات أو لبيع المنتجات، والبعض الآخر عبارة عن صحيفة إلكترونية تتوفر فيها للكتاب إمكانية للنشر، وللزوار كتابة الردود على المواضيع المنشورة فيها، وفرصة للنقاش بين المتصفحين، وكذلك مواقع للمحادثة (الدردشة)، وهناك المدونات الشخصية التي يجعلونها أصحابها كمحفظة خاصة يدونون فيها يومياتهم، ويضعون صورهم ويسجلون فيها خواطرهم واهتماماتهم.

ومن هذه المواقع محركات البحث وبوابات ويب ومراجع حرة والمدونات ومواقع الصحف والمجلات ومواقع الصحف الإلكترونية ومواقع القنوات الفضائية ومواقع اليوتوب.

حتى ظهرت شبكات التواصل الإجتماعية مثل: (الفايس بوك – تويتر – ماي سبيس – لايف بوون – هاي فايف – أوركت – تاجد – ليكند ان – يوتيوب وغيرها)، التي أتاحت البعض منها مثل: (الفايس بوك) تبادل مقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية، والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين.

ويسجل لهذه الشبكات كسر احتكار المعلومة، كما انها شكلت عامل ضغط على الحكومات والمسؤولين، ومن هنا بدأت تتجمع

وتتجاوز بعض التكتلات والأفراد داخل هذه الشبكات، تحمل أفكاراً ورؤى مختلفة، متقاربة أو موحدة أحياناً، مما أثرت هذه الحوارات على تلك الشبكات وزادتها غنى، وجعلت من الصعب جداً على الرقابة الوصول إليها، أو السيطرة عليها، أو لجمها في حدود معينة.

تعتبر مواقع التواصل الإجتماعية هي الأكثر انتشاراً على شبكة الانترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية، مما شجع متصفح الانترنت من كافة انحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، في الوقت الذي تراجع فيه الإقبال على المواقع الإلكترونية، وبالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها الشبكات الإجتماعية على الدوام وخصوصاً موقع (الفايس بوك)، والتي تتهمه تلك الانتقادات بالتأثير السلبي والمباشر على المجتمع الأسري، والمساهمة في انفراط عقده وانهياره، فان هناك من يرى فيه وسيلة مهمة للتنامي والالتحام بين المجتمعات، وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر، والإطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، إضافة لدوره الفاعل والتميز كوسيلة اتصال ناجعة في الهبات والانتفاضات الجماهيرية.

موضوع البحث:

إن تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على جمهور المتلقين، هو موضوع البحث في هذه الدراسة ومواقع: (شبكة الفايس بوك، تويتر، واليوتيوب)، هي النماذج التي يتم تناولها بالبحث والتحليل، ويرى الباحث إن هذه الظاهرة تستحق الدراسة والبحث، ويأمل أن تعزز بدراسات وبحوث أكاديمية أخرى، لافتقار المكتبات الجامعية من مثل هذه الدراسات الأكاديمية لحدثة موضوع البحث، ويتناول الباحث بالتحليل دراسة الشكل والمضمون لموقعي العربية الإلكترونية والاجتماعي.

مشكلة البحث:

إن مشكلة البحث تتمحور حول تلمس الباحث من خلال دراسته ومتابعته للشبكة العنكبوتية، تراجع المواقع الإلكترونية لحساب الشبكات الإجتماعية، وقوة تأثير هذه الشبكات على جمهور المتلقين، وتناول العربية انموذجاً للمقارنة بين موقعها الإلكتروني وموقعها الإجتماعي.

أهداف البحث:

أولاً: الكشف عن شكل المواقع الإجتماعية "الفييس بوك" انموذجاً الخاص بقناة العربية.

ثانياً: المقارنة بين شكل الموقع الإجتماعي (الفييس بوك) وبين شكل الموقع الإلكتروني (العربية.نت) لقناة العربية.

ثالثاً: الكشف عن مضمون المواقع الإلكترونية "العربية.نت" انموذجاً الخاص بقناة العربية.

رابعاً: المقارنة بين مضمون الموقع الإلكتروني (العربية.نت) وبين مضمون الموقع الإجتماعي (الفييس بوك) لقناة العربية.

تساؤلات البحث:

أولاً: ما هو شكل المواقع الإجتماعية "الفييس بوك" انموذجاً الخاص بقناة العربية؟

ثانياً: ما هي أوجه التشابه والاختلاف بين شكل الموقع الإجتماعي (الفييس بوك) وبين شكل الموقع الإلكتروني (العربية.نت) لقناة العربية؟

ثالثاً: ما هو مضمون المواقع الإلكترونية "العربية.نت" انموذجاً الخاص بقناة العربية؟

رابعاً: ما الفرق بين مضمون الموقع الإلكتروني (العربية.نت) وبين مضمون الموقع الإجتماعي (الفييس بوك)، لقناة العربية؟

أهمية البحث:

يرى الباحث أن هذه الدراسة ستسهم في إثراء المكتبات العربية والعالمية بموضوعها، وتستفيد منها بالتحديد الجهات البحثية العلمية في الدراسات الأكاديمية، وطلبة قسم الإعلام والاتصال، وكلية العلوم السياسية، والمهتمون بشبكات التواصل الإجتماعي.

وبما أن هذه الشبكات حديثة العهد، فأن الباحث يأمل أن تفتح هذه الدراسة الباب واسعاً أمام الدارسين والباحثين، للخوض أكثر في غمار شبكات التواصل الإجتماعية هذه، والبناء المؤسس على لبنة الفييس بوك المثيرة للجدل.

حدود البحث:

تتخصر هذه الدراسة مكائياً: في إطار الحدود المكائية الافتراضية لموقع العربية الإلكترونية (العربية.نت) وموقع العربية الإجماعية (الفييس بوك) على شبكة الانترنت، ولهذا يركز الباحث على الزيارات المتواصلة لهذه المواقع، ومتابعة كل ما يكتب وينشر حولها خصوصاً (الفييس بوك).

وزمائياً: في الحدود الزمانية خلال الفترة التي تم اختيارها: (2011/1/25 - 2011/2/11)، لتأثير هذه المواقع على جمهور المتلقين.

منهج البحث:

لأهمية الدراسة والأهداف المرجوة منها، يستخدم الباحث منهجاً علمياً واحداً واستمارات وقوائم استقصائية:

منهج المسح الوصفي: الذي يعرف استخداماته الأساسية الدكتور راسم محمد الجمال في كتابه (مناهج البحث في الدراسات الإعلامية)، بأنه يستخدم في: "البحوث التي تستهدف وصف سمات أو آراء أو اتجاهات أو سلوكيات عينات من الأفراد ممثلة لمجتمع ما، بما يسمح بتعميم نتيجة المسح على المجتمع الذي سحبت منه العينة، ولكن على الرغم من ان منهج الوصف يلعب دوراً وصفيّاً، إلا انه يمكن ان يلعب دوراً تفسيرياً بشرح الأحداث أو الظواهر التي تدرس.. ويستخدم أيضاً في الدراسات التجريبية وشبه التجريبية، عندما نسأل عينة من الأفراد سؤالاً مصاعاً صياغة تجريبية، ونسأل عينة مشابهة سؤالاً مصاعاً بطريقة غير تجريبية.. ويستخدم منهج المسح علأوة على ذلك في اختبار متغيرات شديدة التعقيد". (5-الجمال ص 143-144).

وقد استخدم الباحث منهج المسح الوصفي، لاقترب هذا المنهج من دراسة البحث الحالية. كذلك إعداد قائمة بموقع العربية الإجماعية (الفييس بوك) وقائمة بموقع العربية الإلكترونية (العربية.نت)، واستمارة تحليل الشكل واستمارة تحليل المضمون.

مصطلحات البحث:

أولاً: شبكات التواصل الإجماعية على الانترنت:

يعرفها محمد عواد بانها: "تركيبة إجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العقدة - Node)، بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم. وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقاً كطبيعة الوضع الإجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص". (٣٣ موقع إلكتروني).

ويعرفها موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة بان: "تصنف تلك المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني للويب (ويب ٢.٠)، وتسمى (مواقع الشبكات الإجتماعية). تقوم على المستخدمين بالدرجة الأولى وإتاحة التواصل بينهم سواء أكانوا أصدقاء تعرفهم على أرض الواقع أو كانوا أصدقاء عرفتهم في العالم الافتراضي". (٣٤ موقع إلكتروني).

