



عمادة الدراسات العليا
جامعة القدس

مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك
المراهقين خلال هبة أكتوبر طلبة المرحلة الثانوية في سلفيت نموذجاً

زاهر "محمد نعيم" عبد اللطيف زهد

رسالة ماجستير

القدس - فلسطين

1439هـ / 2017م

مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك المراهقين خلال هبة أكتوبر طلبة المرحلة الثانوية في سلفيت نموذجاً

إعداد:

زاهر "محمد نعيم" عبد اللطيف زهد

بكالوريوس: انظمة معلومات حاسوبية من جامعة القدس المفتوحة - فلسطين

إشراف: د. احمد رفيق عوض

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات نيل درجة الماجستير في التنمية المستدامة مسار بناء مؤسسات وتنمية موارد بشرية من معهد التنمية المستدامة - جامعة القدس

1439هـ / 2017م



جامعة القدس
عمادة الدراسات العليا
برنامج ماجستير بناء المؤسسات

اجازة الرسالة




مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك المراهقين
خلال هبة أكتوبر طلبة المرحلة الثانوية في سلفيت نموذجاً

اسم الطالب: زاهر " محمد نعيم " عبد اللطيف زهد

الرقم الجامعي: 21511650

إشراف: د. احمد رفيق عوض

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ: 2017/12/20 من لجنة المناقشة المدرجة أسماؤهم وتواقيعهم:

رئيس لجنة المناقشة	د. احمد رفيق عوض	التوقيع:	
ممتحن أول	د. عبدالوهاب الصباغ	التوقيع:	
ممتحن ثاني	د. نادر صالحه	التوقيع:	

فلسطين - القدس

1439هـ - 2017م

إهداء

إلى أمي وأبي

إلى زوجتي واولادي

إلى أهلي وعائلي

إلى أساتذتي

إلى زملائي وزميلاتي

إلى الشموع التي تحترق لتضيء للآخرين

إلى كل من علمني حرفاً

أهدي هذا البحث المتواضع راجياً من المولى

عز وجل أن يجد القبول والنجاح

إقرار

أقرّ أنا مُعدّ الرّسالة أنّها قدّمت لجامعة القدس، لنيل درجة الماجستير، وأنّها نتيجة أبحاثي الخاصّة، باستثناء ما تمّت الإشارة إليه حيثما ورد، وأنّ هذه الدراسة، أو أيّ جزء منها، لم يقدم لنيل درجة عليا لأيّ جامعة أو معهد آخر.

التوقيع: زاهد زهد

الاسم: زاهر " محمد نعيم " عبد اللطيف زهد

التاريخ: 2017/12/20

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على معلم البشرية وهادي الإنسانية وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين.

أتوجه بالشكر الجزيل لكل من ساهم في إخراج هذا البحث إلى حيز التنفيذ، وإلى كل من كان سبباً في تعليمي وتوجيهي، ومساعدتي وخص بالذكر الدكتور احمد رفيق عوض على توجيهاته المتواصلة وملاحظاته التي افادنتني في اخراج هذا البحث الى حيز الوجود، حيث لم يأل جهداً في إرشادي وتوجيهي أثناء إعداد البحث، وكذلك الدكتورنادر صالحه الذي لم يبخل عليّ بوقته وعلمه وتقديم خبرته الاكاديمية في إثراء هذا البحث، وكذلك الدكتور عبدالوهاب الصباغ الذي كان له الفضل في تشجيعي وتحفيزي لاجراء البحث على اكمل وجه، كما اتقدم بالشكر الجزيل الى اعضاء لجنة تحكيم الاستماره على ملاحظاتهم وتوجيهاتهم، وخص بالذكر الصديق الاستاذ مروان زهد على جهوده الطيبة في مساعدتي ايضا بالتحليل الاحصائي حيث كان له دور بارز في اخراج النتائج الدقيقة، وكذلك اشكر ادارة معهد التنمية المستدامه واطباء هيئتها التدريسية وعلى راسهم مدير المعهد الدكتورعزمي الاطرش، لهم مني كل الاحترام والتقدير.

زاهر زهد

2017/12/20

فهرس المحتويات

أ.....	إقرار
د.....	إهداء
ج.....	شكر وتقدير
ج.....	فهرس المحتويات
ح.....	فهرس الجداول
ي.....	فهرس الاشكال
ك.....	فهرس الصور
ل.....	فهرس الملاحق
م.....	ملخص الدراسة:
ن.....	Abstract:
1.....	الفصل الاول
1.....	خلفية الدراسة
2.....	1.1 مقدمة
2.....	1.2 مبررات الدراسة :
3.....	1.3 مشكلة الدراسة :
3.....	1.4 أهمية البحث :
3.....	1.5 أهداف البحث :
4.....	1.6 اسئلة البحث :
4.....	1.7 فرضيات الدراسة :
5.....	1.8 منهج الدراسة:
5.....	1.9 حدود البحث :
6.....	1.10 متغيرات البحث:
7.....	1.11 التعريفات الاجرائية (المصطلحات)

9	الفصل الثاني - الاطار النظري
10	المبحث الاول - الصورة الرقمية
11	2.1.2 اللغة والصورة
12	2.1.4 مفاهيم تتعلق بالتعرض، المشاهدة، الرؤية، النظر، التلقي، الادراك
14	2.1.5 تعريف الصورة:
15	2.1.6 اهمية الصورة
17	2.1.7 الصورة الرقمية (digital image)
18	2.1.8 وظائف الصورة
20	2.1.9 أنواع الصور:
25	2.1.10 الصورة وتأثيرها
27	2.1.11 زوايا الكاميرا ودلالات استخدامها :
29	2.1.12 تصنيف الصور حسب التأثير :
32	2.1.13 الصورة رسالة:
32	2.1.14 سلطة الصورة:
33	المبحث الثاني - تعديل السلوك
34	2.2 تعديل السلوك الانساني
35	2.2.1 السلوك الانساني:
35	2.2.2 تصنيف السلوك الانساني:
36	2.2.3 تعديل السلوك وخصائصه :
36	2.2.4 قياس السلوك:
38	المبحث الثالث - نظريات الاعلام
39	2.3 نظريات الاعلام
39	2.3.1 علاقة نظريات الاعلام بفلسفة الاعلام:
39	2.3.2 نظريات التأثير المباشر:
39	2.3.3 نظريات التأثير الانتقائي:

40.....	2.3.4 نظريات التأثير غير المباشر:
41.....	2.3.4.1 نظرية الاستخدامات والإشباع
42.....	2.3.4.2 نظرية النموذج.
43.....	2.3.4.3 نظرية الغرس الثقافي.
46.....	2.3.4.4 نظرية ترتيب أولويات Agenda -Setting Theory
47.....	المبحث الرابع - شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.
48.....	2.4 شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.
48.....	2.4.1 شبكة الانترنت
48.....	2.4.2 الاستخدامات الاعلامية لشبكة الانترنت
49.....	2.4.3 مستخدمو الانترنت
50.....	2.4.4 الاعلام الالكتروني
50.....	2.4.5 مواقع التواصل الاجتماعي
51.....	2.4.5.1 الفيسبوك (Facebook):
54.....	2.4.5.2 تويتر (Twitter):
56.....	2.4.5.3 اليوتيوب YouTube :
64.....	المبحث الخامس - الدراسات السابقة
65.....	2.5 الدراسات السابقة
65.....	2.5.1 دراسة (جمعية المعارف الاسلامية الثقافية: 2016): شبكات التواصل الاجتماعي
65.....	2.5.2 تقرير (سوشيال فلسطين، 2016):
66.....	2.5.3 تقرير (سوشيال ستوديو، 2016): "حول وسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين"
67.....	2.5.4 دراسة (اللحام، 2015): دور الاعلام الجديد في "تورات الربيع العربي" 2011-2014، نموذجاً.
67.....	2.5.5 دراسة (أبو يعقوب، 2015) " اثر مواقع التواصل على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية.
68.....	2.5.6 دراسة (حموده، 2013): دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب
68.....	2.5.7 دراسة (الشهري، 2013): أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية.
69.....	2.5.8 دراسة (قويدر، 2012): أثر الألعاب الالكترونية على السلوكيات لدى الاطفال

69	2.5.9 دراسة (فراونة، 2012):فعالية استخدام مواقع الفيديو الالكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصورة الرقمية.
70	2.5.10 دراسة (المنصور، 2012): تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين
71	2.5.11 دراسة (الفضلي، 2010): " ثقافة الصورة ودورها في الاثراء الفني لدى المتلقي "
71	2.5.12 دراسة (صادق: 2007):"الصورة الرقمية كعنصر رئيسي في بنية الاعلام الجديد
72	2.5.13 دراسة (الغامدي، 2007): ثقافة الصورة الفنية وأثرها الاجتماعي والتربوي.
72	2.5.14 التعليق على الدراسات السابقة:
74	الفصل الثالث - منهجية الدراسة و إجراءاتها
75	3.1 منهجية الدراسة و إجراءاتها
75	3.1.1 منهج الدراسة
75	3.1.2 مجتمع الدراسة
77	3.1.3 عينة الدراسة
80	3.1.4 أداة الدراسة
81	3.1.5 صدق أداة الدراسة.....
83	3.1.6 ثبات أداة الدراسة:
84	3.1.7 متغيرات الدراسة.....
84	3.1.8 إجراءات تطبيق الدراسة:
85	3.1.9 المعالجة الإحصائية:
86	الفصل الرابع - نتائج الدراسة
87	4.1 نتائج الدراسة.....
87	4.1.1 النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة:
94	4.1.2 فحص فرضيات الدراسة:
105	الفصل الخامس - الاستنتاجات والتوصيات
106	5.1 الاستنتاجات والتوصيات
106	5.1.1 تحليل النتائج.....
108	5.1.2 الاستنتاجات

108	5.1.3 التوصيات
114	المراجع
116	الملاحق

فهرس الجداول

- جدول (2.1) يوضح عدد مستخدمي الانترنت والفيسبوك في فلسطين.....49
- جدول(3.2) اعداد طلاب الصف العاشر والحادي عشر في مدارس مديرية التربية والتعليم في سلفيت للعام75
- جدول رقم (3.3) يوضح حجم العينة التطبيقية لمجتمع الدراسة78
- جدول(3.4) وصف العينة حسب متغيرات الدراسة المستقلة79
- جدول (3.5) مقياس "ليكرت" ذي الخمسة أوزان81
- جدول رقم (3.6) المجالات التي تقيسها أداة القياس81
- جدول(3.7) معامل الارتباط بين الفقرات والمجال الذي تنتمي اليه.....82
- جدول رقم (3.8) معامل ثبات كرونباخ الفا حسب المجالات والدرجة الكلية لفقرات الأداة84
- جدول(4.9) المتوسطات الحسابية ودرجة الأثر للمجالات والدرجة الكلية تبعا لمجالات الدراسة والدرجة الكلية88
- جدول(4.10) المتوسطات الحسابية لأكثر الفيديوهات التي تستهوي الطلبة لمتابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي.89
- جدول(4.11) التكرار والنسب المئوية لاستجابة الطلبة على سؤال هل تؤثر الصور التي تشاهدها على حياتك الشخصية؟.....90
- جدول(4.12) المتوسطات الحسابية لنوع الصور التي تجلب انتباه الطلبة مرتبة تنازليا91
- جدول(4.13) المتوسطات الحسابية لأكثر الصفحات الإخبارية متابعة على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة ..92
- جدول(4.14) المتوسطات الحسابية لأسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي مرتبة تنازليا.....93
- جدول(4.15) المتوسطات الحسابية لأكثر مواقع التواصل الاجتماعي متابعة لدى الطلبة مرتبة تنازليا94
- جدول (4.16) نتائج اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين حسب المجالات والدرجة الكلية للفقرات تبعا لجنس الطالب ..95
- جدول (4.17) نتائج اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين حسب المجالات ولى الدرجة الكلية للفقرات تبعا لمتغير97
- امتلاك الطالب جهاز حاسوب97
- جدول (4.18) نتائج اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين حسب المجالات وعلى الدرجة الكلية للفقرات تبعا لمتغير98
- امتلاك الطالب جهاز موبايل ذكي98
- جدول (4.19) نتائج اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين حسب المجالات وعلى الدرجة الكلية للفقرات تبعا لمتغير98
- امتلاك الطالب شريحة انترنت.101

- جدول (4.20) المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية للمجالات والدرجة الكلية للأداة تبعاً لمتغير استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي.....100
- جدول (4.21) نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لجميع المجالات والمعدل العام لأداة الدراسة تبعاً لمتغير استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي.....100
- جدول (4.22) المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية للمجالات والدرجة الكلية للأداة تبعاً لمتغير عدد مواقع التواصل الاجتماعي التي يشترك بها الطالب.....101
- جدول (4.23) نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لجميع المجالات والمعدل العام لأداة الدراسة تبعاً لمتغير عدد مواقع التواصل الاجتماعي التي يشترك بها الطالب.....102
- جدول (4.24) المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية للمجالات والدرجة الكلية للأداة تبعاً لمتغير متوسط ساعات استخدام الطالب لمواقع التواصل الاجتماعي.....103
- جدول (4.25) نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لجميع المجالات والمعدل العام لأداة الدراسة تبعاً لمتغير متوسط ساعات استخدام الطالب لمواقع التواصل الاجتماعي.....103