وتعرفها هبة محمد خليفة بالقول: "الشبكات الإجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الإجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات، وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الإجتماعية بينهم". (٣٥ موقع إلكتروني).

ويعرفها الباحث إجرائياً بأنها: "شبكات إجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الانترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت أسماها الإجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر، وتعدت في الأونة الأخيرة وظيفتها الإجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية، وأبرز شبكات التواصل الإجتماعي هي (الفايس بوك، تويتر، واليوتيوب) وأهمها هي شبكة (الفايس بوك)، التي لم يتجاوز عمرها الست سنوات وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من (٨٠٠) مليون شخص من كافة انحاء العالم".
ثانياً: المواقع الإلكترونية:

يعرفها موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة "هي مجموعة صفحات ويب مرتبطة مع بعضها البعض، ومخزنة على نفس الخادم.

يمكن زيارة مواقع الويب عبر الانترنت.. تختلف أهداف مواقع الويب، فمنها ما هو للإعلان عن المنتجات ومنها ما يبيعها، كما ان هناك مواقع للمحادثة (الدرشة) أو منتديات للنقاش والحديث بين مستخدمي الويب. ويوجد ما يعرف بالمدونات وهي مواقع ويب يسرد فيها مؤلفها ما يريد الكتابة عنه ومواضيع أخرى، كما يمكن للزوار الرد على ما يكتب". (٣٦، موقع إلكتروني).

ويرى موقع كنان أون لاين، بأن تعريف المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت، يختلف باختلاف الهدف من هذه المواقع: "فإذا كان لديك شركة أو مؤسسة فان تعريف الموقع الإلكتروني هو مجموعة من الصفحات الثابتة، والتي تدرج تحت أسم موقعك (الدومين)، وهي صفحات تحتوى على معلومات عن الشركة.. وتكون هذه الصفحات ثابتة على مدى الـ (٢٤) ساعة طوال أيام السنة على شبكة الانترنت.. وهي متاحة لجميع المتصفحين على شبكة الانترنت من جميع دول العالم". (٣٧، موقع إلكتروني).

أما إذا كانت المواقع الإلكترونية شخصية عامة فيعرفها موقع كنان أون لاين: "هي مجموعة من الصفحات التي تدرج تحت أسم موقعك (الدومين)، وهي صفحات تحتوى على السيرة الذاتية الخاصة بك، إضافة إلى أي تسجيلات صوتية أو مرئية أو دروس مكتوبة، بالإضافة إلى إمكانية إتاحة الفرصة لزوار الموقع، للتفاعل مع الدروس والتسجيلات والتعليق عليها والتحاور معك بشكل مباشر" (٣٧، موقع إلكتروني).

هذان هما النوعان الأكثر شيوعاً بين مواقع الانترنت، وهما الأقل من حيث التكلفة، والأسهل في إدارتها والتعامل معها، ويوجد العديد من أنواع المواقع الأخرى والتي تقدم خدمات مجانية أو مدفوعة. أما موقع منهل الثقافة الإلكترونية فيرى أن للمواقع ثلاثة أنواع رئيسية ويعرفها بالقول:

"مواقع الانترنت الساكنة (Static web site): وهي مواقع الانترنت العادية التي تحتوى على نصوص وصور وغيرها، من وسائل العرض النصية الجرافيكية الثابتة والمتحركة طبقاً لمحتوى الصفحات وفكرة وهدف الموقع، إلا ان هذا النوع من المواقع لا

يحتوى على إمكانية تغير بياناته بطريقة ديناميكية متغيرة، أو قاعدة بيانات (Database) يمكن تحديث البيانات من خلالها.

مواقع الانترنت الديناميكية (Dynamic web site): ويعتبر هذا النوع من المواقع أكثر المواقع تطوراً من المواقع الساكنة، حيث يسمح بتغيير أو إضافة أو حذف أي معلومات أو صور من صفحاته وجدأوله بسهولة تامة، من قبل صاحب الموقع أو المسؤول عنه في أي وقت يشاء وبأي عدد من المرات، دون الرجوع إلى مصمم الموقع أو الشركة التي قامت بتصميمه.

مواقع التجارة الالكترونية (E-commerce): وهى بالطبع أكثر مواقع الانترنت تطوراً وأهمها من الناحية التجارية، وتعد مواقع التجارة الالكترونية بمثابة شركات تعمل على بيع منتجاتها وخدماتها من خلال الويب والانترنت، باستخدام طرق دفع اليكترونية عبر الشبكة، ثم توصيل المنتج أو الخدمة بعد ذلك للمشتري في مكانه". (٣٨، موقع إلكتروني).

ويعرفها الباحث إجرائياً بأنها: "مجموعة من الصفحات الإلكترونية تحتوي على عدد من المواد الصحفية والثقافية والترفيهية وبعض الصور ومقاطع الفيديو، ظهرت على شبكة الانترنت في بدايات تسعينات القرن الماضي، وكانت بداياتها نسخ إلكترونية لكبريات الصحف في العالم، وأصبحت فيما بعد مواقع حكومية ومؤسساتية ومعلوماتية وشخصية وسياسية وتجارية وثقافية ورياضية وغيرها، وتحتوي المواقع الإلكترونية على كم هائل من المعلومات الرئيسية في مختلف المجالات وعلى كافة الأصعدة، وتحول أغلبها من صفحات ثابتة على شبكة الانترنت إلى مواقع تحدث نفسها بنفسها تلقائياً، وبإمكان المرء الوصول بثوان معدودة إلى أية معلومات يريدتها ومن مصادرها الرئيسية وفي أي مكان من العالم".

ثالثاً: المواقع الإجتماعية:

يعرف موقع إجابات المواقع الإجتماعية على الانترنت بأنها: "عبارة عن تجمعات لأشخاص خلال مجموعات محددة، والتي يستطيع المرء أن يشبهها بتجمعات قروية أو ريفية مشتركة في صفات أساسية، تهتم الشبكات الإجتماعية على الانترنت بالأشخاص الذين يشتركون في صفات مميزة، (كأماكن عمل، مدارس، جامعات، كليات

بعينها، أو أي مجموعة موحدة الاهتمام)، وهؤلاء الأشخاص متوفرون بكثرة على شبكة الانترنت، بل أن الشبكة مليئة بملايين منهم، والذين يتطلعون للقاء أشخاص جدد حتى يتكاتفوا ويتعاونوا في إشهار هواياتهم واهتماماتهم وانتماءاتهم، ابتداء من رياضة التنس وتنسيق الحدائق وتطوير الصداقات أنتهاء بالسياسة". (٣٩، موقع إلكتروني).

ويعرف موقع عالم التقنية المواقع الاجتماعية بأنها خلقت للمستخدم بالمقام الأول، والحقيقة التي يجب أن يقال: "أن المستخدم هو من يسيرها، فإن أحسن أحسنت، وأن أساء أساءت، فلن يضرها شيء. وأن جننا على شهرتها وشعبيتها ليس في عدد مستخدميها ولا كيف استخدموها، فشهرتها هو نتاج توظيف المستخدمين لها في صالحهم وتجسيدها، وفهمها لما يراد لها، حالها حال أي تقنية تظهر، فكانت الشبكات شخصية، إجتماعية، عملية، تعليمية، كل منها يهدف لمبتغاه، فأخذ بها من على أرض الواقع كالشركات والمؤسسات وغيرها في أعمالهم، وأخذت بها المواقع والمدونات كحال موقع عالم التقنية، الذي استخدمها وسيلة في نشر مواضيعه لتفاعل أكثر معها" (٤٠، موقع إلكتروني).

كما تعرفها هبه محمد خليفة بان: "مواقع الشبكات الاجتماعية هي صفحات الويب، التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الانترنت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام، والتي من شأنها تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم بعض، ويمكن أن تشمل هذه (المميزات المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني والمدونات).. وهناك الآلاف من مواقع الشبكات الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي، وهناك الشبكات الاجتماعية الصغيرة، التي طرحت لتناسب القطاعات المهمشة في المجتمع، في حين هناك شبكات تخدم وحده جغرافية للمجتمع، وهناك بعض الشبكات تستخدم واجهة استخدام بسيطة. بينما البعض الآخر أكثر جراءة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية". (٤١ موقع إلكتروني).

ويعرفها الباحث إجرائياً بانها: "مواقع إلكترونية ذات طابع إجتماعي تحاول أن تقدم واقعاً افتراضياً لالتقاء الأصدقاء والمعارف

والأهل، يحاكي الواقع الطبيعي على الأرض بعد أن أصبح هذا الواقع صعب المنال، من خلال تكوين شبكة من الأصدقاء من مختلف الأعمار والأجناس ومن كافة أنحاء العالم، تجمعهم اهتمامات ونشاطات مشتركة بالرغم من اختلاف وعيهم وتفكيرهم وثقافتهم، وهي عبارة عن منافذ صغيرة للتعبير عما تعتمر به النفوس من أفراح وأحزان، يتبادل من خلالها المشتركون التجارب والمعارف والمعلومات والملفات والصور ومقاطع الفيديو، إضافة إلى تقديم العديد من الخدمات الأخرى لمستخدميها، مثل: البريد الإلكتروني والرسائل الخاصة والمحادثة الفورية وغيرها".

رابعاً: دراسة مقارنة:

يعرفها موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة بالقول: "يقصد بالمقارنة إبراز وتفسير أوجه الشبه والاختلافات بين المتغيرات موضع الدراسة، تخضع لمجموعة من القواعد هي: لا موضع للمقارنة بين أشياء متماثلة تماماً أو متميزة تماماً.. لا يصح إجراء مقارنات مصطنعة تعتمد على تشويه للظواهر أو الحالات محل المقارن.. ضرورة خضوع الظواهر موضع المقارنة لمنهاج بحث واحد توخياً للدقة العلمية في إظهار جوانب الاتفاق والاختلاف". (٤٢، موقع إلكتروني).

ويعرفها موقع الأغواط. نت: "ان كلمة المقارنة تعني لغوياً المقايسة بين ظاهرتين أو أكثر بهدف تقرير أوجه الشبه والاختلاف فيما بينها، أما اصطلاحياً فالمقارنة هي أحد الأساليب المنطقية الأساسية لمعرفة الواقع الموضوعي، وينبغي تمييز المقارنة لمنهج منطقي عن التحليل المقارن الذي هو أحد المناهج الفرعية المستخدمة في البحث العلمي، وهو أسلوب للتعميم النظري ويعتبر منهجاً جزئياً عند تطبيقه على ميدان محدد في العلوم.. تبدأ معرفة أي موضوع بتميزه عن الموضوعات الأخرى، وبتحديد أوجه الشبه والاختلاف بينه وبين الموضوعات الأخرى، والتي هي من طراز واحد، ويمكن القول بأن عملية المعرفة في جانب مهم من جوانبها، هي عملية يقع فيها التشابه والاختلاف في وحدة وثيقة.. أن مغزى المنهج المقارن يصبح أكثر وضوحاً إذا أخذنا بعين الاعتبار أن المقارنة تستخدم من قبل الناس في جميع أوجه نشاط الناس" (٤٣، موقع إلكتروني).

وتعرفها زغينة الهادي بالقول: "تشمل طريقة المقارنة إجراء مقارنات بين الظاهرات الاجتماعية، بقصد الوصول إلى حكم معين يتعلق بوضع الظاهرة في المجتمع، والحكم هنا مرتبط باستخلاص عناصر التشابه أو التباين بين عناصر الظاهرة، لتحديد أسس التباين وعوامل التشابه، فهي نوع من البحث يهدف إلى تحديد أوجه الخلاف والتشابه بين وحدتين فأكثر. وتتمثل في ثلاثة أبعاد: البعد التاريخي يقارن بين وضع الظاهرة في مراحل تاريخية متعاقبة، وبعد مكاني يقارن بين الظاهرة في مكان معين وتواجدها في مكان آخر، وبعد ثالث هو البعد الزمني المكاني الذي يقارن بين تواجد الظاهرة في مكان وزمان معين مع تواجدها في أمكنة أخرى وأزمنة متباينة" (٤٤، موقع إلكتروني).

ويعرفها الباحث إجرائياً بانها: "طريقة علمية لإظهار أوجه الاتفاق والاختلاف بين ظاهرتين أو أكثر في موضع الدراسة، تجمع بينها أحادية أو ثنائية المكان وتقارب أو تباعد الزمان، شريطة أن تكون هناك نقاط متشابهة وأخرى مختلفة، ولا يمكن أن تجري مقارنة الظواهر المتطابقة كلياً أو المختلفة كلياً، فإنه لا يمكن مقارنة ما لا يقارن، وتستند دراسة المقارنة إلى منهج يقارن لضبط متغيرات كل ظاهرة علمياً، للوصول إلى نتائج دقيقة بشأن الظواهر موضع الدراسة، وتوخياً للدقة في وصف التباين والتشابه بين الظواهر، يعتمد الباحث دائماً في تحليل مضمون الظاهرة على منهج بحثي يقارن واحد، للخروج بأفضل النتائج التي تتعلق بالظواهر موضع الدراسة".

خامساً: جمهور المتلقين:

يعرف المخرج سرمد علاء الدين الجمهور المتلقي بالتالي: "أنا لذي تصور خاص للجمهور، فالجمهور بشكل عام يشكل ثلاث دوائر.. الدائرة الكبرى هو الجمهور العام، والدائرة الوسطى هو الجمهور المنفرد، والدائرة الصغرى هو الجمهور المتلقي، وهذا الجمهور هو الذي يهمني كمخرج، لأنه يستوعب ما أريد، ويكون هو الجمهور المتلقي القادر على التفسير والتفكير". (٤٥، موقع إلكتروني).

ويعرفه صالح جاويش أو غلوا بالقول: "الحقيقة فإن الثورة التكنولوجية الحاصلة في وسائل الاتصالات، والتي يبدو أنها لا تعرف

التوقف، قد ساعدت ومكنت الجمهور من تأسيس إعلامه الخاص به، حتى بات المواطن المتلقي نفسه إعلامياً يكتب ويذيع وينتج البرامج المرئية وينشرها ويذيعها من على الانترنت لمواطنين مثله مثلهم، وأصبحوا يتبادلون المعلومات الإخبارية والنتائج الإعلامية من دون الحاجة إلى صرف المبالغ الطائلة، التي تصرفها الوسائل الإعلامية التقليدية. وهكذا أصبحنا نسمع بمصطلحات جديدة مثل "المواطن الصحفي" (journalist citizen) في مجال الإعلام والاتصالات لم نكن نسمعها من قبل، وذلك بسبب الدور الفاعل للمتلقي/ الجمهور في العملية الإعلامية، وبمساعدة وسائل وتقنيات وسائل الإعلام والاتصالات الجديدة". (٤٦، موقع إلكتروني).

ويرى "مكويل (MCQUUIL 1984) في تعريفه للجمهور: "أن السن والطبقة والدخل ومستوى التعليم، لها أهمية كبيرة في تحديد حجم جمهور أي وسيلة إعلامية، لأن كل منها يتدخل في تحديد حجم الوقت وكمية المال اللازمين لاستعمال وسائل الإعلام، فالسن يحدد مدى الاستعداد والحرية في اختيار واستعمال وسائل الإعلام، حيث أن الأطفال الصغار مثلاً يخضعون لاختيار العائلة ويتعرضون للتلفزة أكثر من أي وسيلة أخرى، ومع تقدم السن يتغير، إذ يكتسب حرية في تعامله مع وسائل الإعلام، فيؤدي إلى استعمال الراديو والذهاب إلى السينما، وعندما يصبح الشخص رب العائلة، يعود إلى السياق المنزلي ولكن باهتمامات مختلفة مثلاً، تخصيص وقت أكبر لقراءة الصحف". (٤٧، موقع إلكتروني).