فهرس الاشكال

- شكل رقم (2.1) تصنيف دوير للصور Dwyer 29
- شكل رقم (2.2) تصنيف الصورة في ضوء اظهار الحركة 30
- شكل رقم (2.3) تصنيف الصورة في ضوء مجال الاستخدام 31
- شكل رقم (2.4) تصنيف الصورة وفقا للخصائص المميزة لها 31
- شكل رقم (4.5) رسم بياني يوضح المتوسطات الحسابية لمجالات الدراسة والدرجة الكلية 88
- شكل رقم (4.6) رسم بياني يوضح أكثر الفيديوهات التي تستهوي الطلبة لمتابعتها 89
- شكل رقم (4.7) رسم يوضح تأثير الصور على الحياة الشخصية للمراهقين 90
- شكل رقم (4.8) رسم يوضح نوع الصورة التي تجلب انتباه الطلبة 91
- شكل رقم (4.9) رسم يوضح اكثر الصفحات الاخبارية متابعة لدى الطلبة 92
- شكل رقم (4.10) رسم يوضح اسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي 93
- شكل رقم (4.11) رسم يوضح اكثر مواقع التواصل الاجتماعي متابعة لدى الطلبة 94
- شكل رقم (4.12) رسم يوضح تأثير الصورة على مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعا لمتغير الجنس 96
- شكل رقم (4.13) رسم يوضح تأثير الصورة على مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعا لمتغير امتلاك جهاز حاسوب. 97

فهرس الصور

- 58 صوره رقم (2.1) تشييع جثمان الشهيد مهند الحلبي الى مثواه الاخير
- 59 صوره رقم (2.2) استشهاد فتى فلسطيني خلال توجهه الى مقاعد الدراسة
- 60 صورة رقم (2.3) مواجهات بين الشبان وقوات الاحتلال بالقرب من مدخل البيرة الشمالي
- 61 صورة رقم (2.4) مواجهات بين الشبان وجنود الاحتلال على حاجز حوارة جنوب نابلس
- 61 صورة رقم (2.5) استشهاد الشاب قاسم سباعنة برصاص جنود الاحتلال على حاجز زعترة جنوب نابلس
- 62 صورة رقم (2.6) الآلاف في الخليل يخرجون لتسلم جثامين 5 شهداء أعدمتهم قوات الأحتلال وإحتجزتهم
- 62 صورة رقم (2.7) تلاميذ مدرسة تجمع بدو "أبو النوار" يواصلون تعليمهم رغم هدم الإحتلال لمدرستهم
- 63 صور رقم (2.8) اخذت من فيديو اعدام جندي اسرائيلي للشهيد عبدالفتاح الشريف بعد إصابته في الخليل

فهرس الملاحق

رقم الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
109	المتوسطات الحسابية ودرجة الأثر للمجالات والفقرات لمستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك المراهقين خلال هبة أكتوبر طلبة المرحلة الثانوية في مدارس سلفيت نموذجاً	1
113	اسماء محكمي الاستبانة	2
114	الاستبيان	3
120	اكثر الفيديوهات انتشارا على مواقع التواصل الاجتماعي خلال هبة اكتوبر 2015- 2016	4

المخلص:

تناولت الدراسة مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك المراهقين خلال هبة أكتوبر طلبة المرحلة الثانوية في سلفيت نموذجاً، ورصد تأثير الصورة فيالاتجاه العاطفي والمعرفي والسلوكي، حيث تم استخدام المنهج الوصفي، لتحليل تأثير الصورة الرقمية مستخدماً أداة الاستبيان كوسيلة للدراسة.

وتكونت عينة الدراسة من طلبة مدارس محافظة سلفيت، قوامها 340 مبحوث، تم اختيارهم بطريقة العينة الطبقية العشوائية، وشملت عينة الدراسة الصف العاشر والحادي عشر، وهم اكثر فئات المجتمع تأثراً بالصور المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي.

اهم النتائج :

وقد اظهرت نتائج الدراسة ان الصور الثابته والمتحركه ساهمت في زيادة الوعي لدى المراهقين في الاتجاهات العاطفية والمعرفية والسلوكية، وساهمت في تغيير سلوك المراهقين سواء ايجاباً او سلباً حسب الصور المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي، وان هناك توجه كبير لدى المراهقين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خصوصاً الفيسبوك حيث حصل على نسبة 95% من بين المبحوثين، وان من اهم اسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو التسلية وقضاء وقت الفراغ، وان الصوره المشاهده لدى المبحوثين، اثرت على حياتهم الشخصية مع تركيزهم على الصور الفنية التي جلبت انتباه المراهقين، في حين ان الفيديوهات من مسلسلات وافلام الدراما جاءت في اولى اهتمامات المراهقين بدرجة اثر كانت كبيره جداً في الاتجاه العاطفي ومن الواضح ان صور الاطفال التي تجسد جرائم الاحتلال كان لها اثراً كبيراً جداً على المبحوثين مما يؤكد ان هذه الصور تؤثر بهم بشكل كبير وتعمل على تعديل سلوكهم وميولهم العاطفي، اضافة الى ذلك ان صور مسيرات استرداد جثامين الشهداء لها اثراً كبيراً جداً على المبحوثين مما يؤكد ان استمرار قوات الاحتلال في احتجاز جثامين الشهداء سوف تكون له ردود افعال ، علاوة على ذلك فان ما ينشر من فيديوهات وصور تدفع المراهقين الى العمل من اجل القضية الفلسطينية سواء سياسياً او اجتماعياً او تعليمياً، كما تؤثر ايجاباً في سلوك المراهقين، كما ان صور النجاح والتفوق للفلسطينيين له تأثير على هذه الفئة من المجتمع .

وبالرغم من اهمية الصورة المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي خلال هبة أكتوبر، الا ان هناك العديد من التحديات التي تواجه المراهقين، امام الانتشار الواسع للمعلومات وتدققها، يجعل من الصعوبة فلترة هذه الصور ومعرفة مدى موثوقيتها، فقد تكون مرتعاً للاشاعات المضللة، كما يستخدمها الاحتلال الاسرائيلي.

The Levels of Digital Image Impact in Social Networking Sites in the Behavior of Adolescents During the October Uprising of High School Students in Salfit.

Prepared By: Zaher “Mohammad Na’eem” Abdel Latif Zohd.

Supervisor: Dr. Ahmad Rafiq Awad

Abstract

The study evaluated the levels of digital image impact in social networking sites in the behavior of adolescents during the October uprising of high school students in Salfit, as a model, and monitoring the impact of the image in the field of emotional, cognitive and behavioral. The descriptive approach was used to analyze the impact of digital image using the questionnaire tool as a means of study.

The sample of the study consisted of students from Salfit district schools, consisting of 340 respondents, who were selected by random stratified sample method. The sample included the tenth and eleventh grades, the most affected groups in the social media sites.

The most important results:

The results of the study showed that the still and animated images contributed to increasing awareness among adolescents in the fields of emotional, cognitive and behavioral, and led to a change in the behavior of adolescents, whether positive or negative, according to images published in social networking sites, and that there is a large tendency among adolescents in the use of social networking sites, especially Facebook. Where the percentage of 95% of the respondents, and that one of the most important reasons for the use of social networking sites is entertainment and leisure, and that the image seen by the respondents, influenced their personal lives with their focus on the artistic images that brought the attention of adolescents, while the videos from the series and drama films came in the first concerns of adolescents. Degree of impact was very large in the emotional field and it is clear that the images of children that embody the crimes of the occupation had a great impact on. In addition, the pictures of the rallies of the bodies of the martyrs have a great impact on the respondents, which confirms that the continuation of the occupation forces in the detention of the bodies of the martyrs will have reactions. Moreover, the images and videos that push teenagers to work for the Palestinian cause, whether political, social or educational, also have a positive impact on the behavior of adolescents, and images of success and superiority of the Palestinians have an impact on this category of society.

Despite the importance of the image published in the social networking sites during the October uprising, but there are many challenges facing adolescents, towards the widespread information and flow, makes it difficult to filter these images and know its reliability, it may be a hotbed of misleading rumors, as used by the Israeli occupation.

الفصل الاول

خلفية الدراسة

- 1.1 مقدمه
- 1.2 مبررات الدراسة
- 1.3 مشكلة الدراسة
- 1.4 اهمية الدراسة
- 1.5 اهداف الدراسة
- 1.6 اسئلة الدراسة
- 1.7 فرضيات الدراسة
- 1.8 منهج الدراسة
- 1.9 حدود الدراسة
- 1.10 متغيرات الدراسة
- 1.11 التعريفات الاجرائية

مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك المراهقين

خلال هبة أكتوبر طلبة المرحلة الثانوية في مدارس محافظة سلفيت نموذجاً

1.1 مقدمة

تلعب الصورة دوراً كبيراً وخطيراً في التعامل مع مختلف الأحداث المحلية والدولية، بما لها من قوة تأثير في ميول واتجاهات المتلقين لها وما تتمتع به من قوة اختراق تحمل مؤشرات خطيرة نحو الوصول للأهداف المرجوه، وهذا ما سعت إليه وسائل الاعلام من خلال توجيه الصورة نحو تحقيق اهداف القائمين عليها حيث لم تقف وسائل الاعلام بكافة انواعها المقروءة والمسموعة والمرئية مكتوفة الايدي امام الاعلام الالكتروني الجديد بوسائطه وتقنياته المتطورة بل كانت السباقه في دخول هذا المضمار ولا سيما وان له الكثير من الميزات بقلة التكاليف والعاملين وسرعة الانتشار قياسا بالمؤسسات الاعلامية التقليدية، فضلا عن تجاوزه للحدود الجغرافية والرقابية.

اذ اسست معظم الصحف الورقية والإذاعات والتلفزة ووكالات الانباء مواقع الكترونية وصفحات تواصل اجتماعي خاصة بها، وهذا الاقبال على الاعلام الالكتروني بتنوع مواقعه حمل القائمين عليه ان يطوروا من اساليب التصميم والإخراج واستخدام الصورة الثابتة والمتحركة لإضفاء الجمالية والتفاعلية عليها.

ومن المؤشرات المهمة في تطور المواقع الالكترونية انها خلقت بتقنياتها المتعددة ما يسمى بالصحافة الرقمية الالكترونية، اذا يرفق الخبر او الموضوع بالصور والصوت والفيديو فضلا عن التعليقات، وإضافة الروابط ذات الصلة، مما جعل الصحافة تختلف كوسيلة اعلاميه في تقديم خدماتها للجمهور الذي يتسع ويزيد عدد المشاركين والمتفاعلين معها(حسن، 2016، ص113).

1.2 مبررات الدراسة :

شهدتأواخر القرن العشرين قفزات تكنولوجيه هائلة في مجال وسائل الاتصال والمعلومات، ولا شك ان احداثها وأهمها ظهور شبكة الانترنت وانتشارها وما صاحبها من قفزات في النشر الالكتروني وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي بين مختلف فئات المجتمع وأصبحت الصورة الرقمية سهلة التداول والاستخدام من قبل الشباب بما تحمله من مضامين اعلاميه، وعليه فإن المبررات التي ساقنتي للبحث في هذا الموضوع هي:

1. خطورة الصورة الرقمية في تشكيل الوعي للمراهقين.
2. نقص الدراسات التي تناولت موضوع الصورة الرقمية في فلسطين وتأثيرها على المراهقين.
3. كيفية توظيف الصورة المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي بهدف معرفة تأثيرها على فئة الشباب وتحديد المراهقين منهم، وتسلط الضوء الى ما ستتوصل اليه نتائج هذه الدراسة وكيف يمكن توظيفها في الوعي الجمعي الفلسطيني.

1.3 مشكلة الدراسة :

لا بد من دراسة الصورة في مواقع التواصل الاجتماعي والتعرف على تأثيرها على المراهقين بشكل خاص باعتبارهم الفئة العمرية الأكثر استخداما للإنترنت والمواكب لثورة المعلومات، حيث أرسى التقدم التكنولوجي قواعد جديدة وأحدث ثورة إعلامية ساهمت في ظهور قنوات تلفزيونية ومحطات إذاعية وصفحات تواصل اجتماعيه عبر شبكة الإنترنت، استقطبت جمهورها الخاص منذ ولادتها خلال السنوات القليلة الماضية، مما حتم على الباحث الاهتمام بدراسة موضوع تأثير استخدام الصورة لتدققها عبر وسائل الاعلام الالكتروني المختلفة وهي صورته ذات تأثير متباين على الفئات العمرية، ويتعلق هذا التأثير بالعمر والطبقة والخلفية الثقافية والتربية الاسرية والنظام السياسي للمجتمع، وعلى هذا فان تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي لا تؤثر بشكل ميكانيكي لمجرد عرضها او مشاهدتها، بل في التفاعل معها ايضا خلال زمن محدد، وعليه فان مشكلة الدراسة تتعلق في هذا التأثير للصورة الرقمية ذي الاتجاهات المتعددة، وهو ما يجعل الصورة اكثر إشكاليه، وعليه فان إشكالية الدراسة يمكن تحديدها في السؤال التالي:

ما مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك المراهقين خلال هبة أكتوبر
طلبة المرحلة الثانوية في سلفيت نموذجا؟

1.4 أهمية البحث :

إن للبحث الحالي أهميته في التعرف على التأثير الذي ستتوصل اليه، كما أن له أهمية تطبيقية عملية من خلال النتائج التي يمكن أن يتمخض عنها هذا البحث. ولذا فإن أهمية البحث يمكن تلخيصها بالآتي:

- الاعلام الالكتروني هو المستقبل وبالتالي لا بد من الاستعداد له وفهمه والاستثمار فيه.
- دراسة تأثير الصورة الرقمية على المجتمع الفلسطيني وخصوصا فئة المراهقين.
- اهمية دراسة خصائص المجتمع الفلسطيني حيث اكثر من 3 مليون فلسطيني يستخدمون الانترنت منهم اكثر من 1.7 مليون يستخدمون الفيسبوك. (احصائيات الإنترنت العالمية، 2017).
- شح المعلومات المتاحة عن تأثير الصورة الرقمية عبر الانترنت وخصائصها وجمهورها وما تحتويه من مضامين مختلفة تؤثر في المجتمع، ما يلقي الأهمية على هذه الدراسة حيث ان معظم الدراسات التي اجريت على الصورة الرقمية لم تطبق على حدود هذه الدراسة.
- كما يستمد هذا البحث أهميته من تحديات البيئة الداخلية والخارجية التي تواجه الاعلام الفلسطيني .