ويعرفه الباحث إجرائياً بأن: "الجمهور الذي تستهدفه السلطات الرسمية والقوى السياسية والمنظمات الإجتماعية، هو الجمهور الذي يشكل الرأي العام ويتلقى رسائل تلك الجهات، والجمهور الذي تهتم به الجهات الثقافية أفراداً أو جماعات، هو جمهور الصفوة أو النخبة أو الجمهور المتلقي، أما الجمهور الذي تتوجه إليه وسائل الإعلام برسائلها المختلفة، فهو الجمهور الذي حول التكنولوجيا الحديثة ووسائل الإعلام الجديدة لصالحه، وأصبح هو المرسل والمتلقي في أن واحد وله إعلامه وصحافته الخاصة، وتطورت لديه عملية التلقي من الإحساس والإدراك إلى الحكم وبناء المعنى فالسلوك الاتصالي، الذي

يمكنه من الإمساك بالوسائل الإتصالية والتحكم بها، وهو ما يسمى (الأثر) الناتج عن العملية الاتصالية التفاعلية".
سادساً: قناة العربية:

يعرفها موقع ويكيبيديا الحر على أنها "قناة فضائية إخبارية عربية كانت تبث من الشركة المصرية لمدينة الانتاج الإعلامي بمصر، والأُن تبث من مدينة دبي للإعلام بالإمارات العربية المتحدة، وتهتم هذه القناة بالأخبار السياسية والرياضية والاقتصادية، بدأت البث في (٣ مارس ٢٠٠٣).. القناة تأسست من قبل مركز تلفزيون الشرق الأوسط (MBC).. ويقول مالك مجموعة (MBC) وليد الإبراهيم: أن (العربية خيار بديل أكثر اعتدالاً من قناة الجزيرة، وهدفه هو وضع (العربية) بالنسبة للجزيرة في الموقع نفسه الذي تحتله (سي أن أن من فوكس نيوز)، كمنفذ إعلامي هادئ ومتخصص معروف بالتغطية الموضوعية، وليس الآراء التي تقدم في صورة صراخ).. حصل موقع العربية الإلكتروني جائزة (أفضل تخطيط استراتيجي للمواقع العربية) في عمان.. وحازت العربية على ثلاث جوائز خلال المهرجان العربي الرابع للإعلام في بيروت، فذهبت جائزة أفضل مذيعة لنجوى قاسم، أما أفضل مذيع فكانت من نصيب الإعلامي طاهر بركة، بينما سمي موقع القناة الإلكتروني، الأول عربياً". (٤٨) موقع إلكتروني).

ويعرفها موقع شوفنك بالقول: "موقع قناة العربية للأخبار والبرامج الوثائقية يحوي العديد من الأخبار اليومية وأرشيف الأخبار، حيث يمكن من خلال الموقع متابعة الأخبار التي تبثها القناة من كل انحاء العالم، وفي كل المجالات السياسية والاجتماعية والطبيعية والرياضية. القناة تبث الأخبار على مدار الساعة، ولذلك فهي تنشر الأخبار في الموقع وتحديثه على مدار الساعة. ما يمكن فعله في الموقع هو التعقيب، وهذا سيعطيك الإمكانية بالتواصل وإبداء الرأي والتعقيب على كل خبر، وقراءة ما كتبه المتصفحين ويمكن الإجابة والمشاركة في الاستفتاء". (٤٩) موقع إلكتروني).

ويعرفها العربية.نت: "كانت ولادة موقع (العربية.نت) www.alarabiya.net في ٢١ فبراير (شباط) ٢٠٠٤، بعد عملية تخطيط بدأت مع إطلاق قناة العربية في مارس (إذار) ٢٠٠٣، ليصبح

واجهت القناة على الانترنت ووجهة المشاهد للحصول على تفاصيل أكثر للموضوعات والتقارير والصور ومتابعتها. في عام ٢٠٠٩ بدأت عملية تكامل بين شاشة العربية والموقع نقلته إلى موقع متلفز لما تقدمه الشاشة من لقاءات وأخبار وبرامج، مضافاً إليها إمكانيات النشر من التوسع في التفاصيل والخلفيات والصور والفيديوهات، مما أدى إلى زيادة غير مسبوقه في زيارات الموقع. يقدم الموقع موضوعاته الخاصة التي يمددها بشبكة مراسلين واسعة حول العالم، والتي تقوم الشاشة بدورها بعرض أهم ما فيها وتفاعلات القراء معها. يرأس تحرير الموقع الإعلامي السعودي داود الشريان". (٥٠، موقع إلكتروني).

ويعرفها موقع كشكول للتقنية بالقول: "حدثت قناة العربية الشكل الجديد لموقعها على الانترنت (alarabiya.net). الموقع تفاعلي أكثر وجميل من ناحية التصميم ومن ناحية اعتماده على الصور المتحركة الرائعة جداً في تغطية الخبر، كما قالت العربية أن الموقع سيشكل نقلة أولى لخدمات العربية أون لاين وتطويرها، خصوصاً التركيز على الربط بمواقع التواصل الإجتماعي، مثل فيس بوك، وتويتر، ويوتيوب باعتبارها أحد الأهداف الرئيسية والروافد المهمة التي حرص الموقع منذ فترة على تفعيلها، وإعطائها مساحة كبيرة من الموقع. أيضاً سيتم تحديث الشريط الإخباري في الموقع ليتوافق مع الشريط المعروض في القناة، أيضاً هناك ميزة في الموقع وهي إمكانية ترتيب الصفحة الرئيسية على حسب اهتمامك وهذه ميزة رائعة جداً" (٥١، موقع إلكتروني).

ويعرفها الباحث إجرائياً بأنها: "قناة تليفزيونية فضائية إخبارية عربية تبث برامجها على مدار الساعة، وتتخذ من مدينة دبي للإعلام بالإمارات العربية المتحدة مقراً لها، وتتنوع أخبارها وبرامجها بين السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية والرياضية وغيرها، وهي واحدة من مجموعة قنوات تلفزيون الشرق الأوسط (MBC).. وقد بدأت قناة العربية بثها اليومي في مارس/ إذار (٢٠٠٣)، وتمكنت خلال فترة من الزمن ان تجد لنفسها مكاناً في الساحة الإعلامية العربية، كواحدة من القنوات التي تحظى بمتابعة يومية، وان تأثر إلى حد ما في المشهد الإعلامي العربي".

ويعرف الباحث إجرائياً موقع العربية الإلكترونية (العربية نت) بأنه: "موقع إلكتروني مرتبط بقناة العربية الفضائية، يقدم صورة محدثة للصحافة الإلكترونية العربية، ويتكون من عدد كبير من الصفحات المتخصصة، إضافة إلى الأبواب والزوايا الثابتة والرسوم والكاريكاتير وحالة الطقس، ويحتوي الموقع على آلاف الصور ومقاطع الفيديو التي توثق لأهم وأبرز الأحداث السياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية وغيرها، ويعتمد الموقع على شبكات التواصل الإجتماعي (الفايس بوك، تويتر، واليوتيوب) في إيصال رسالته الإعلامية، ويحظى موقع العربية على الفايس بإعجاب ما يقارب (مليون ونصف) معجب، إضافة لما يحققه اليوتيوب وتويتر التابعين للموقع من نجاحات".

وسائل جمع البيانات:

إن الوسيلة الأفضل لجمع البيانات في هذا البحث، هي المتابعة المستمرة للمواقع الإلكترونية ومواقع الشبكات الإجتماعية على الانترنت وخصوصاً موقعي العربية الإجتماعي (الفايس بوك) والإلكتروني (العربية نت)، طوال الفترة المحددة لانجاز هذه الدراسة، كذلك متابعة ما ينشر عن هذه المواقع والشبكات في المواقع الإلكترونية وفي الصحف الورقية ووسائل الإعلام الأخرى، ولعل الباحث يحصل على كتب تتضمن بحوث أو دراسات تتعلق بالمواقع الإلكترونية والشبكات الإجتماعية.

هذا بالإضافة إلى إعداد قائمة بموقع الفايس بوك وقائمة بالموقع الإلكتروني لقناة العربية.. واستمارة شكل واستمارة مضمون، لمعرفة مدى تأثير شبكات التواصل الإجتماعية على جمهور المتلقين وعلى متصفح المواقع الإلكترونية على الانترنت، للخروج بنتائج قد تحدد مسار البحث في هذه الدراسة.

ثانياً: الدراسات والبحوث السابقة:

نظراً لحدائثة موضوع هذه الدراسة فإن الباحث يرى أنه لم يتسنى للباحثين الأكاديميين التطرق إلى هذا المضمار بعد، والسبب يعود لحدائته ولتوجس الباحثين من الخوض في غماره، تحسباً لعدم الوقوع في الأخطاء وإبداء آراء غير مكتملة عن هذا الإعلام الجديد وتأثيراته، خصوصاً وأن شبكات التواصل الإجتماعي (الفايس بوك،

تويتر، واليوتيوب) والعالم الافتراضي عموماً حديثة العهد أيضاً، ولغاية البدء في هذه الدراسة لم يتمكن الباحث من الحصول على أية دراسات تفيد موضوع الدراسة إلا ما ندر، غير أنه استطاع فيما بعد الحصول على دراسات سابقة لبعض الباحثين الأكاديميين وبعض مراكز الأبحاث، حول المواقع الإلكترونية والمواقع الإجتماعية، قد تكون قريبة من موضوع البحث في هذه الدراسة، وإذا كانت المواقع الإلكترونية عموماً لم تحظى بدراسات وافية، فإن المواقع الإجتماعية نصيبها قليل جداً من الدراسات الأكاديمية المتخصصة، ومن هنا تناول الباحث البعض المفيد مما توفر من دراسات تتعلق بهذه الدراسة أو تقترب منها وهي كالتالي:

أولاً: المواقع الإلكترونية:

١. دراسة عباس مصطفى صادق (٢٠٠٣): "صحافة الانترنت.. قواعد النشر الإلكتروني الصحفي الشبكي" شملت هذه الدراسة (٣٣١) موقعاً إلكترونياً عربياً، هي: مواقع صحف يومية وأسبوعية وشهرية، في الفترة ما بين (١٩٩٨ - ٢٠٠٠)، وأوضحت أن الصحافة العربية على شبكة الانترنت ما زالت قاصرة في استخدام أساليب ومميزات النشر الإلكتروني، وأن ذهنية (النشر الورقي) ما زالت هي السائدة، وأشارت الدراسة إلى أن الصحافة العربية -بصفة عامة- ما زالت في مرحلة البداية بالنسبة لوجودها في الشبكة وان غالبية مواقع تلك الصحف لا يتم تحديثها على مدار الساعة، بل هي نسخة إلكترونية للصحيفة التي صدرت في الصباح، مما أدى إلى إهمال الإمكانيات التفاعلية للانترنت.

وكانت بعض المواقع تنشر مادتها بصيغة (الصورة) مما أفقدها ميزة (أرشفة المعلومات) وإمكانية (قص ولصق) المادة لمن يريد، وبينت نتائج الدراسة أن (٧٦.٤%) من الصحف تقوم بتحديث مادتها-بما في ذلك الأخبار-بعد مرور (٢٤) ساعة، ورصدت الدراسة عدم وجود الأرشفة في (٤٤.٩%) من المواقع، وأن (٧٥.٣%) منها لا توفر ساحات الحوار، وأن (٩٢.١%) منها لا تقدم استطلاعات للرأي. (٥٢ موقع إلكتروني).

٢. دراسة نجوى عبد السلام (٢٠٠١): "التفاعلية في المواقع الإخبارية على شبكة الانترنت - دراسة تحليلية" عملت هذه

الدراسة على تقويم التفاعلية في المواقع الإخبارية والمتغيرات المؤثرة عليها، عن طريق تحليل مضمون عينة عشوائية بلغت (٤٥) موقعاً إخبارياً تتبع صحفاً مطبوعة، ومحطات إذاعية، وشركات عاملة في مجال الانترنت، لمدة شهر ونصف، واستخدمت الدراسة مقياساً (للتفاعلية) تضمن أبعاداً هي: (تعدد الخيارات، إضافة الآراء، والتفاعلية مع النص).

وأشارت النتائج إلى أن الصحافة الإلكترونية العربية لا تستثمر الإمكانيات التي تتيحها الثورة الرقمية، وأن غالبيتها لا تهتم بإقامة وسيلة اتصال ثنائية الاتجاه بينها وبين المتلقي، بل تكفي بنشر آراء محرريها دون الاهتمام بآراء الجمهور، وأن مستوى التفاعلية بين القارئ ونص المادة الخبرية كان في أدنى مستوياته، بسبب لجوئها إلى إعادة نشر النسخة المطبوعة من الجريدة الورقية. (٢٠ - فهمي ص ٢٣).

٣. دراسة جليلة عبد الله (٢٠٠٩): "الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية دراسة تحليلية للبوابات الإلكترونية العربية (نسيج - محيط - البوابة)" هي دراسة للحصول على شهادة الماجستير من جامعة بغداد، عن واقع البوابات الإخبارية العربية على شبكة الانترنت: (نسيج، محيط، والبوابة نموذجاً)، تطرقت الباحثة في دراستها إلى وظيفة البوابات العربية الإلكترونية، وتناولتها بالتحليل لمحتوياتها وموضوعاتها وأدائها وخصائصها، مقارنة بالإعلام التقليدي من حيث التوافق والاختلاف.

واعتمدت الباحثة على إحصائية لموقع (أليكسا) في تناولها لمواقع نسيج ومحيط والبوابة، باعتبارها من المواقع التي تحظى بشعبية كبيرة ضمن (سنة آلاف) موقع في العالم أجمع، ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة، أن البوابات الإلكترونية استطاعت أن تحقق نجاحاً كبيراً، باعتبارها وسيلة إخبارية تميزت بسرعة نقل الأخبار والأحداث، معتمدة على آخر ما توصلت إليه تكنولوجيا الإعلام الحديثة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن البوابات تعتمد أسلوب التحديث وتجديد نفسها لمسايرة تطورات الأحداث، وقد أتاحت هذه البوابات للقارئ إمكانية المشاركة في إبداء الرأي والتعليق

على بعض المواضيع المنشورة فيها، وكذلك إمكانية إضافة بعض الآراء والأفكار والأخبار، التي تدعم وتعزز من مكانة ومصداقية البوابة، وبهذا تزيد من عدد زوارها وتفاعلهم مع ما تقدمه. (٥٣ موقع إلكتروني).

ثانياً: المواقع الإجتماعية:

٤. دراسة عباس مصطفى صادق (...): "الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة"، توقف فيها الدكتور (عباس مصطفى صادق) عند مفهوم الإعلام الجديد، باعتباره تطوراً كبيراً غير محدد المعالم، وما زالت التعريفات التي قدمها العديد من المتخصصين في الإعلام وتقنياته الحديثة وتطبيقاته، تعريفات حذرة بسبب التطور المستمر لهذا النوع من الإعلام الجديد، ولا يعرف عند أي حد سيتوقف هذا التطور أو تتضح معالم هذا الإعلام أكثر مما هو عليه الآن.

وقد توقف الباحث عند العديد من التعريفات لهذا الإعلام، سواء أكانت لمفكرين ومختصين أو لموسوعات وقواميس متخصصة في التكنولوجيا الحديثة، ومن أهم التعريفات التي تناولتها الدراسة هي: التعريف الذي أورده (نيكولاس نيغروبونتي Nicholas Negroponte)، وكذلك تعريفات (جون بافلك John Pavlik) وفين كروسبي Vin Crosbie وستيف جونز Steve Jones)، حول مفهوم الإعلام الجديد وتطورات الهائلة التي أحدثت ثورة في وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة.

وتوصل الباحث إلى "جملة من الخلاصات من خلال ما قدمته الدراسة من نقاش مفصل لمجموعة الرؤى المطروحة، وهي خلاصات تحاوي أن تلمس الفكرة الرئيسة التي يعمل من خلالها نظام الإعلام الجديد، وتجب على التساؤلات المطروحة عن هوية هذا الإعلام وعن مداخل فهمه وأسس التعامل معه".