1.5 أهداف البحث :

هدف هذا البحث قياس مستوى تأثير الصورة الرقمية الثابتة والمتحركة التي تداولتها مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين، وكيف تؤثر في سلوك المراهقين خلال هبة أكتوبر، وذلك حسب مايلي:

1. دراسة وقياس مستوى التأثير العاطفي للصورة الرقمية على الفئة العمرية المستخدمة في البحث.

2. دراسة وقياس مستوى التأثير المعرفي للصورة الرقمية على الفئة العمرية المستخدمة في البحث.
3. دراسة وقياس مستوى التأثير السلوكي للصورة الرقمية على الفئة العمرية المستخدمة في البحث.

1.6 اسئلة البحث :

سيحاول هذه البحث الاجابة على السؤال الرئيسي للدراسة :

1- ما درجة تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك المراهقين خلال هبة اكتوبر
طلبة المرحلة الثانوية في سلفيت نموذجا من وجهة نظر الطلبة تبعا لمجالات الدراسة والدرجة
الكلية والمتغيرات المستقلة؟

ولتوضيح السؤال الرئيسي لا بد من الاجابة عن الاسئلة الفرعية وهي:

- ما أكثر الفيديوهات التي تستهوي الطلبة لمتابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- هل للصور التي يشاهدها المراهق تأثير على حياته الشخصية وما نوع الصورة التي تجلب انتباهه ؟
- ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي متابعه لدى الطلبة ؟
- ما أسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
- ما أكثر الصفحات الإخبارية متابعه على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة ؟

1.7 فرضيات الدراسة :

تمثلت فرضيات الدراسة فيما يلي :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك المراهقين خلال هبة أكتوبر طلبة المرحلة الثانوية في سلفيت نموذجا من وجهة المبحوثين تبعا لمجالات الدراسة والدرجة الكلية.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية من وجهة نظر المبحوثين حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعا لمتغير جنس الطالب.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية من وجهة نظر المبحوثين حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعا لمتغير امتلاك المراهق جهاز حاسوب.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية من وجهة نظر المبحوثين حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعا لمتغير امتلاك المراهق جهاز موبايل ذكي.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية من وجهة نظر المبحوثين حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعا لمتغير امتلاك المراهق اشترك انترنت.
 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية من وجهة نظر المبحوثين حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعا لمتغير امتلاك المراهق شريحة انترنت.
 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية من وجهة نظر المبحوثين حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعا لمتغير استخدام المراهق لشبكات التواصل الاجتماعي.
 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية من وجهة نظر المبحوثين حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعا لمتغير عدد مواقع التواصل الاجتماعي التي يشترك بها المراهق.
 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية من وجهة نظر المبحوثين حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعا لمتغير متوسط ساعات استخدام المراهق لمواقع التواصل الاجتماعي.
- مع العلم ان الباحث اعتمد مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) لجميع فرضيات الدراسة.

1.8 منهج الدراسة:

لتقصي واقع مستويات تأثير الصورة الرقمية خلال هبة اکتوبر في الاتجاه العاطفي والمعرفي والسلوكي على الفئة المستهدفة، استخدم الباحث المنهج الذي يلائم الدراسة الحالية، وهو المنهج الوصفي، لغرض الاجابة عن تساؤلات الدراسة واختبار الفرضيات .

حيث أشير الى ان المنهج الوصفي يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي بالواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا، ويعبر عنها تعبيراً كمياً او كيفياً، فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويبين خصائصها، بينما التعبير الكمي يعطي وصفا رقمياً لمقدار الظاهرة او حجمها، ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة .

1.9 حدود البحث :

الحدود الزمانية: من عام 2015-2016.

الحدود المكانية: محافظة سلفيت.

الحدود البشرية: طلبة الصف العاشر والحادي عشر من مدارس محافظة سلفيت من كلا الجنسين.

1.10 متغيرات البحث:

المتغير التابع	المتغير المستقل
<ul style="list-style-type: none"> -الاتجاه العاطفي -الاتجاه المعرفي -الاتجاه السلوكي 	<ul style="list-style-type: none"> -أثر استخدام الصورة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي -الجنس -يملك الطالب جهاز حاسوب او موبايل ذكي - لدى الطالب اشتراك أو شريحة انترنت -استخدم شبكات التواصل الاجتماعي - عدد مواقع التواصل الاجتماعي المشترك فيها الطالب - متوسط ساعات استخدامالمراهق لمواقع التواصل الاجتماعي - اسباب استخدامالطالبلمواقع التواصل الاجتماعي - تأثير الصورة على حياة المراهق الشخصية - نوع الصورة التي تجلب انتباه الطالب - الفيديوهات التي تستهوي الطالبلمتابعها على مواقع التواصل الاجتماعي - اكثر الصفحات الاخبارية المتابعة لدى الطالب

1.11 التعريفات الاجرائية (المصطلحات)

الاتجاه العاطفي: هو مجموعة من العواطف والمشاعر التي غالبا ما يتعلمها الفرد من أبويه، او أساتذته او زملائه ، ويمثل الاتجاه العاطفي تفضيلات الفرد لبدل معين دون سواه. وقد جرى التركيز على هذا المكون في التعبير عن الاتجاهات اثناء الفترة التي سبقت عقد السبعينات من القرن الماضي. (جلاب،2011،ص107).

الاتجاه المعرفي: ان سلوك الفرد ليس ناتجا عن تفاعل بين المثيرات البيئية والفرد فقط، وان استجابات الفرد ليس مجرد ردود أفعال على مثيرات بيئية، وانما هناك عوامل معرفية لدى الفرد قد تكون مسؤولة عن سلوكيات مثل ثقافته ومفهومه عن ذاته، وخبراته وطرق ترتيبه وتنشئته وطرق تفكيره، عقلانية كانت أم غير عقلانية، وعلى مدى تفاعل حديثه الداخل مع بناءاته المعرفية وطرق اكتسابه لتعلم السلوك الخاطيء. (نشواتي، 2003، ص472).

الاتجاه السلوكي: انه الحيز المحيط بالذات من حيث انها مصدر السلوك الذي تظهر فيه آثار قوى هذه الذات من حيث انها تحثك ببيئة خارجية تؤثر فيها وتتأثر بها، ومع اننا جميعا نعيش في نفس البيئة الجغرافية الا ان الاتجاه السلوكي لكل منا يختلف عنه عند الاخر ، لاختلاف ميولنا واعمالنا واتجاهات تفكيرنا واهدافنا في الحياة وطرق احتكاكنا بمن حولنا.(زيدان، 1979،ص168).

سيموطيقية او السيميائيات: أنها العلم الذي يهتم بدراسة أنظمة العلامات ، اللغات، والإشارات والتعليمات . وهذا التحديد يدخل اللغة تحت مفهوم السيموطيقا. وهو الفهم الجديد لعلم السيمياء الذي يعود الفضل فيه إلى العالم الشهير فيردناند دي سويسرالذي يقول عن السيمياء في كتابه، محاضرات في علم اللغة: "إنها العلم الذي يدرس حياة العلامات من داخل الحياة الاجتماعية ونستطيع -إذن- أن نتصور علما يدرس حياة الرموز والدلالات المتداولة في الوسط المجتمعي، وهذا العلم يشكل جزء من علم النفس العام. (فردينان دي سويسر).

تبيوغرافية: فن التشكيل بواسطة الحروف، أى تشكيل نص أو شكل معين أو موقف معين بواسطة الحروف وهو ما يظهر عادة في تصميم الصحف او المواقع الالكترونية ويساعد في نقل الشعور وفهم المضمون. (العسكر، 1998).

جرافيتية: هي الكتابة او الرسم على الجدران لايصال رسائل سياسة او اجتماعية وغالبا ما يستخدم فيها البخاخات في الرسم. (العسكر، 1998).

هبة اكتوبر: هي موجة احتجاجات ضد الاحتلال الاسرائيلي شهدتها مدينة القدس والضفة الغربية وقطاع غزة منذ بداية أكتوبر 2015 حتى نهاية العام 2016، بُعيد تزايد حدة الانتهاكات الإسرائيلية للمسجد الأقصى. تميزت بقيام شبان فلسطينيين بعمليات طعن متكررة لجنود الاحتلال ومستوطنيه، وكذلك قيام مستوطنين بطعن فلسطينيين، وإعدامات ميدانية للفلسطينيين على الحواجز العسكرية بحجج محاولتهم تنفيذ عمليات طعن. (عبيد،2017، ص 7-10).

التميط الثقافي: يعني إنتاج نمط ثقافي واحد وفق إرادة المنتج المهيمن، ويكون ذلك عبر وسائل السيطرة المختلفة كالتقنية والمعلوماتية والاتصالات، ولا سيما استعمال الأقمار الصناعية، ولا شك أن أخطر مظاهر التمييط، هو شيوع ثقافة الصورة بديلاً عن ثقافة الكلمة، وانتشار الكتاب الإلكتروني أقراص CD-ROM بديلاً عن الكتاب المطبوع، مما يضع جمهور الأطفال أمام الاستبداد التقني الذي يقلل الخيال والإبداع، ناهيك عن سرقة الوقت، وهدر الطاقة الجسمية، والمشاعر والأفكار، ووضع هذا الجمهور في حالة عطالة ذهنية وثقافية أمام منتجات التمييط الثقافي وقوتها الهائلة. (ابو هيف، 2001).

الجيل الثاني Web.2.0: ويب 2.0 هو مصطلح يشير إلى مجموعة من التقنيات الجديدة والتطبيقات الشبكية، حدد لها مجموعة من الخصائص تتلخص في التفاعلية، التعاون، مشاركة المستخدم. أدت إلى تغيير سلوك الشبكة العالمية "إنترنت". كلمة "web 2.0" سُمعت لأول مره في دورة نقاش بين شركة أوريلي ميديا الإعلامية المعروفة، ومجموعة ميديا لايف (MediaLive) الدولية لتكنولوجيا المعلومات في مؤتمر تطوير ويب الذي عُقد في سان فرانسيسكو في 2003. (الصاوي، 2012، ص 218).

السميوز: هي الوظيفة السميائية باعتبارها بداية وغاية لكل فعل سميائي يجد اصوله الاولى، فهي لا يمكن ان تكون معطى سابقا او لاحقا للفعل الانساني، انها الفعل ذاته، فكل فعل ينتج لحظة تحققه، سلسلة من القيم الدلالية التي تستند في وجودها، الى العرف الاجتماعي وتواضع الاستعمال. (بنكراد، 2012، ص 33-34).

الصورة الفنية: هي صورته ثابتة او متحركة ذات قيمة مرتبطة بالغريزة والعاطفة والشعور الإيجابي، وهي تعطي معنى للأشياء، فكل إنسان يراها بشكل مختلف. (مطر، 2013، ص 65).

وقت الفراغ: يعرف لغويا بانه الزمن الذي يخلو الانسان فيه من العمل، اما اصطلاحا هو الوقت الفائض عن العمل وواجبات الحياة اليومية مثل الاكل والنوم والضروريات الاخرى، اي هو الوقت الحر المتبقي بعد الانتهاء من اداء الانشطة الاساسية في حياة الفرد. (درويش، الحماحي، 1406، ص 22).

الفصل الثاني

الاطار النظري والدراسات السابقة

المبحث الاول: الصورة الرقمية

المبحث الثاني: تعديل السلوك الانساني

المبحث الثالث: نظريات التأثير الاعلامي

المبحث الرابع: شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الخامس: الدراسات السابقة

المبحث الاول - الصورة الرقمية

2.1 الصورة الرقمية

2.1.1 مقدمه

2.1.2 اللغة والصورة

2.1.3 السيميائيات

2.1.4 مفاهيم تتعلق بالصورة

2.1.5 تعريف الصورة

2.1.6 أهمية الصورة

2.1.7 الصورة الرقمية

2.1.8 وظائف الصورة

2.1.8 انواع الصور

2.1.10 الصور وتأثيرها

2.1.11 زوايا الكاميرا ودلالاتها

2.1.12 تصنيف الصور حسب التأثير

2.1.13 الصور رساله

2.1.14 سلطة الصورة

2.1 الصورة الرقمية

2.1.1 مقدمة:

اللغة البصرية هي لغة الانسانية اي اللغة الكونية التي اسيقظ عليها الانسان ، فذهب يتطور من خلالها ويطور بها، وبها اكتشف نفسه، كما اكتشف الآخر من خلال اكتشاف كوكبه والكواكب الاخرى، فاصبحت الصورة الدرع الواقي لحياته، كما تحولت الى سلاحه، فاصبحت الجسر الممتد لكل شعوب العالم، وفي عصرنا الحديث تحيا الشعوب وتموت وتنجو وتتطور بالصورة التي هي قاعدة الثقافة البصرية.(السلاموني،2014).

2.1.2 اللغة والصورة

" يمكن تعريف اللغة بانها تركيبية من الكلمات (التي هي نوع من العلامات أو الإشارات) التي تخبرنا بماهية الأشياء والقواعد (النحو) الذي يخبرنا بكيفية استخدام هذهالكلمات". (روان،2007، ص48). إن وظيفة اللغة هي الشرح والتفسير والتوضيح مادام أنها ذات بعد تواصلية بالأساس وهي أفضل وسيلة للتعبير إذ أنها تفتح المجال للإسهاب في الوصف والتفسير والتحليل، والتعبير عن حالة واحدة بعدد لا متناهي من الكلمات والمفردات أو المترادفات، حيث أن وظائف اللغة متعددة من وظائف تعبيرية، جمالية، تأثيرية، وإقناعية جعلها حاضرة بقوة، وصحيح أن الصورة يمكن أن تحقق بدورها هذه الوظائف، لكنها تبقى في حاجة دائمة إلى اللغة كعنصر مكمل، ومن بين أكثر المجالات التي احتاجت ولجأت إلى هذه الثنائية بين اللغة والصورة كانت وسائل الاعلام الباحثة دوما عن أقرب السبل للوصول إلى قلوب وعقول المشاهدين على حد سواء.