ويخلص الباحث إلى القول: "يجب علينا أن نقر أن تغييراً كاملاً يلمس الوسائل الإعلامية القائمة تكنولوجياً وتطبيقياً، كما أن هنالك مستحدثات إعلامية غير مسبوقة تأخذ مكانها الآن وقد جاءت بتطبيقات وخصائص جديدة، وأن حالة جديدة هي وسائل الإعلام حسب الطلب (Mass Customization) تأخذ مكان وسائل الاتصال

الجماهيري (Mass Media)، وأن عملية تحويل وتغيير جذرية تتم للوسائل القائمة (Metamorphosis)، عندها ستكون جميع أجهزة التلفزيون وجميع أجهزة الراديو خارج نطاق الاستخدام، كونها أجهزة تعمل في اتجاه واحد (One-Way) والتغيير الجاري يتجه نحو بناء وسائل تفاعلية (Interactive Media)، هنا تعمل جميع الأجهزة التقليدية وغيرها على منصة الكمبيوتر وتصنع عالماً اتصالياً جديداً ثنائي الاتجاه (Two-Way) له مزايا لم تكن تتوفر في الإعلام القديم".

٥. دراسة لشركة (اكسبيريان هيتوايز) (٢٠١٠): "الفييس بوك الأول أمريكياً والثالث عالمياً"، أوضحت هذه الدراسة أن شبكة التواصل الإجتماعي (الفييس بوك) كانت أكثر المواقع زيادة من رواد الانترنت، حيث احتلت المرتبة الثالثة عالمياً والأولى أمريكياً، وأكدت الدراسة أن صفحة الفييس بوك: (حصلت على (٨.٩٣%) من الزيارات في الولايات المتحدة بين شهري كانون الثاني/يناير وتشرين الثاني/نوفمبر في مقابل (٧.١٩%) لموقع (غوغل.كوم)، التي كانت تحتل قبل سنة المرتبة الأولى أمام (ياهو.كوم). ويبدو أن فييس بوك تتولى الصدارة بانتظام منذ إدار/مارس).

غير أن حصة مواقع غوغل (يوتيوب وخدمة البريد الإلكتروني "جي ميل" والخدمات الأخرى) قد ارتفعت إلى (٩.٨٥%) متقدمة على الفييس بوك (٨.٩٣%) وعلى مجمل مواقع ياهو (٨.١٢%) حسب ما أوضحت الدراسة، وكانت شركة (كومسكور) وضعت قبل أسبوع من ظهور هذه الدراسة، مجمل مواقع (ياهو) على رأس المواقع من حيث عدد الزيارات في الولايات المتحدة في تشرين الثاني/نوفمبر متقدمة على (غوغل ومواقع مايكروسوفت والفييس بوك). وعلى الصعيد العالمي احتل (الفييس بوك) المرتبة الثالثة وراء غوغل ومايكروسوفت ومنقداً على (ياهو). (٥٤، موقع إلكتروني).

٦. دراسة لشركة كيتشوم بلون (٢٠١١): "الفييس بوك وحماية الخصوصية الفردية"، أجريت هذه الدراسة في ألمانيا على (الفييس بوك)، وأظهرت نتائج مثيرة للاهتمام على الصعيد العالمي، لأهمية الشبكة الإجتماعية (الفييس بوك)، التي وصل عدد مستخدميها نحو (٨٠٠) مليون مستخدم، وأن (٢٠) مليون منهم يأتي من ألمانيا وحدها، وبينت الدراسة أن (٩) من عشرة من مستخدمي الشبكة

الإجتماعية (فيس بوك) لديهم قلق حول سوء استخدام المعلومات الشخصية الخاصة بهم على موقع التواصل المشهور، وأن (٦%) فقط من المستطلعين هم مع حماية خصوصياتهم على شبكة الانترنت، وقال (٨٠%) أنهم لا يسمحون للجميع بالوصول إلى الصور الخاصة بهم، وأن (١٢%) لديهم تحفظات، ولكن (٨%) فقط عملوا ما يلزم لتأمين صورهم وتبادلها مع الأصدقاء والمعارف، وأن (٥٠%) ينشر صورهم بلا قيود على أنت.

وقال (ديرك بوب) المدير التنفيذي لشركة (كيتشوم Pleon ألمانيا في دوسلدورف): "أن المناقشات الحالية حول استخدام البيانات من الشبكات الإجتماعية عملت حساسية لدى المستخدمين" وقد أجريت الدراسة على (١٠٠٠) شخص تبدأ أعمارهم من سن ١٤ فما فوق، وعلى حد قول الشركة (كيتشوم بلون) أنها أجرت الدراسة لحماية العملاء في تطوير استراتيجيات وسائل الإعلام الإجتماعية. (٥٥ موقع إلكتروني).

٧. دراسة استرالية لشركة (آي في جي) لأمان الانترنت (٢٠٠٨): "صور طفلك على (فيس بوك) تعرضه للخطر"، أكدت هذه الدراسة أن (٨٤%) من الأطفال الكنديين ينشرون صورهم الشخصية على صفحات المواقع الإجتماعية، مثل (فيس بوك)، وهو ما يجعلهم أكثر عرضة لجرائم انتهاك الخصوصية والاعتداءات الجنسية، ووفقاً للدراسة التي أعدتها شركة (آي في جي) لأمان الانترنت، فإن (٨١%) من الأطفال في (١٠) دول غربية لديهم (تواجد رقمي)، وهي النسبة التي ترتفع إلى (٩٢%) في الولايات المتحدة، تليها هولندا (٩١%)، ثم أستراليا وكندا (٨٤%)، ربعهم كان (متواجداً رقمياً) حتى قبل ان يتواجدوا في صور الفحص بالموجات فوق الصوتية.

وتعليقاً على نتائج الدراسة، قال (بيتر كاميرون)، المدير العام لشركة (آي في جي): "أنها فكرة مثيرة للقلق، فغالبية الأطفال في عالم اليوم يصبح لديهم (تواجد رقمي) بمجرد بلوغهم عامين، وهو التواجد الذي ربما يتوقف عليه شكل حياتهم بأكملها فيما بعد، ما يعزز الحاجة إلى معرفة إعدادات الخصوصية التي يتبعونها على صفحاتهم الشخصية، وإلا ستجد الجميع بإمكانه الوصول إلى صور طفلك بدلاً

من اقتصار ذلك على الأهل والأصدقاء"، بحسب ما نقلته صحيفة (مونتريال جازيت) الكندية.

ونصحت الشركة على لسان المتحدث باسمها (ليويد بوريت) الآباء باتباع إعدادات خصوصية صارمة لحماية صورهم ضد أي استخدام غير مشروع، قد يلزم الطفل طيلة حياته، محذرة من أن الخطر الذي قد يتعرض له الطفل في العالم الرقمي يساوي في الخطورة ما يتعرض له في عالم الواقع، وشملت الدراسة (٢٢٠٠) أمماً تستخدم شبكة الانترنت ولديها أطفال دون الثانية، في بريطانيا وألمانيا وفرنسا وإيطاليا وإسبانيا وكندا وأمريكا وأستراليا وهولندا واليابان، وجاءت الدراسة بعد يومين من كشف (فيس بوك) عن ملامح خصوصية جديدة تسمح للمستخدمين بتكوين مجموعات تمكنهم من مشاركة الصور والرسائل حصرياً مع أصدقائهم وأفراد عائلتهم، ويأمل عملاق التواصل الاجتماعي طرح ملامح خصوصية تتيح للمستخدمين التحكم في الوصول إلى المعلومات من قبل تطبيقات طرف ثالث.

وبعد عام من المراقبة أعلنت مفوضة الخصوصية في كندا، (جنيفر ستودارت)، في يوليو (٢٠٠٩) أن سياسة (فيس بوك) لا تتماشى مع قوانين الخصوصية الكندية. ثم أعلنت في وقت لاحق عن اتفاقية مع الشركة لمنح المستخدمين تحكماً أكثر في معلوماتهم الشخصية، وسلطة الحد من وصول مطوري البرامج والمواقع الخارجيين، وفي الشهر الماضي أعادت (ستودارت) التحقق من تحسينات الخصوصية الخاصة بـ (فيس بوك)، لكنها قالت: ان لديها مخاوف جديدة حول زر "أعجبنى"، وخاصة الدعوة، اللذين تم تقديمهما بعد التحقيق الأولي. (٥٦، موقع إلكتروني).

٨. دراسة مركز (بيو) الأمريكي للأبحاث (٢٠١١): "فيس بوك يساعد في تكوين صداقات أفضل"، أظهرت نتائج دراسة مسحية أجراها مركز (بيو) للأبحاث، أن مستخدمي الفيس بوك أكثر ثقة ولديهم قدر أكبر من الأصدقاء المقربين ودرجة انخراطهم في السياسة أعلى، وقال (كيث هاملتون) الذي قاد الدراسة "سرى كم كبير من التكهات بشأن أثر استخدام مواقع للتواصل الاجتماعي على الحياة الاجتماعية للشخص، وتركزت معظمها حول احتمال أن تكون هذه

المواقع مضررة بعلاقات مستخدميها وتبعدهم عن المشاركة في العالم".