هناك بعض الفوارق التي يمكن أن تكون بين اللغة والصورة من كون الصورة ذات طبيعة مكانية في حين أن اللغة ذات طبيعة زمانية، ومن كون الصورة ذات طبيعة متزامنة ومتكاملة وأنية، في حين أن اللغة بطبيعتها متسلسلة، الصورة تتغير لكنها تدرك بشكل كلي وفي نفس اللحظة، بينما اللغة فيها التدفق والاستمرار والتتابع، اللغة تبدأ وتعود لبدائها أي من الجزء إلى الكل، بينما الصورة من الكل إلى الجزء، هذه الفوارق هي نفسها التي تجعل من اللغة والصورة شيئان متلازمان والصورة الاعلامية بدورها استعانت بالكتابة من أجل تحقيق تأثير أكبر وأقوى. (الحساني،2014، ص 35-40).

اخيرا لا يجوز الانتصار لأحد الطرفين على الآخر خاصة وأن كل من اللغة أو الصورة يستعملان لتحقيق نفس الأهداف في وسائل الإعلام، فمازالت الصورة الإعلامية تركز على كل من اللغة والصورة في تحقيق أهدافها، لا يمكن القول بأن الصورة قد تزيح الكتابة أو أن الصورة قد أصبحت أكثر بلاغة من اللغة.

2.1.3 السيميائيات:

في بداية القرن الماضي بشر عالم اللسانيات السويسري فرديناند¹ دوسوسير بميلاد علم جديد أطلق عليه اسم سيميولوجيا، مهمته دراسة حياة العلامات داخل الحياة الاجتماعية، فاستعمله سيميائيو باريس في حقلهم وقد استخدموه كطريقة مفيدة لتمييز عملهم عن السيمياء، أما علماء العرب فقد أطلقوا على هذا العلم اسم السيميوطيقا وترجموه تارة باسم علم الرموز وتارة ب علم العلامة، وتارة ب علم الدلالة. (داني، 2013، ص 146).

السيميائيات: علم يستمد اصوله ومبادئه من مجموعته كبيره من الحقول المعرفية مثل اللسانيات والفلسفة والمنطق والتحليل النفسي والانتروبولوجيا وهي تهتم بكل مجالات الفعل الانساني انها اداة لقراءة كل مظاهر السلوك الانساني بدءاً من الانفعالات البسيطة ومروراً بالطقوس الاجتماعية وانتهاءً بالانساق الايديولوجية الكبرى.

"ان الموضوع الرئيس للسيميائيات هو السيرورة المؤدية الى انتاج الدلالة أي ما يطلق عليه في الاصطلاح السيميائي السميوز (semiosis) والسميوز في التصور الدلالي الغربي هي الفعل المؤدي الى انتاج الدلالات وتداولها، انها سيرورة يشتغل من خلالها شئ ما باعتباره علامة، فالكلمة او الشئ او الواقعي ليست كذلك الا في حدود احالتها على سيرورة، فلا شئ يدل من تلقاء ذاته ضمن وجود آحادي في الحدود والابعاد، فالواحد المعزول كيان لا متناه، ووحدة التحقق من خلال محمول مضاف يمكن ان ينتج دلالة." (بنكراد، 2012، ص 33).

2.1.4 مفاهيم تتعلق بالصورة (التعرض، المشاهدة، الرؤية، النظر، التلقي، الادراك).

قبل الحديث عن موضوع الصورة واهميتها ووظائفها لا بد من التمييز بينالتعرض والمشاهدة والرؤية والنظر وبين التلقي والادراك باعتبارها مفاهيم تتعلق بالصورة .

اولاً: "التعرض في اللغة هي من "عرض" وتعني لغويًا أظهر الشيء وأراه أيًا، أما في اللغة اللاتينية فمعنى كلمة التعرض بيان الشيء عن طريق القراءة والكتابة من خلال عرض منظم ومقنع للأفكار، أما مفهوم التعرض الإعلامي فهو ما يصدر عن الفرد من عرض شفوي أو كتابي لحقائق أو وقائع، وقد يكون هذا العرض واضحاً أو ضمناً أو غامضاً، اذا هو عملية وصول المعلومات من مصادر الإعلام إلى الجماهير أو الأفراد بصورة مباشرة أو غير مباشرة، وتعني كلمة التعرض لوسائل الإعلام هو تعرض الجمهور لتلك الوسائل وتأثره بها، وقد يكون هذا التأثير بوعي منه فيكون مقصوداً أو غير مقصود ويختلف الأفراد بعضهم عن البعض الآخر بسبب الفروق التي بينهم في مدى التعرض لوسائل الإعلام. (حسين، 2013، ص 173).

¹- فردينان دي سوسير ولد في جنيف (من 26 نوفمبر 1857 إلى 22 فبراير 1913) من أشهر علماء اللغة في العصر الحديث حيث اتجه بتفكيره نحو دراسة اللغات دراسة وصفية باعتبار اللغة ظاهرة اجتماعية وكانت اللغات تدرس دراسة تاريخية، وكان السبب في هذا التحول الخطير في دراسة اللغة هو اكتشاف اللغة السنسكريتية، يعتبر الأب والمؤسس لمدرسة البنيوية في اللسانيات، و كان مساهما كبيرا في تطوير العديد من نواحي اللسانيات في القرن العشرين . كان أول من أعتبر اللسانيات كفرع من علم أشمل يدرس الإشارات الصوتية أقترح دي سوسير تسميته semiology و يعرف حاليا بالسيميوتيك أو علم الإشارات.

ثانياً: **المشاهدة** لغةً بمعنى النظر الى الشيء فهي المعاينة المباشرة للشيء، وهي الاهتمام والانتباه الى الشيء او حدث او ظاهرة بشكل منظم عن طريق الحواس حيث نجمع خبراتنا من خلال ما نشاهده او نسمعه، والمشاهدة هي في الغالب تستخدم في المجال الاحصائي وهي تتعلق بمشاهدة للظواهر او الحوادث بقصد تفسيرها واكتشاف اسبابها.

ثالثاً: **الرؤية** تكون في غالبيتها ناشئة عن النظر، لكن ليست كل رؤيا من النظر، فقد تكون الرؤية غير إرادية، كما يشاهد الإنسان رؤيا منامية، وهنا تكون رؤيا إدراكية دون نظر ودون بصر، والاصل في الرؤية ان تكون بالحاسة او بالوهم والتخيل او التفكير والامثلة في القرآن الكريم كثيرة التي توضح هذا مفهوم، وقد تكون الرؤية إرادية دون نظر وذلك حين يستدعي الإنسان مشهد في ذهنة فيعيده على نفسه كي يراه. وقد يصاحب الرؤية إدراك وقد لا يصاحبها إدراك وفقاً للحالة التي يكون عليها العقل من استعداد لترجمة المرئي. (مدونة احد عبدة ماهر).

رابعاً: **النظر** درس ابن الهيثم العين وبين ان النظر يحدث من خلال شعاع يصدر عن الاجسام المرئية التي تحيط بالانسان والذي يتوجه نحو العين ، والنظر في اللغة بمعنى تأمل الشيء بالعين، فنقول نظرت إلى الشيء بمعنى أبصرته، وتأملته بعيني، وهذا النظر الذي يقع على الأجسام، ويكون بالأبصار، ويكثر استعماله عند العامة فيكون بالعين، وقد يكون إراديا وهو الغالب وقد يكون غير إرادي وذلك نادر الحدوث، والنظر قد ينشأ عنه رؤية وقد لا تنشأ عنه رؤية، فالناظر والمحملق في الظلام لا يرى، ومن ينظر إلى مسافة أبعد من قدرة نظره لا يرى، وليس كل نظر ينشأ رؤية ينشأ عنه بصر، فقد ينظر عابر الطريق إلى السيارة ومع ذلك لا يدرك خطورة الأمر (أي لا يقع منه الأمر موقع البصر) فيتأذى بعبوره الطريق. (مجلة كلية العلوم الاسلامية، مبحث النظر عند المتكلمين).

خامساً: **التلقي** هي كلمة مشتقة من كلمة يونانية (CEPER) بمعنى تلقي واستقبال استلام وأخذ ويقال " تلقى شيء منه أي تلقته، استخدمت هذه اللفظة بداية من قبل الأنجلو سكسونيون في المجال اللغوي والإعلامي، ليتم بعدها توسيع استخدامها في مختلف العلوم، أما التلقي على مستوى الجمهور كمجموعة الفعل الذي يمارسه المتفرج الفرد كإنسان له مكوناته النفسية والذهنية والاجتماعية وتفسير ما يقدم إليه وتتضمن عملية التلقي معاني متعددة، الإدراك، الإحساس، الحكم والبناء المعنى، أما فعل التلقي هو استقبال الجمهور للرسالة الاتصالية من خلال الوسيلة الجماهيرية، وهو يرتبط بمعايير وخصائص متعددة منها ما يتعلق بشكل ومضمون الرسالة، ومنها ما يتعلق بالوسيلة وصيغتها كأداة مادية ناقلة للمعلومات. ويصاحبه في ذلك عنصر إتاحة وتوفر هذه الوسيلة وتوافقها مع الجمهور. (بوغازي، 2009).

سادساً: **الإدراك** يعرف الإدراك على انه عملية عقلية تتضمن التأثير على الأعضاء الحسية بمؤثرات معينة ويقوم الفرد بإعطاء تفسيره وتحديد لهذه المؤثرات في شكل رموز أو معاني بما يسهل عليه تفاعله مع بيئته، كما يعرف على انه عملية عقلية يتم من خلالها معرفة كل ما يحيط بالإنسان في العالم الداخلي والخارجي. وله نوعان الحسي وهو إدراك الأشياء والأحداث واقعياً وبشكل مباشر ومنفرد عن مثيلتها من الأشياء والأحداث. مثال: مشاهدة مدرسة بشكل مباشر، العقلي وهو إدراك الأشياء نتيجة لخبراتنا بصنف معين من

الأشياء تشترك وحداته في بعض الصفات وتختلف في صفات أخرى، مثال: مدرسة ونقصد بذلك جميع المدارس.

2.1.5 تعريف الصورة:

قال ابن الأثير: الصورة تَرْدُ في كلام العرب على ظاهرها وعلى معنى حقيقة الشيء وهيئته وعلى معنى صِفَتِهِ. يقال: صورةُ الفعلِ كذا وكذا أي هيئته و صورُهُ الأمرِ كذا وكذا أي صِفَتُهُ. ، كما يشير معجم "روبير" Robert إلى أن الأصل اللاتيني لكلمة صورة (Imago) يحيل إلى كل تمثيل مصور مرتبط بالموضوع الممثل عن طريق التشابه المنطوري، وتدور معاني الصورة حول فكرة إعادة الإنتاج، أي أن الصورة إعادة إنتاج طبق الأصل.

أما في الاصطلاح السيميوطيقي فإنَّ الصورة تنضوي تحت نوع أعم يطلق عليه مصطلح "الإيقون (Icon)" ، وهو يشمل العلامات التي تكون فيها العلاقة بين الدال والمرجع قائمة على المشابهة والتماثل. "

ويُشير الدكتور شاكر عبد الحميد إلى الدلالات المتعددة للصورة مثل إعادة الإنتاج والنسخ، كما يشير أيضاً إلى أن: "كلمة صورة Image تمتد بجذورها إلى الكلمة اليونانية القديمة أيقونة Icon ، والتي تشير إلى التشابه والمحاكاة، والتي ترجمت إلى Imago في اللاتينية، و Image في الإنجليزية. "

" الصورة هي عملية معرفية نفسية نسبية ذات اصول ثقافية، تقوم على ادراك الافراد الانتقائي، المباشر وغير المباشر، لخصائص وسمات موضوع ما (شركه - مؤسسه - فرد - جماعه - مجتمع . . .) وتكوين اتجاهات عاطفيه نحوه (ايجابية او سلبية) وما ينتج عن ذلك من توجهات سلوكية (ظاهرة - باطنه) في اطار مجتمع معين، وقد تأخذ هذه المدركات والاتجاهات والتوجهات شكلا ثابتا او غير ثابت، دقيقا او غير دقيق". (ندا، 2004، ص30).

وبناءً عليه يتبنى الباحث تعريف الصورة بانها علاقة بين الدال والمدلول قائمة على المشابهة والتماثل اي إعادة إنتاج وتقليد للصورة تتضمن عملية معرفية نفسية ذات اصول ثقافية يدرك الفرد من خلالها سمات موضوع ما وتكوين اتجاهات عاطفيه نحوه تؤثر في توجهاته وسلوكه.

ومن التعريف السابق نستنتج ان الصورة لها ثلاث مكونات هي:

اولا: المكون الاداركي: ويقصد به الجانب المعلوماتي في الصورة، أي المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع ما، وتكتسب هذه المعلومات بشكل مباشر من خلال وجود الفرد داخل محيط الموضوع او قريب منه، او بشكل غير مباشر من خلال الاتصال الشخصي ووسائل الاعلام وغيرها من مصادر الحصول على المعلومات، وغالبا ما يخضع هذا المكون لعملية انتقائية ذاتيه في اشكال ومراحل كافة.

ثانيا: المكون العاطفي: ويتضمن تكوين الاتجاهات العاطفيه السلبيه أو الايجابيه نحو الظاهرة موضوع الصورة، وليس بالضرورة ان تكون الاتجاهات سلبيه فقط، بل يمكن ان تكون ايجابية، وفي بعض الحالات

تكون الاتجاهات محايدة وذلك عندما يكون موضوع الصورة موضوعا خارجيا تتساوى فيه المعلومات المؤيدة والايجابية مع المعلومات المعارضة والسلبية فيه.

ثالثا: المكون السلوكي: ويظهر هذا المكون في بعض السلوكيات المباشرة الظاهرة (مثل التحيز ضد جماعة ما، أو القيام بأعمال عدوانية تجاه الجماعة موضوع الصورة . .) أو في بعض السلوكيات الباطنة (التقييم السلبي - الاستعلاء والازدراء). (ندا، 2004، ص31).

2.1.6 أهمية الصورة

نحن نعيش اليوم عصر الصورة، والدليل على ذلك ما نراه من صور كثيرة في مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية المنشورة عبر الانترنت، كما يعد استخدام الصورة الرقمية من اهم الوسائل لتحسين شكل الصحف ومحتواها بفاعلية اكبر، ذلك ان الصورة تجذب القراء، وعن طريقها يمكن توصيل المعلومات الى القراء، فالصورة في الصحافة الحديثة لم تعد في حاجة الى تأكيد، فقد اصبحت مادية اساسية ، فهي تشارك المادة التحريرية وتتفاعل معها، لتقديم خدمه متكاملة للقارئ الذي لم يعد يقتنع بما تقوله الكلمات عن حدث ما، بل يريد ان يعرف الصورة التي تحدث عنها الكلمات.

لذلك اصبحت الصورة تغني عن كثرة الكلام في تصوير احداث اليوم، فالدور الذي تؤديه الصورة الرقمية في ابراز خفايا وحقائق القصص الاخبارية لا يجعلنا نستغني عنها، كما لا يمكن للموضوع ان يعيش في الاذهان من غير صورته ناجحة، بل ان المتلقي قد يكتفي بصورة ناجحة تتعلق بالموضوع، مكثفيا بالتأمل طويلا فيها، والتطلع الى المعاني التي تميزت بها خطوط الصورة، كما لو كان يقرأ موضوعا تحققت فيه كل عوامل النجاح والجادبية والإثارة، وقد اجري جورج جالوب¹ استقصاء في قياس اهتمام القارئ، فبرهن على ان الصورة تأتي في المرتبة العليا بين مجالات اهتمام القارئ، وان الصور ذات الصلة بالكلام المحيط بها تأتي في مرتبة اعلى، من خلال ذلك تعد الصورة الرقمية من اهم انواع الصور لقابليتها في التعبير عن النشاطات والفعاليات والممارسات الانسانية، وفي قدرتها على عرض الوقائع والحقائق بصدق، فلا نجد موقعا اعلاميا لا يهتم بتغذية موقعه من الصور، لانها من اهم وسائل الايضاح والإعلان والتشويق، ان للصورة على الرغم من اهميتها الجرافيتية والبصرية والاتصالية، فان لها كذلك قيمتها الجمالية من حيث هي عمل فني يستوقف النظر ويبعث البهجة في نفس القارئ، كما تعد الصورة وسيله مهمة للتسلية والإمتاع الفكري تفوق في ذلك غيرها من الوسائل. (جاسم، 2013، ص27).

لذلك تأتي أهمية الصورة من خلال:

- 1- عنصر جذب وانتباه للقارئ من خلال التفاعلية الانية للحدث .
- 2- تحسين الشكل العام للصحف .

¹ جورج هوراس غالوب هو أحد الرواد الأمريكيين في تقنية فحص العينات، وهو منشئ غالوب للاقتراع، وهي طريقة إحصائية ناجحة لفحص العينات من أجل قياس الرأي العام.

- 3- عنصر منافسه مع وسائل الاعلام الاخرى .
- 4- اسلوب دعائي كبير، ولا شك في ان البراعة والإبداع في استعمال الصور المناسبة يعد عاملا اساسيا في فاعلية الاعلام خاصة اذا ما كان المصمم ملما بالأساليب النفسية الكافية التي تساعده على اختيار المناسب والأكثر تأثيرا للصورة في الاعلام.
- 5- ايضاح وإثراء الموضوع، وبالتالي تثبيت المعلومات في الذاكرة، حيث ان الصورة عامل مهم من عوامل التصديق والاقتناع .
- 6- تتمي دقة الملاحظة .
- 7- وسيلة تسلية وإمتاع فكري. (جاسم، 2013، ص28).
- ان الصورة اصبحت اليوم من أهم عوامل نجاحالوسيلة الاعلامية ، وفي الوقت الحاضر اصبحت الصحافة الالكترونية تحصل على الصور بنفس السرعة التي تحصل بها على الاخبار وفي نفس لحظة حصول الاخبار، اذا تمثل اهمية الصورة حاجه اساسيه في كثير من المجالات الهندسية والطبية، والإعلامية، والعسكرية، وما الى ذلك من مجالات اخرى، لكونها توفر الكثير من الحقائق وتوثيقها بشكل دقيق يسهل من خلالها عملية الدراسة والبحث عن الصورة، كما يمكن حصر مجالات الصور الرقمية في توثيق ونقل صور الاخبار، والأحداث والظواهر الاجتماعية، على ان يتم تناول ذلك وفق ادراك وإلمام ورؤى عميقة، لذلك يمكن القول ان اهمية الصور في التصميم الصحفي كبيره حيث يقول الكاتب الروائي (ايفان تور جنيف) في رواياته (اباء وأبناء) ان الصورة الواحدة قد تعرض مستطاع كتاب ان يقوله في مائة صفحه، حيث ان حاسة البصر ذات اهميه كبرى بالنسبة لشعور الانسان ودرجة فهمه، لذا تتبع اهمية الصورة في العمل الصحفي في انها تجذب الانتباه، وتعد الصور عنصرا اساسيا في التصميم، لذا فمن الضروري ان تعمل الصورة داخل التصميم كداعم لفكرة التصميم. (جاسم، 2013، ص29).

ادراك الصورة

"ان أي انزياح عن النموذج اللساني في دراسة الظواهر البصرية يقتضي البحث في هذه الظواهر، أي البحث عما يجعل منها كيانات تمتلك طريقة خاص بها في انتاج المعنى فالوجود الرمزي المطلق للسان - صوتاً وكتابةً - يقابله الوجود المحسوس للظاهرة البصرية التي تتطلب الاخذ بعين الاعتبار مجمل المثيرات البصرية التي تعد المدخل الرئيس نحو القيام بالشكلنة الضرورية لادراك ما يوجد خارج الذات". (بنكراد، 2012، ص 117)

ان تحديد طبيعة الصورة تتلخص في معرفة الطريقة التي تأتي من خلالها هذه الصور الى العين وتستوطنها باعتبارها نظيرا للشيء الذي تقوم بتمثيله، فالاحالة الصافية على موضوع يتم تمثيله من خلال علامه يوحي بان العلاقة القائمة بين دال الصورة ومدلولها علاقة قائمة على تشابه يجعل من الاول يحيل على الثاني دون وسائط.

اما ادراك الصورة فلا يتم دفعه واحده دون وسائط، فالصوره لا تحضر في الذهن باعتبار وجودها المخصوص، بل تأتي الى العين من خلال البنية الاداركية او سنن التعرف او النموذج الاداركي، فالفعل الاداركي يبحث في المعطيات الموصوفة في الذاكره عما يتطابق مع الدلالات او العلامات التي حددتها

العين التي تمد بها الثقافة متلقي الصورة وحين يتم هذا التطابق تبدأ عملية التعرف والتسمية والتصنيف. (بنكراد، 2012، ص 117-130)

الصورة وانتاج المعنى

ان اللغة البصرية التي يتم من خلالها توليد مجمل العلامات داخل الصورة هي لغة بالغة التركيب والتنوع وتستند من اجل بناء نصوصها الى مكونين:

- ما يعود الى العلامة الايقونية: التمثيل البصري الذي يشير الى التماثل الخاص بالكائنات او الاشياء.
- ما يعود الى العلامة التشكيلية: وهي المساحة المؤهلة لاستقبال الانفعالات الانسانية مجسدة في الاشكال والاشياء والكائنات.

فالصوره تستند من اجل انتاج معانيها الى العلامات التي سيوفرها التمثيل الايقوني كانتاج بصري لموجودات طبيعية (وجوه، اجسام، حيوانات، اشياء طبيعية . .)، وتستند من جهة ثانية الى معطيات غير طبيعيه اخرى، أي الى عناصر ليست من الطبيعة ولا من الكائنات التي تسكن هذه الطبيعة والمقصود هنا هو العلامة التشكيلية للحالات الانسانية (الاشكال والخطوط والالوان والتركيب)، ان المضمون الدلالي للصورة هو نتاج تركيب يجمع بين علامات البعد الايقوني وبين عناصر البعد التشكيلي مجسدا في اشكال من صنع الانسان وتصرفه في العناصر الطبيعية، وتعد الصورة من هذه الزاوية ملفوظا بصريا مركبا ينتج دلالاته استنادا الى التفاعل القائم بين مستويين مختلفين في الطبيعة لكنهما متكاملين في الوجود، فكما ان العلامة الايقونية تشير الى تركيب لمجموعة من العناصر المؤدية الى انتاج دلالة ما فان العلامة التشكيلية لا تعمل باعتبارها كذلك الا في حدود تأويلها ككيان حامل لدلالات، ان كل التأويلات الممكنة للصورة يجب ان تستند الى الحضور الانساني داخل الكون من خلال مجمل لغاته وعلى رأسها لغة جسده ففهم الصورة وقراءتها مرتبطان بقدرة المتلقي على القيام بالتنسيق بين مجمل العناصر المشكلة لنص الصورة وهو تنسيق لا يستند الى ما تعطيه الصورة بل يستند الى معاني هذه العناصر خارج الصورة وضمن سياقات الفعل الانساني المتنوعه. (بنكراد، 2012، ص 131-144).

2.1.7 الصورة الرقمية (digital image).

هي تمثيل للصور الثنائية الأبعاد على الحاسوب بواسطة الصفر والواحد (01)، وتتكون كل صورة رقمية على الكمبيوتر من البيكسل وهو أصغر وحدة في الصورة، وكل صورة هي مصفوفة تحتوي على صفوف وأعمدة من البيكسلات وكلما زادت عدد البيكسلات كلما كانت الصورة أوضح وذات دقة عالية، وتنقسم الصور الرقمية إلى:

1- صورة ثنائية Binary Image: وهي الصورة التي تحتوي على اللونين الأبيض والأسود فقط وتحمل كل بيكسل بها إما الصفر أو الواحد.

2- صورة متدرجة الرمادي Grayscale Image: وهي الصورة التي تحتوي اللون الأبيض والأسود مع تدرجات الرمادي وتمثل شدتها بأرقام من 0 إلى 255 حيث يمثل الواحد اللون الأبيض والشدّة عندما تكون

255 فإن اللون لهذه البيكسل يكون أسود وعند تمثيل هذه الصورة على الكمبيوتر تمثل عن طريق أعمدة متساوية وصفوف متساوية من البيكسلات كل بيكسل بها 8 بيت تحدد الشدة من 0 إلى 255.

3- الصور الملونة Color Image: هي الصور الرقمية التي تدعم الألوان عن طريق تخصيص ثلاثة قنوات بكل بيكسل لتحديد شدة ألوان الأساسية (الأحمر والأزرق والأخضر RGB) وكل قناة تحتوي 8 بيت للكتابة عليها مثلا شدة الأخضر قد تكون 00100000 أي أن هناك 24 بيت بكل بيكسل، ولكن بعض الصور قد تكون بها 8 بيت فقط وتحتوي على 256 لون فقط. (مدونة نبيل، 2012).

وقد أدى التطور السريع في الصور إلى تحولات جذرية في تقنية الصور الرقمية وتختلف الصور الرقمية عن الصور الفوتوغرافية في أنها صور مولدة من خلال الحاسوب أو على الأقل معززة بالحاسوب، وأنها تستمد القيمة الخاصة بالصورة الرقمية من دورها كمعلومة وكذلك من تميزها بوصفها صورا يسهل الوصول إليها والتعامل معها أو معالجتها وتخزينها في الحاسوب. (جاسم، 2013، ص 25).

إن الصور الرقمية قد حصلت على قيمتها من خلال خصائصها مثل سهولة الوصول إليها، ومطاوعتها والقيمة المعلوماتية التي تحملها. وإن كل الصور بمعانيها المختلفة موجودة في مجتمعاتنا اليوم، ولذلك فإن هذا العصر جديد بأن يسمى "بعصر الصورة" وقد شهدت الصور الرقمية طفرة الحقيقة في الدخول إلى العالم الرقمي عن طريق الويب في عام 1993 م، وتشير الدراسات الخاصة ببحث الصور الرقمية إلى أن ملفات الصور الرقمية في الويب في تزايد بمعدل مليون أو أكثر.

وتعتبر الصورة رقمية من حيث خصائصها ومواصفاتها في الحالات التالية:

- 1- حينما يتم التقاط الصور بدون فيلم.
- 2- حينما يتم عمل مسح (scan) للصورة الفوتوغرافية، سواء كانت على فيلم أو ورق من خلال ماسح ضوئي (scanner) لإنتاج بيانات رقمية للصورة .
- 3- حينما تتم معالجة البيانات الرقمية للصورة بواسطة الحاسوب .

كما أن الصورة الرقمية تختلف عن الصورة التناظرية (Analogue) التقليدية بسبب إمكانية إجراء المعالجة الرقمية من تحسين في شكل الصورة أو إجراء رتوش صغيره أو إخفاء بعض العيوب، وإن الصورة الرقمية كونها خالية من التشويش، فالنظام الرقمي ينقل سلسلة من الأعداد في شكل اشارات يقع ترميزها ضمن قنوات تحتوي كل منها على أحد العددين (0) أو (1)، وتعرف بالنظام الثنائي، والصورة الرقمية مرنة الاستخدام إذا يمكن التحكم في أجزائها عند الاقتضاء، في حين تكون الصورة التناظرية غير قابلة للتغيير والتجزئة، لأن نظامها يتمثل في نقل اشارات ومتغيرات فيزيائية يمكن أن يصيبها التشويش. (جاسم، 2013، ص 27-28).