وأضاف "وجدنا العكس تماماً وأن من يستخدمون مواقع مثل (فيس بوك) لديهم عدد أكبر من العلاقات الوثيقة، واحتمال انخراطهم في الأنشطة المدنية أو السياسية أعلى، وتشير الدراسة إلى تغير كبير في العلاقات الإجتماعية، ويستخدم (٤٧%) من البالغين مواقع التواصل الإجتماعي في ارتفاع عن (٢٦%) عام (٢٠٠٨) حين أجريت دراسة مماثلة، وكشفت الدراسة ان مستخدمي (فيس بوك) الذين يدخلون الموقع عدة مرات في اليوم أكثر ميلاً بنسبة (٤٣%) من مستخدمي الانترنت الآخرين، وأكثر ميلاً بثلاثة أمثال من من لا يستخدمون الانترنت إلى الشعور بانه يمكن الوثوق في معظم الزائرين. (٥٧، موقع إلكتروني).

٩. دراسة لشركة (digital surgeons) (٢٠١٠): "الفيس بوك وتويتر خلال (٢٠١٠)"، قامت شركة (digital surgeons) والمتخصصة بتسويق العلامات التجارية علي الشبكات الإجتماعية بإعداد دراسة تحليلية لمستخدمي (الفيس بوك وتويتر) خلال ٢٠١٠ أو ما يسمى بـ (Social demographics)، وبينت ان أكثر من (٥٠٠) مليون مستخدم للفيس بوك وان (١٠٠) مليون مستخدم لتويتر ولكن ما هو سلوك المستخدم؟ من أشهر فيهما؟ وما هو تعليم المستخدم علي الشبكتين؟ ومن أين يأتي المستخدمين؟ نسبة استخدام الهواتف في الدخول علي الشبكتين؟ وأكثر من ذلك، وحسب الدراسة تتضح النسب التالية:

الفيس بوك: نسبة اهتمام المستخدمين (٨٨%)، والمستخدمين للفيس بوك بشكل دائم ويومي (٤١%)، ومستخدمي الفيس بوك عبر الهواتف (٣٠%)، والمستخدمين المهتمين بالعلامات التجارية (٤٠%)، نسبة المستخدمين المحدثين لحساباتهم الشخصية بشكل يومي (١٢%)، ونسبة المستخدمين خارج الولايات المتحدة (٧٠%).

تويتر: نسبة اهتمام المستخدمين (٨٧%)، والمستخدمين بشكل دائم ويومي (٢٧%)، ومستخدمي التويتر عبر الهواتف (٣٧%)، والمستخدمين المهتمين بالعلامات التجارية (٢٥%)، والمستخدمين

المحدثين لحساباتهم الشخصية بشكل يومي (٦٧%)، ونسبة المستخدمين خارج الولايات المتحدة (٦٠%).

وذكر المصدر ان معظم الدراسة قامت علي دراسة سلوك وتركيبة المستخدمين داخل الولايات المتحدة، وبالرغم من الاختلاف الواضح في الاستخدام بين (الفايس بوك وتويتر)، إلا أن الدراسة توضح مدى قوة الشبكات الإجتماعية وجذبها لطبقات المجتمع المختلفة، ومن الجديد بالذكر ان إحدى الدراسات أثبتت وجود ما يسمى: (الضمير الافتراضي)، والذي تكون نتيجة استخدام الشبكات الإجتماعية. (٥٨، موقع إلكتروني).

١٠. دراسة موقع "بيت.كوم" (٢٠١١): "غالبية العرب يستخدمون الانترنت للردشة"، أظهرت دراسة حديثة أن غالبية مستخدمي الانترنت في الدول العربية يلجأون إلى الشبكة الإلكترونية للردشة مع أصدقائهم، أو العثور على أصدقاء جدد، مقارنة بمستخدمي الانترنت لأغراض أخرى، مثل التعلم عبر الانترنت أو التسوق الإلكتروني أو البحث عن وظيفة.

وذكرت الدراسة المتخصصة التي أجراها موقع "بيت.كوم" أحد أكبر مواقع التوظيف في الشرق الأوسط، أن السبب الرئيسي لاستخدام الانترنت في المنطقة العربية، يعود إلى المشاركة في النشاطات الإجتماعية على الشبكة الإلكترونية، بمعدل يصل إلى ثلاث ساعات أو أكثر بصفة يومية، وكشفت النتائج ان (٦٧%) ممن شملتهم الدراسة، يستخدمون الانترنت في التواصل الإجتماعي، بينما ذكر (٣٦%) منهم انهم يتواصلون يومياً مع أصدقائهم عبر البريد الإلكتروني، فيما يتواصل (٣١%) مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الإجتماعي، مثل (فايس بوك) و(تويتر) وغيرها.

وأضافت أن مشاهدة الفيديو والاستماع إلى الموسيقى من الأمور التي تحظى بشعبية ضمن النشاطات اليومية للاتصال بشبكة الانترنت، فيما تأتي نسبة ملحوظة من هذه النشاطات اليومية على الانترنت من غرض البحث عن عمل، في ظل وجود نسبة (٣٦%) من المشاركين يستخدمون الانترنت لإيجاد وظيفة، ومن النشاطات (الأقل شعبية) لمستخدمي الانترنت تحميل (البودكاست) وتحظى بنسبة (٤٧%)، والمشاركة في دورات تعليمية إلكترونية بنسبة (٤٢%)،

والألعاب الإلكترونية (٤٠%) ورفع مقاطع فيديو إلى مواقع مشاركة الفيديو (٣٧%)، وتحميل الصور بنسبة (٣٢%)، كما بينت الدراسة ان (٤٣%)، قالوا انهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في مكان العمل، فيما كان السبب الرئيسي في عدم استخدام تلك المواقع في مكان العمل "عدم توفر الوقت الكافي" لدى (٦٣%)، مقابل (١٦%) قالوا أن تلك المواقع "محبوبة" في أماكن عملهم. (٥٩، موقع إلكتروني).

١١. دراسة جامعة واشنطن (٢٠١١): "دور الإعلام الاجتماعي في تفعيل الثورات العربية"، قامت مؤخراً جامعة واشنطن بعمل دراسة من خلال باحثين متخصصين لمعرفة الدور الفاعل الذي قامت به وسائل الإعلام الاجتماعية مثل: (تويتر والفيس بوك) في إشعال وتفعيل الثورات العربية المختلفة، والتي اجتاحت بعض دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، واعتمدت الدراسة على (٣) ملايين تعليق (تويتر) وساعات لا تحصى من أشرطة فيديو (يوتيوب وغيغابايت) من المواقع الشخصية، لمعرفة واستكشاف ما إذا كانت الشبكة العنكبوتية والخدمات الاجتماعية (تويتر، الفيس بوك، ووسائل الإعلام) لعبت حقاً دوراً كبيراً في ربيع الثورات العربية.

ووفقاً للدراسة أن الثرثرة عن الثورة بدأت قبل قليل من الثورات في كثير من الأحيان الفعلية، وأشار (فيليب هوارد) الأستاذ بجامعة الاتصالات بواشنطن والمشرّف على الدراسة: "الناس استفادت كثيراً من المشاركة في الشبكات الاجتماعية سعياً للديمقراطية، وأصبحت مختلف وسائل الإعلام من صحافة ومواقع جزءاً هاماً من الأدوات الساعية للحرية.. حيث وجدنا ان التعليقات في (تويتر) قد ارتفعت من (٢٣٠٠) تعليق في اليوم الواحد لتصل إلى أكثر من (٢٣٠٠٠٠) في اليوم الواحد، وهذا يعكس نوعاً من الانفجار والعطش للحرية والديمقراطية والتغيير.. كما حصل في مصر حيث ازدهر الربيع العربي.