2.1.8 وظائف الصورة

أدى التطور في عصر الصحافة المصورة إلى وضع معايير تحكم انتقاء الصورة الرقمية وتوظيفها وتحديد أولوياتها للنشر، وموقع الصور في الصفحة وغيرها من المعايير التي أصبحت تنعكس على الكم المعلوماتي

والإخباري وقيمتها، ونظرا لان الصور بما تملكه من مزايا متعددة، فإن الجميع يدرك ما للصور الرقمية من قوة في تحقيق عظيم الاثر في الرسالة الاعلامية وتحقيق وظائف وأهداف الاعلام في العصر الحديث، اذ ان الفن الصحفي الحديث اصبح فنا بصريا يعتمد على الصورة، والصورة في الصحف تؤدي دورا مهما في تحقيق اهداف ووظائف الصحافة في عصر تسوده لغة بصرية نشأت نتيجة التقدم التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الصورة في المقام الاول. (جاسم، 2013، ص33).

وتختلف الصحف الالكترونية في طريقة تناولها للصور باختلاف سياستها الاخبارية والتحريرية، وعلى اية حال تتضح اهمية الصور الرقمية وفعاليتها بالنسبة للصحيفة، بالنظر الى الوظائف المتنوعة التي يمكنها القيام بها من خلال العملية الاتصالية للصحيفة : (الفضلي، 2010، ص 22).

1- وظيفة تيبوغرافية: اذا تمثلت الصورة في الصحافة الحديثة احدى العناصر التيبوغرافية والجرافيتية، فهي تشترك مع حروف المتن والعناوين والفواصل والبياض في بناء الجسم المادي للصفحة أي كان شكلها وطريقة اخراجها. (العسكر، 1998).

2- وظيفة اتصالية بصريه: اذ ان للصورة دورا فعالا في جذب انتباه القارئ والاستحواذ عليه، ويتفق مصممو الصحف على ان الصور اللافتة للنظر ربما تكون افضل الوسائل لجذب عين القارئ الى الصحيفة اذ ان للصورة وظيفتها الاخبارية التي نافست بها الكلمات في الصحافة الحديثة ومهما تكن الكلمات في حد ذاتها ناقده ومؤثره، فالصورة اقدر على ربط مضمونها بالحياة.

3- الوظيفة ألسيكولوجية للصورة إذ تحيب الصورة عن حاجات سيكولوجية لدى الانسان وكذلك تستجيب لبعض المتطلبات العقلية والنفسية، فهي تساعد على جذب الانتباه ولفت الانتظار وإثارة الاهتمام حول مسألة معينة. (الجميلي، العاني، 2014، ص249).

4- الوظيفة أجمالية للصورة: وهي صورته لا تتضمن معاني اخباريه وانا تعطي لمسات جماليه للصفحات او المواقع الالكترونية، وهيصوره ذات قيمه جماليه من حيث كونها عملا فنيا يستوقف النظر ويبعث الاهتمام في نفس القارئ، فهي تستطيع ان تجعل الصفحة ذات مظهر مليء بالحيوية والنشاط والتنوع وتضفي عليها الجاذبية، فضلا عن انها تستطيع خلق تأثير عاطفي واستجابة مواتية لدى جمهور القراء. (العسكر، 1998، ص38).

5- للصورة وظيفة اخباريه معلوماتية: للصورة أهمية إخبارية بما تنقل من وقائع فهي تنقل معلومات تعزز مضمون النص المكتوب، وتضفي الحركة والحيوية على الصفحة بما تبثه من واقعية على الصحيفة الالكترونية، وقد تجد صورة حدث وقع بالفعل أي سواء كان طبيعيا ام طارئا، وصور حدث متوقع حدوثه، أي الاحداث التي يتوقع حدوثها خلال فترة معينة، لذلك يمكن القول ان القراء ينجذبون الى الصور الخبرية لأنها تمثل لهم نافذة على العالم الواسع الذي لا يمكن ان تتسع له خبراتهم الشخصية وحتى للذين يرون الصور الاخبارية من زاوية التسلية، فان قيمة التسلية تعتمد هي الاخرى على الثقة في الصور المنشورة ومصداقيتها. لذا تعد من اهم وظائف الصورة الرقمية وظيفتها الاخبارية التي نافست بها الكلمة في الصحافة الحديثة، ومهما تكن الكلمات في حد ذاتها نافذة ومؤثره، فالصور اقدر على ربط مضمونها بالحياة، كما ان الصورة تشترك مع

الكلمات في نقل الاخبار والمعلومات، بل انها تنقل المعلومة بشكل اوضح وأسرع مما لا تستطيعه الكلمة، فضلا عن انها تستخدم لإشباع فضول القراء على شكل الاشخاص والأماكن والأشياء. والقارئ الحديث لا يستطيع ان يقتنع بمجرد وصف لفظي لحادث، او اجتماع او لموقف ما وإنما لا بد ان يرى هذه الاشياء بعينه، فعيون القراء في هذا العصر هي تلك العدسات المركبة في آلات التصوير التي يوجهها المصورون الصحفيون كل يوم لالتقاط الاخبار، وتسجيل الانباء وعرضها على القراء في اسرع وقت، وكلنا يعلم ان العدسة ادق من العين البشرية، لأنها موضوعية ولا تلتقط الا ما تراه بالدقة والتفصيل، اما الانسان فتتأثر رؤيته للأشياء بعوامل ذاتية كثيرة ومتداخلة. (جاسم، 2013، ص35).

6- وظيفة تعليمية: كثير من الاشياء نعرفها بصورها بطريقه افضل من التعرف عليها بالكلمات، ولعل كتب الاطفال المليئة بالصور خير دليل على ذلك، ويمكن ان تؤدي الصور وظيفة من خلال تسمية الشيء المصور، كما تعلمنا الصور وتتمي فينا دقة الملاحظة، وايضا وسيلة شرح وتوضيح المعاني الواردة في النص المنشور، وتسهم في تثبيت المعلومات في الذاكرة .

7- للصورة وظيفة توثيقية والمصادقية للحادث: تشكل الصور عنصرا اساسيا في العمل الاعلامي، لما له من اهمية بالغة في توثيق الاحداث والمناسبات الرسمية وغير الرسمية، ولما يحقق من مصداقية في الاخبار والتقارير، واحتلت الصورة جزءا كبيرا في توثيق حياة الشعوب، وتوثق تاريخها وشخصياتها الانسانية والسياسية بمختلف شرائحها حيث تشيع دائما عبارة (موثقه بالصور) أي ان ما اتحدث عنه ليس من بنات افكاري بل وثيقة تبرزها الصور، اذ ان الصور تسهم في اقناع القارئ من خلال توثيق الخبر بالصورة المصوره وتصبح وثيقة تكتب اهميتها من مضمونها فهي دليل اثبات صحة الخبر. (جاسم، 2013، ص36).

وبات العالم يعيش عصر الوسائط المتعددة بما تقدمه من امكانات، اذا توفرت برمجيات عديدة لمعالجة الصور او اخراج الصورة الصحفيه وتطورت امكانات هذه البرامج طبقا لاحتياجات الصحف، بحيث لم تعد قاصرة على حفظ الصورة وإعادة عرضها على الشاشة، انما امتدت الى قدره على التغيير والتعديل في الصورة وإعادة تكوينها بالحذف او الاضافة للعديد من المؤثرات الخاصة على الصورة، بما يجعلها اكثر تعبيراً عن مضمونها. . (الجميل، العاني، 2014، ص250).

2.1.9 أنواع الصور:

ان هناك تنوعات وتباينات مهمة في استخدام المصطلح بعضها يرتبط بالصورة الادراكية الخارجية او الصورة العقلية الداخلية، او الصورة التي تجمع بين الداخل والخارج، او الصورة بالمعنى التقني والآلي او حتى الرقمي، وقد اختار الباحث هذا لاحتوائه على مجموعه كبيره من أنواع الصور والاستفادة منها في اثناء البحث، وفيما يلي امثله من هذه الصور :

1- الصورة البصريه: وهي اكثر الاستخدامات العيانية (الملموسة المحسوسة) للمصطلح. ويشير هذا الاستخدام بشكل خاص الى انعكاس موضوع ما، على مرآه، او على عدسات، او غير ذلك من الادوات البصرية ويجري الامتداد بالاستخدام السابق فنحدث عن الصورة الشبكية التي هي الصورة التقريبية لشيء ما ينعكس على شبكية العين عندما ينكسر الضوء على جهاز الابصار بشكل مناسب. (عبدالحميد، 2005، ص10).

2- الصورة بوصفها تعبيراً عن التمثيل العقلي للخبرة الحسية او اعادة انتاج لها. فداخل مجال المدرسة البنائية في علم النفس، اعتبرت الصورة احد المكونات الثلاثة الفرعية للوعي او الشعور، وكان المكونان الاخران هما: الاحساسات والانفعالات (او العواطف). وكانت تتم معاملة الصورة في سياق هذا الاستخدام باعتبارها تمثيلاً عقلياً لخبرة حسية سابقة، ويكون هذا التمثيل بمنزلة النسخة الاخرى لهذه الخبرة، وتعد النسخة اقل حيوية من الخبرة الحسية، لكنها - أي النسخة - تظل مع ذلك قابله للتعرف عليها وإدراكها بوصفها مكوناً من مكونات الذاكرة الخاصة بهذه الخبرة. وقد نقل هذا المعنى الخاص واستخدم بعد ذلك في مجال علم النفس المعرفي. (جاسم، 2013، ص 37).

3- الصورة الذهنية (التي في الدماغ)، والتي هي في درجة اعلى من مجرد اعادة البناء للخبرة الحسية، ومع تشابه هذا الاستخدام مع كثير من الافكار الشائعة حول مفهوم الصورة الذهنية او العقلية فان بعض التحذيرات يجب ان توضع في الحسبان هنا، ومن اهمها مايلي:.

(أ) الصورة الذهنية ليست مجرد صورته حرفيه من الخبرة الاساسية، فليس هناك ما يشبه عملية اسقاط شريحة مصوره مصغرة على شاشة من خلال جهاز عرض، لكن هذه الصورة تكون من قبيل الصورة التي تبدو " كما لو كانت " هي الصورة الاصلية، وهذا يعني ان التفكير بالصورة هو عملية معرفية تنشط " كما لو كان المرء يمتلك (صورته ذهنيه) مماثله للمشهد الخاص الموجود في العالم الواقعي.

(ب) ان الصورة هنا لم يعد ينظر اليها مجرد اعادة انتاج الواقع او حادثه - كما فعلت المدرسة البنائية المبكرة في علم النفس - ولكن، بدلا من ذلك باعتبارها تتضمن عمليات بناء وتركيب، وبهذا المعنى فان الصورة لم يعد ينظر اليها على انها نسخه مكررة، فمثلا، يمكنك ان تتصور حيوان " وحيد القرن" وهو يفقد دراجة بخاريه، وهي صورته لا يمكن ان تكون نسخه لصورته او خبره واقعيه شوهدت من قبل.

(ت) هذه الصورة (التي في الدماغ) يبدو انها قابله "للتكيف" او للتحكم، ومن ثم يمكن المرء ان يتصور وحيد القرن - مثلا - وهو يفقد دراجة بخاريه في اتجاهه او بعيداً عنه، او حوله او يطير بها . . . الخ.

(ث) ان الصورة الذهنية ليست مقصودة بالضرورة على التمثيلات البصرية، مع ان هذا النوع بالتأكيد هو اكثرها شيوعاً، فمثلا يمكن ان يقوم المرء بتفصيل او تنوع معين في صورته سمعيه (حاول تكوين صورته بنغمة معروفة جيداً) او في صورته لمسية (صورة تصميم هندسي معين، مثلث مثلاً، وتصور انه يضغط على ظهره). . . الخ وتوجد لدى افراد اخرين صورته متعلقة بالتذوق بالفم او الشم بالانف.

(ج) هذا النمط من الاستخدام يمتد ليشمل مصطلحا اخر شديد الصلة به حتى من الناحية الايتومولوجية (أي من ناحية العلم الذي يهتم بدراسة اصل الكلمات وتاريخها) الا وهو مصطلح الخيال. (عبدالحميد، 2005، ص 11-12).

4- الصورة التي تشير الى الاتجاه العام (الانتميط او النمذجة) نحو بعض المؤسسات او الافراد (مثل صورة الصين في اذهان الشعوب الغربية، وصورة الشرق في اذهان الغربيين، التي تمثلت في النزعة الاستشراقية بعبوبها المعروفة). وهذا المعنى من معاني الصور هو ما يرتبط بما يسمى الان في الدراسات الاجتماعية والنقدية باسم: صورة الذات وصورة الآخر، صورتى الذهنية عن النفس الفردية والجماعية، وصورتى عن الآخر وصورة الآخر عني . . . الخ. (جاسم، 2013، ص 38).

5- عناصر الأحلام بكل ما تشتمل عليه هذه الاحلام من تكثيف للأزمنة والأمكنة والأشخاص والأحداث.

6- التخيل Fantasy: ويشير هذا المصطلح الى نشاط غير محكوم او غير متحكم فيه، او لا يمكن توجيهه بواسطة الفرد الذي ينغمس فيه كبديل للواقع، وهو يرتبط بأحلام اليقظة. ويفضل بعض الباحثين التمييز بين التخيل وأحلام اليقظة باعتبار ان التخيل له صفة لا شعورية غالبا، وان أحلام اليقظة لها صفة شعورية غالبية على صفاتها اللاشعورية. (عبدالحמיד، 2005، ص 20).

7- صورة الخيال Imaginary Images: الخيال هو القدرة العقلية النشيطة على تكوين الصور والتصورات الجديدة، ويشير هذا المصطلح الى عمليات الدمج والتركيب وإعادة التركيب بين مكونات الذاكرة الخاصة بالخبرات الماضية. والخيال ابداعي وبنائي، ويتضمن كثيرا من عمليات التنظيم والتحويل العقلية، ويشتمل على خطط خاصة بالمستقبل. وقد يقتصر خلال مرحلة من نشاطه على القيام بعمليات مراجعة واستعادة الماضي، وقد يقوم بالتركيز على الحاضر فقط، او بتوجهه مستعينا بذلك كله الى المستقبل، والخيال الابداعي في رأينا يشتمل على منظور زمن متفتح، هذا اذا استخدمنا مصطلحات "ميلتون روكيتش M. Rokeach" فخلال النشاط الخيالي تمتزج صور وخبرات وتوقعات الازمنة الثلاثة (الماضي والحاضر والمستقبل)، ومن خلال هذا الامتزاج ينتج ذلك المركب الجديد، الذي هو المنتج الخيالي الابداعي المتميز. (الفضلي، 2010، ص 17).

8- الصورة اللاحقة After Images: وهي الصورة التي تحدث عند حاسة الابصار بعد انتهاء منبه حسي معين، مثلا اذا نظرت الى بقعة لونية سوداء او حمراء على شاشة او ارضية جدار بيضاء، ثم نقلت بصرك بسرعة الى شاشة اخرى او جدار اخر، فانك قد ترى ايضا هذه البقعة اللونية السوداء او الحمراء بنفس نصوصها وألوك2انها، لكنها سرعان ما تزول وتختفي، وتعتمد هذه الصورة على حالة من استمرار التنبيه عند مستوى لحاء المخ حتى بعد انتهاء المنبه الاصلي، ومع حركة العين وفتحها تختفي هذه الصورة اللاحقة، ومن امثلة هذه الصور ايضا ما يحدث عندما تستمر حالة الاحساس بالإضاءة او ومضة بعد انطفاء المصباح ليلا اذا كنا نحدق فيه ثم اصبحنا نحدق بعد ذلك في الظلام. (جاسم، 2013، ص 39).

9- الصورة الارتسامية: وهي نوع من الصور الشبيهة بالإدراك. وتختلف عن الصور اللاحقة من خلال استمرارها فترة اطول، كما انها لا تتطلب تركيز النظر والانتباه المكثف كي تتكون، مثلما هي الحال في الصورة اللاحقة، ويمكن ان تحدث من خلال علاقتها بنمط معقد من التنبيه. وتتعلق تفاصيلها الشديدة الحيوية اكثر بالزمن الحاضر، في حين تظل مرتبة على سطح خارجي (جدار/شاشة . . . الخ) مثلما يمكننا ان نطلب الى مجموعة افراد آلة عرض سينمائية او جهاز عرض، ونطلب اليهم النظر الى تفاصيل الصورة، وعندما نسأل هؤلاء الافراد ان يذكروا ما تبقى امامهم او على حاستهم البصرية من صور وأشكال وألوان الصور بعد استبعادها، يكون ما يذكرونه من صور وأشكال وألوان ممثلا لمقدار الصورة الذهنية الارتسامية التي حدثت لهم. ان مثل هذه الصور هي الاساس في ظاهرة الصورة المتحركة السينمائية كما سنتحدث عنها لاحقا. (عبدالحמיד، 2005، ص 13).

10- صورة الذاكرة Memory Images: وهو نوع التفكير المألوف لنا في الحياة اليومية، وقد يصاحب عمليات استدعاء الاحداث من الماضي، او عمليات التفكير التي تحدث الان في الحاضر او توقع الاحداث والمواقف في المستقبل. وتتميز صورة الذاكرة عن الصورة اللاحقة والصورة الارتسامية بأنها :

أ- اكثر قابلية للتحكم الارادي وأكثر استمرارا من الناحية الزمنية .

ب- يقل احتمال حدوث الاخطاء الادراكية بداخلها في علاقتها بالواقع. (الفضلي، 2010، ص 35).

11- الصورة الرقمية The Digital Images: ادى تطور الصورة الرقمية في ثمانينات القرن العشرين وتسعيناته الى تحولات جذرية في معنى الصور في الثقافة الانسانية، وتختلف الصورة الرقمية عن الصورة الفوتوغرافية في انها صورة مولدة من خلال الكمبيوتر Computer Generated، او على الاقل معززة بالكمبيوتر . (عبدالحميد، 2005، ص14).

وتستمد القيمة الخاصة بالصورة الرقمية من دورها كمعلومة، وكذلك تميزها بوصفها صورا يسهل الوصول اليها، والتعامل معها او معالجتها وتخزينها في الكمبيوتر او على موقع الانترنت او انزالها . . . الخ وليس هناك معنى لوجود صورته فريدة فيما يتعلق بالصورة الرقمية، وهكذا يمكننا ان نرى كيف ان كل حقبة زمنية خاصة بتكنولوجيا الصور (الفن القديم عصر المنظور، الحقبة الحدائثية الخاصة بالنسخ الآلي، الحقبة ما بعد الحدائثية الخاصة بالصور الرقمية والكمبيوترية) فقد افرزت مجموعة مختلفة من المحاكيات التي يجري من خلالها تقييم الصور وإدراكها. (جاسم، 2013، ص44).

فالصورة كانت توضع في مكان خاص، وتحصل على قيمتها الثقافية من كونها صورة اصلية او فريدة، وقد كان دورها في الطقس متميزا بسبب كونها فريدة في نوعها، واحده في نسيجها اما الصورة المنسوخة آليا فقد حصلت على قيمتها من خلال قابليتها لإعادة الانتاج المكثف، وإمكان توزيعها بدرجة كبيرة وكذلك دورها في وسائل الاعلام الجماهيرية حيث انها يمكنها ان تنتشر الافكار، وتقنع المشاهدين وتعمل على تدوير الافكار السياسية وإذاعتها، اما الصورة الرقمية والافتراضية فقد حصلت على قيمتها من خلال خصائص مثل سهولة الوصول اليها، مطاوعتها والقيمة المعلوماتية المعطاة لها، ان كل هذه الصور بمعانيها المختلفة موجودة معا في مجتمعاتنا اليوم، ولذلك فان هذا العصر جدير بان يسمى عصر الصورة فعلا، ان الصورة الرقمية التي تشبه الصورة الفوتوغرافية اصبح من الممكن انتاجها الان من دون كاميرا، وبمصطلحات سيموطيقية، فان هذا يعني ان الصورة الفوتوغرافية يتم انتاجها من دون مرجع أي من دون مكون محدد يرتبط بالحياة الواقعية. (عبدالحميد، 2005، ص15).

12- الصورة الفوتوغرافية: وهي الصورة التي يتم انتاجها بطريقة اليه باستخدام الات التصوير والات الطبع والتحميض، وتتسم بتدرجاتها الظلية لكونها بمثابة المرآة العاكسة للمشاهد ، وتعتمد دقة هذه الصورة على الواقع المراد نقله على قدرات المصورين وعلى امكانيات الالة التصوير والتظهير ومستلزمات الانتاج المستخدمة، وقد تكون الصورة الفوتوغرافية صورا لأشخاص او مناظر طبيعية او اشياء عادية يستخدمها الانسان في حياته او غير ذلك. (العسكر، 1998، ص 34).

13- الصورة المتحركة: ان مصطلح الصورة المتحركة ينطبق على نحو مماثل بالنسبة الى التلفزيون والسينما، فالفكرة الخاصة بمشاهدة فيلم على شاشة التلفزيون في المنزل تبدو مقارنة لمشاهدته في قاعة

عرض سينمائي، ومع ذلك فإن طبيعة الخبرة الخاصة بصورة الفيديو تختلف عن صورة الفيلم السينمائي بطرائق عدة تشتمل على ظروف منها ظروف المشاهدة، انتباه المشاهد وتوقعه. التضاد بين النور والظلمة او الضوء والعتمة. وحجم الشاشة واستخدامها بل حتى في تتابع او سرعة تتابع الحكمة الدرامية. فعلى عكس الخبرة الجماعية بدناميتها المتنوعة وكذلك الشاشة الكبيرة المرتبطة بالذهاب الى السينما، فان مشاهدة التلفزيون هي خبره مؤقتة اكثر (تقوم على اساس المصادقة) والوحدة وهي كذلك خبرة موجهة ذاتيا وتكون عرضة على نحو مستمر للمؤثرات المشتتة (بفعل الاعلانات والاتصالات التليفونية . . الخ) بشكل يفوق حالة المشاهد لفيلم في قاعة سينما حيث تقل وربما تتعدم الاعلانات التي تقطع تسلسل الاحداث عدا ما يعطى من راحة بين فترتين عندما تكون المدة الزمنية للفيلم طويلة او ما يقدم من اعلانات في بداية الفيلم. وقد تمنع بعض القاعات دخول الافراد بعد بداية العرض، ويمنع خروجهم ربما لأسباب امنية في اثناء ألعرض، وتمنع الاتصالات التليفونية والصياح والمحادثات الجانبية .. الخ. (الجميل،العاني،2014،ص248).

14- صورة التلفزيون: وهي ايضا صوره متحركة لكنها تحتاج الى وقفة خاصة بسبب تأثيراتها المذهلة. ادت التطورات الكبيرة التي طرأت على مجال التلفزيون من حيث الابتكارات والتسويق . . . الخ، والتي تمثلت في جوانب مثل: زيادة عدد اجهزة التلفزيون المنزلية، وزيادة عدد البرامج الموجهة الى فئات او موضوعات محددة ومدى الخيارات الكبيرة المتاحة للمشاهد، مثل محطات الكابل وعمليات ايجار افلام الفيديو وتوافر اجهزة الفيديو وشرائط الفيديو والأقراص المدمجة التي تسجل عليها الافلام، وقنوات الافلام المدفوعة والقنوات الموجهة الى موضوعات او اشياء او نشاطات مثل: البيع عبر التلفزيون، والأخبار، والطقس، والرياضة . . . الخ، ادت هذه التطورات كلها الى تحويل التلفزيون الى اداة اكثر شخصية وأكثر تعددا في اهدافها وأغراضها، ان الصورة التلفزيونية ليست "صورة" على الاطلاق كما يقول بعضهم بالمعنى الذي تكون عنده الصورة الفوتوغرافية هي "صورة" وذلك لان وجود الصورة التلفزيونية يكون لحظيا ومؤقتا، فهي توجد فقط عندما تحضر امامنا لحظة عرضها ثم تختفي بعد ذلك. (كليس،2000،ص125-130).

15- صورة الواقع الافتراضي (VR): الواقع الافتراضي هو مصطلح صاغه عالم الكمبيوتر جاردن لاتير لوصف الطريقة التي يشعر بها مستخدمو الكمبيوتر بينما هم يعايشون العوالم التي يقوم الكمبيوتر بتخليقها في العلم وفي العاب الكمبيوتر، والتي انتشرت منذ اواخر ثمانينات القرن العشرين وعبر تسعيناته حتى الان، ان انظمة العالم الافتراضي تمزج بين طرائق التصوير والصوت والأنظمة الحسية الخاصة بالكمبيوتر من اجل ان تضع جسد المستخدم للكمبيوتر في دائرة من العائد او التغذية الحيوية المباشرة مع هذه التكنولوجيا ذاتها، وكذلك مع العالم الذي تقوم هذه التكنولوجيا بمحاكاته او مماثلته. ان الصورة الافتراضية هي صوره تناظرية وصوره رقمية كذلك، ولا تتفق الصورة الافتراضية مع ذلك الاعتقاد الخاص انها تمثل ما يرى فقط. وذلك لان الصورة الافتراضية هي اشبه بعمليات المماثلة او المحاكاة التي تمثل الشروط المثالية التي ينبغي انشاؤها خياليا اكثر من كونها تمثل الشروط او الظروف الفعلية او الواقعية الخاصة بالصورة. (الفضلي، 2010، ص 38).

16- الصورة التشكيلية: وتتمثل في الاعمال الفنية التشكيلية كالرسم والتصوير الملون وغير ذلك من الاعمال الفنية التي هي في جوهرها صورة. . (عبدالحميد،2005،ص19-20).

2.1.10 الصورة وتأثيرها

من سمات عصرنا الراهن انه عصر الصورة، مما يعني هيمنة الصورة وسيادتها لتكون احدى اهم ادوات عالمنا المعرفية والثقافية والاقتصادية والإعلامية، والصورة ليست امرا مستجدا في التاريخ الانساني، وإنما تحولت من الهامش الى المركز ومن الحضور الجزئي الى موقع الهيمنة والسيادة على غيرها من العناصر والأدوات الثقافية والإعلامية. (جاسم، 2007، ص 55).

التأثيرات الاجتماعية والسياسية للصورة

ان الصورة عبر وسائل الاتصال الحديثة قد قلبت تماما دور المجتمع عامة والأسرة خاصة، وأهدرت الذات وانتهكت الحرمات الخصوصية علنا جهازا نهارا ودون اية علامات استفهام لهذا الواقع الذي يعرض علينا ومساءلة علاقته بالواقع الذي نعيشه. لقد نجحت الصورة في احداث تغييرات جذرية على السلوك الاجتماعي الثقافي الممارس للجماعات والأفراد. ولم تسلم من هذه التأثيرات المجتمعات ذات التركيب الاجتماعي التقليدي والثقافات المحافظة او تلك التي تعيش حراكا دائما على المستوى الاجتماعي وانفتاحا على المستوى الثقافي، ان ثقافة الصورة انعكست على سلوك الافراد والجماعات من خلال تأثيراتها على العلاقات الاجتماعية لان المجتمع يرتبط ارتباطا متزايدا بالمعرفة في شكلها المعلوماتي وبتقنية الاتصالات والتأثير عن بعد في مجال المعلوماتية والوسائل المسموعة والمرئية التي اصبحت تخترق الزمان والمكان وأصبح التقبل امر حتميا، وتشير الدراسات حول الاتصال الجماهيري، انه يمكن تحديد التأثيرات المفترضة لثقافة الصورة على السلوك البشري بالامور التالية. (الفضلي، 2010، ص 38-40).