ولقد استفاد كل المستخدمين للمواقع والانترنت من ممارسة حرية التعليقات والمحادثات بصورة لافتة.. وهنا واجهت بعض الحكومات تحديات صعبة في عملية قطع الاتصالات أو الانترنت أو

حتى الهاتف النقال"، وأكد (هوارد): "أن وسائل الإعلام التقنية الحديثة كان لها دور كبير في عملية التغيير بصورة مذهشة". (٦٠ موقع إلكتروني).

١٢. دراسة لشركة (تكنو وايرلس) (٢٠١١): "١.٩) مليون مستخدم جديد للانترنت في مصر بعد الثورة"، كشف تقرير حديث عن زيادة كبيرة في استخدام الانترنت في مصر في أعقاب ثورة (٢٥) يناير، التي أطاحت بالرئيس السابق (حسني مبارك) بعد (٣٠) عاماً في السلطة، ويقول التقرير الذي أعدته شركة (تكنو وايرلس) المصرية المتخصصة في التسويق الإلكتروني وشبكات الهاتف المحمول:

"أنه فضلاً عن الزيادة الكبيرة في عدد متصفح الشبكة ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، تغير نمط اهتماماتهم بمحتويات الانترنت. ولعب الانترنت بشكل عام وموقعا (فيس بوك) و (تويتر) للتواصل الاجتماعي بشكل خاص، دوراً فاعلاً في الانتفاضة الشعبية التي استمرت (١٨) يوماً.. وبعد الثورة لجأ المجلس العسكري الذي يدير البلاد حالياً والحكومة السابقة برئاسة أحمد شفيق والحكومة الحالية برئاسة عصام شرف إلى انشاء صفحات رسمية على (فيس بوك) للتواصل مع الشباب الذي أطلق شرارة الثورة".

وقال التقرير الذي حمل عنوان "الثورة الثانية أو (ثورة ٢٠٠٠)"، على نمط الطريقة التي تكتب بها أسماء الإصدارات المطورة من برامج الكمبيوتر: "ان عدد مستخدمي الانترنت في مصر قبل (٢٥) يناير كان يبلغ (٢١.٢) مليون شخص لكنهم وصلوا إلى (٢٣.١) مليون بعد هذا التاريخ بزيادة نسبتها (٨.٩%)، أو ما يعادل (١.٩) مليون مستخدم"، وأشار التقرير إلى تزايد فترات استخدام شبكة الانترنت: "إذ أصبح المستخدم في مصر يقضي (١٨٠٠) دقيقة شهرياً على الشبكة بعد الثورة مقارنة مع (٩٠٠) دقيقة قبلها".

ويشان الآلية التي اعتمدت عليها الشركة في جمع الإحصاءات قال (مصطفى أبو جمرة) رئيس مجلس إدارة (تكنو وايرلس): "نعتمد على تقنيات عالية الدقة في مراقبة وإحصاء مستجدات وتغيرات الأسواق الرقمية بمصر، ومن أهم هذه التقنيات استخدام قواعد بيانات ضخمة، كما يتم رصد سلوكيات استخدام الانترنت والمتغيرات التي

تطراً عليها بصفة يومية مما يمكننا من تقديم أدق الإحصاءات والتقديرات التي تتعلق بهذا المجال.. وربما تفتح هذه الزيادة الكبيرة في أعداد مستخدمي الشبكة المجال أمام توسع سوق الانترنت في مصر".

وتناول تقرير (تكنو وايرلس) بالتفصيل حجم الزيادة في استخدام ثلاثة مواقع كان لها أثر كبير في الانتفاضة الشعبية وهي: (فيس بوك وتويتر)، بالإضافة إلى موقع (يوتيوب) لتبادل ملفات الفيديو، وذكر "أن عدد مستخدمي (فيس بوك) قبل (٢٥) يناير كان (٤.٢) مليون شخص لكنه ارتفع (٢٣.٨%) بعد الثورة إلى (٥.٢) مليون، أما (تويتر) فكان عدد مستخدميه قبل الثورة (٢٦٨٠٠) مستخدم زاد بعدها إلى (٤٤٢٠٠)"، وبخصوص (يوتيوب) قال التقرير: "انه خلال الأسبوع الأول من الثورة تمت مشاهدة (٨.٧) مليون صفحة على الموقع من قبل مستخدمين مصريين، جاء هذا العدد رغم قطع السلطات المصرية خدمات الانترنت في جميع ربوع البلاد من (٢٨) يناير حتى الأول من فبراير".

ورصد التقرير الذي صدر في (٢٠) صفحة اختلافاً في سلوكيات المستخدمين المصريين على الانترنت بعد (٢٥) يناير، إذ كانوا قبل هذا التاريخ "أكثر اهتماماً بالترفيه"، أما بعد الثورة فقد أصبح المستخدمون، "أكثر دراية بكيفية استخدام أدوات الانترنت، ولأول مرة تعلموا استخدام المواقع الوسيطة والتغلب على تعطيل الشبكات الإجتماعية، والبحث عن الأخبار ذات المصداقية والتركيز على إيجاد مصادر للمتابعة الحية". (٦١، موقع إلكتروني).

ثالثاً: التعليق على الدراسات والبحوث السابقة:

لا شك أن للدراسات السابقة أهمية كبيرة لدى كافة الباحثين الأكاديميين، أو المعاهد والجامعات ومراكز الأبحاث، أو الشركات والمؤسسات البحثية عند القيام بأي بحث علمي معتمد ورسين، وقد يستفيد من هذه الدراسات الباحثون أو الجهات البحثية الأخرى، إذا كانت تتعلق بمواضيع بحوثهم أو تقترب منها في الإجابة على تساؤلات الدراسة وصياغة فروضها وتحقيق أهدافها، ومن خلالها يتوصل الباحثون إلى نتائج واستنتاجات ومقترحات قد تسهم في إثراء مواضيعهم البحثية، والتي من شأنها ان تعوض النقص الحاصل في

الدراسات التي سبقتها، ويلاحظ ان معظم الدراسات السابقة التي أعتمدها الباحث في هذه الدراسة وبالرغم من قلتها، قد تناولت إلى حد ما بعض الجوانب الأساسية من هذه الدراسة، وأشارت إلى أهمية الإعلام الجديد ودوره في إحداث نقلة نوعية في مفهوم وسائل الإعلام كافة، وركزت على مفهوم التدوين الإلكتروني وصحافة المواطن.

وتناولت المواقع الإلكترونية وأهميتها وانواعها وأفاقها، وتوقفت معظمها عند المواقع الإجتماعية، التي أصبحت في متناول أي متصفح لشبكة الانترنت، بالرغم من التعامل الحذر معها الذي أكدت عليه بعض الدراسات، وتأثيراتها السلبية المنظورة وغير المنظورة على جيل الشباب والمراهقين، إلا ان معظم الدراسات أكدت على الدور الإيجابي الذي تلعبه شبكات التواصل الإجتماعي، في التقارب بين الشعوب من خلال تقديم الأخبار والمعلومات وتبادل الثقافات، والخروج على سلطة الرقيب وإتاحة المجال لإبداء الرأي وحرية الاختيار، والدور المتميز الذي لعبته شبكات التواصل الإجتماعي (الفايس بوك، تويتر، واليوتيوب)، في أحداث (ثورات الربيع العربي).

وقد اقتربت بعض الدراسات من هذه الدراسة في تأكيد وإثبات: (تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على جمهور المتلقين)، وهو الهدف الذي يسعى الباحث في الوصول إليه في هذه الدراسة، واختلفت بعض الدراسات عن هذه الدراسة، كون أغلبها ركز على (شبكة الفايس بوك) ولم يتطرق إلى باقي شبكات التواصل الإجتماعي الأخرى، ما عدا البعض منها تناول (تويتر واليوتيوب) إلى جانب (الفايس بوك)، وفي دراسة واحدة تم التطرق إلى (تويتر) جنباً إلى جنب مع (الفايس بوك)، وأن أغلب الدراسات التي تناولت (الفايس بوك)، ركزت على الجانب السلبي فقط. بينما يسعى الباحث من خلال هذه الدراسة أن يقدم تحليلاً موضوعياً لسلبيات وإيجابيات شبكات التواصل الإجتماعي ولكل مقومات الإعلام الجديد ومفاصله، بنظرة بحثية محايدة، بعيداً عن الميول والاتجاهات والتأثيرات السياسية والاجتماعية والرغبات والتمني.