- 1- المؤلف Socialization: ان الاعلام المرئي يسهم في احتواء الفرد داخل اطار اجتماعي محدد ويفرض عليه بمرور الوقت الاستجابة لمتطلباته. (الزبون، 2013، ص 51).
- 2- السيطرة الاجتماعية Social Control: ويلعب الاعلام في اعادة انتاج للنظام الاجتماعي القائم، عن طريق اثاره احتجاجات مستمرة تجاه النظر للأشياء كما هي، وينسحب ذلك على السلوك القانوني والنظرة السياسية. (الفضلي، 2010، ص 40).
- 3- اعداد الاجندة Agenda Setting: وهو هدف غير مباشر، مبني على فكرة ان الاعلام عموما والمرئي منه خصوصاً يحدد النظرات والموضوعات التي تستحق الاهتمام. (اسماعيل، 2003، ص 272-273).
- 4- التبدل السلوكي Changing Attitude: ويحدث هذا التبدل كنتيجة مباشرة للتعبئة الفاضحة او كنتيجة للتناوب الناجح بطريقة تدفع الناس للتفكير في موضوعات محددة لتهيئتهم للتصرف بحسب افكارهم ونظراتهم الجديدة. (الفضلي، 2010، ص 40).

التأثيرات النفسية والتربوية للصورة

ان أهمية الصورة ازدادت بشكل كبير في العصر الحالي فالحياة المعاصرة لا يمكن تصورها من دون صور، وان من اهم اهدافها انها ثقافة مفروضة علينا بإرادة معلنة، تقتحم بيوتنا وتبدل افكارنا، حيث لعبت الاتصالات والإعلام العالمي دورا بارزا في الانتقال من منطقة العرض الى منطقة الفرض، لقد وضعت الصورة لكي تكون ثنائية التفاعل وهي اغلب حالات الاتصال وهذه حقيقة ممثلة بدائرة التغذية المرتدة التي ليس للانسان

سيطرة عليها فهي قابلة للتكرار ومن خلال هذه العملية يحدث نوع من الاهمية والتأثير، وبالتالي التفاعل بالعين للعين بالمشاهدة والتكرار للصورة ويمكن ان نطلق عليها تلميحات ملفوظة مرئية ومسموعة وأحيانا تكون صور مرئية لا ملفوظة، ان التغذية المرتدة مطلوبة من الاخرين، المستمع والمشاهد، ويستخدمها البرنامج الموجه للتأثير من خلال العرض والبيت التفاضلي. (جاسم، 2007، ص 110).

وان ما يتصل بهذا البث من التلميحات الرمزية والطبيعية والإشارات هي من ضمن الخصائص التي تنقل المعلومة. ان التلميحات الرمزية¹ تؤثر بقوة اذا ما ارتبطت بالموضوع الوطني او البطولة والتضحية، والتنميط الثقافي يعني انتاج نمط ثقافي واحد وفق ارادة المنتج المهيم، ويكون ذلك عبر وسائل السيطرة المختلفة كال تقنية والمعلوماتية والاتصالات، ولا سيما استعمال الاقمار الصناعية. " وخطر مظاهر التنميط هو شيوع ثقافة الصورة بدلا عن ثقافة الكلمة، ولقد اصبحت الصورة لها تصميم خاص، وصفة غامضة بين المغامر والشهرة تصميميا مكانيا وزمانيا، فان لسحر الصورة المبرمجة مكانتها المثيرة، والسحرية في نفوس الاخرين، يتطلب الامر ضرورة تثقيف الشباب والأخذ في الاعتبار المتغيرات المؤثرة في سلوك الانسان مثل متغير الجنس والمحيط العائلي والمنحدر البيئي في غياب تقاليد البرمجة والتنظيم للوقت الحر". (الفضلي، 2010، ص 41).

وبذلك يقتضي فهم الحالة بكل جوانبها وأدواتها على التربية وعلى نفسية المتلقي ذكرا او انثى في مجتمعاتنا كما وان لأسلوب الحياة وانفعالاتها تأثيراً في نمونا- وخاصة وان العالم بين يدي المتلقي في اللحظة بعينها التي يحدث فيها الحدث من خلال برامج البث المباشر كبديل عن النسيان والتهميش، وكضرورة للاستمرار وتأكيد الموقع وسط حضارات بدأت تأكل بعضها ولا مكان للمتخلف عن الركب الهائل امام المعلوماتية فيها، ويتطلب فهما للأخر من المفكر المثقف الذي يتعامل مع التقنيات الثقافية، والكم الهائل من المعلومات الالكترونية ويفهم اساليب التعامل في النشر على الشبكات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي الثقافية وغير الثقافية على الشبكة، ومتمرسا على استخدام التقنية التي تخص الصورة، وهي الاخرى واحده من اهم عناصر التأثير المباشر في السمع والبصر لان انهيار حدود الزمان والمكان بفضل شبكات المعلوماتية ونشرها ونموها وسرعة النشر جعلت الانسان المثقف مندهشا في مغامرة الصوت والصورة وغير محددة الابعاد والمعالم، ان هدف هذه الصورة وهذه التقنية هي خلق سلوك جديد توجه نمط المجتمع العالمي وتصله بحسب الخطط وما تحتوي برامج بثها. (الفضلي، 2010، ص 42-43).

تأثير الصورة الصحفية على العمليات الادارية للجماهير

ان جوهر عمليات الاتصال الانساني بمستوياتها المتعددة هو الادراك والعمليات المعرفية المرتبطة به، لان فهم الاسلوب الذي يدرك به الانسان ما حوله ذو اهمية كبيرة في فهم الطرق التي يبني بها تصوره عن العالم المحيط به، ان الادراك هو عملية انسانية تأتي من الانسان ومن الظروف المحيطة به، وهو الذي يحدد الطريقة التي يدرك بها، فهو نشط ومتفاعل في الموقف الادراكي، وان هذه الطريقة التي يدرك بها المثيرات

¹ الإيحاء بالحالة لا التصريح بها، والكشف التدريجي عن الحالة المزاجية لا الإفصاح بها جملة واحدة.

تؤثر في النواحي العاطفية والسلوكية ، ولذلك يشير الباحثون الى ضرورة الاهتمام بالعمليات الادراكية والمعرفية عند تحليل التأثيرات الوجدانية للصورة الصحفية. (عبد الحميد، بهنسي، 2004، ص18-19).

وقد اجري ليفساي وبورتر دراسة للتعرف على التأثيرات الجسمية المصاحبة لصور ونصوص ذات تأثيرات عاطفية لعينة من 12 مراهقا تم تعريضهم لصور تشتمل على تأثيرات عاطفية بعضها ملون وبعضها ابيض واسود، وبعضها مصاحباً لمقالات صحفية يتضمن احداثا مثيرة، وبعضها محايدة، وتم قياس معدلات تقلصات عضلة الحاجب، وعضلات الشفة العليا، ودرجة حرارة سطح البشرة والجسم، ومعدل ضربات القلب . . . ونتج عن ذلك علاقة ايجابية بين معدلات انقباض العضلات خلال عرض الصور سواء الملونة او الابيض والأسود، وان هذه المعدلات تتصاعد بتصاعد الاثار الناتجة من الاحداث التي تحتويها الصورة بصرف النظر عن النصوص المصاحبة لها، وتتضمن عملية الادراك أنشطة معرفية عديدة هي الانتباه والوعي والتذكر وتمثيل المعلومات ، حيث تتسابق العديد من المثيرات لجذب انتباهنا في كل لحظة من لحظات اليقظة، ومن الطبيعي ان يختار الانسان جزءا ضئيلا من المثيرات للانتباه اليه، وهذا المفتاح الانتقائي لجزء صغير من الظواهر الحسية الواردة هو ما يسمى الانتباه، ويرى بعض العلماء ان هذا الانتباه هو مصفاة لتنقية المعلومات عند نقطة مختلفة في عملية الادراك، ويعتقد آخرون ان الانسان يركز ببساطة على ما يريد رؤيته ويرتبط بتقافته دون استبعاد مباشر للمثيرات المنافسة. (عبد الحميد، بهنسي، 2004، ص20-21).

فالفرد طبقا لنظرية تمثيل المعلومات¹ يتعرض يوميا لكمية كبيرة من المعلومات الحسية، يأخذ منها جزء صغير فقط، ومن هذا الجزء يقوم بتخزين جزء اقل في الذاكرة طويلة المدى وهي تتفق مع كل النظريات المعرفية في ان الانسان لا يتمسك بكل المعلومات التي يتعرض لها، ولكن يتجنب بعضها بناء على آليات التقدير التي تجعله يختزن ما يختزنه وينسى الاكثر منها، وبنفس الطريقة يمكن النظر الى اكتساب الرموز وتخزينها في الذاكرة المصورة التي تعمل على استثارة رموز اخرى لزيادة الوعي والإدراك ومعدلات التذكر. (عبد الحميد، بهنسي، 2004، ص 18-23).

2.1.11 زوايا الكاميرا ودلالات استخدامها :

ان دراسة المعنى هي الموضوع الاساسي لعلم الدلالة Semantic وهي تشير الى الارتباط بين الرموز الاتصالية من صور وكلمات وما تشير اليه من معان، ويأتي اختيار الفرد للرموز انطلاقا من دلالاتها الضمنية وقدرتها على توضيح المعنى الذي يؤثر في الآخرين، وعلى الجانب الاخر لا يتم مجرد استقبال لهذه الرموز ولكن تفسيرها للوصول الى دلالاتها الصحفية والاستجابية التي تتفق وهذه الدلالات، وذلك طبقا لنظريات المعرفة الإدراكية فان الفرد يتأثر في سلوكه بالنظام الإدراكي والمعرفي الذي كونه عن العالم المحيط به، حيث ينظم الافراد ادراكهم ومعتقداتهم وأفكارهم في اشكال ذات معنى ومغزى معين، يدركون ويفسرون في اطاره العالم الخارجي وبالتالي يأتي سلوكهم متأثرا بهذه المعاني التي يكونها الفرد عن الاشياء المحيطة به والرموز والمنبهات التي يتعرض لها وذلك فان تفسير الفرد للرموز يأتي في اطار المدركات المختزنة في العقل

1. هي عملية ترميز أو تشفير للمعلومات التي يكتسبها الفرد ويربطها بما يوجد لديه من معلومات سابقة في بنائه المعرفي.

والتي تسقط دلالاتها على الاشياء والرموز التي يتعرض لها، فيفسرها في هذا الاطار الذي يطلق عليه الاطار الدلالي.

ويعد من ضرورات تحليل الصورة الصحفية دراسة زوايا الكاميرا ومسافة الهدف وعمق المجال وشدة الاضاءة وغيرها مما يلعب دورا مهما في تجسيد الحالة النفسية للصورة، وكذلك الاستخدامات الخاصة بتأثيرات المعالجة الرقمية، فالصورة الصحفية ليست مجرد مجموعة عناصر، ولكنها صياغة لعلاقات هادفة بين هذه العناصر، ولا يمكن دراستها بمعزل عن دلالاتها ومعانيها والاكتفاء بمجرد رصد مكوناتها فقط.

وعلى ذلك يهتم الكثيرون ببحث مدى اختلاف الصور الصحفية باختلاف زوايا التصوير، والمدى الذي يتم التقاط الصورة منه، واللحظة التي يختارها المصور لالتقاط الصورة، كما يهتمون بدراسة الضوء، حيث يعمل كموصل للمعلومة مثل الكلمات المنطوقة، ولان المعلومة التي تصل عبر الضوء في الصورة تعد معلومة ثرية ذات دلالات مما يجعل اختيار الصورة الصحفية يستند الى معناها الدلالي أي القيمة الاخبارية.

وقد اهتمت العديد من دراسات السنوات الاخيرة بالتعرف على العلاقة بين زوايا الكاميرا ودلالات استخدامها في الصور الصحفية، فقد اجرى هارولد ويلبوت Harold G. Wallbott دراسة حول دلالات اتجاه نظر الشخصيات الموجودة بالصور الصحفية على اتجاهات القراء نحوها وقد اجريت الدراسة على عينة من 50 رجلا وسيده متوسط اعمارهم حوالي 28 سنة وقاموا بتقييم 30 صورته شخصيه منشوره في عدة صحف بدلالات لفظيه مختلف، وأشارت اهم نتائج الدراسة الى انه تم تقييم الشخصيات التي تنظر في اتجاه امامي مواجه للقارئ بمعايير ايجابية بينما تم تقييم الاشخاص الناظرين الى اعلى بصفات سلبية حيث اشارت الدراسة الى انهم متعالون او سلبيون وأكثر استرخاء وغير متعاطفين، وكذلك عندما كان نظر الشخصيات في الصور المنشورة لأسفل جاءت التقييمات سلبية بسبب الابعاء بانخفاض معدلات الفاعلية لهذه الشخصيات. (عبدالحميد، بهنسي، 2004، ص 24-30).

قوة الصورة في اصال الرسالة الاعلامية

يعتبر البصر اهم وأكثر حواس الانسان استخداما في اكتساب المعلومات، فقوة الصورة تنطلق من مفهوم التصديق والتكذيب، لان الرؤية البصرية هي اساس التصديق، ولذلك يقال " ليس من رأي كمن سمع"، والصورة تخاطب كل البشر، المتعلم والامي، الصغير والكبير، وتكسر حواجز اللغات لذلك فهي اكثر انتشارا. حيث تختلف الصورة عن الكلمة المنطوقة او المكتوبة لأنها ترتبط بشي ملموس ومحسوس ومحدد، والكلمة مرتبطة بشي تجريدي، غير ملموس ويتصف بالتعميم، كما تختلف الصورة عن الكلمة المكتوبة في سهولة التلقي، لان القراءة تتطلب التأمل وإشغال الذهن، اما الصورة فلا تحتاج جهدا ذهنيا كبيرا لتلقيها، كما ان الصورة تختلف عن النص المكتوب الذي يتطلب تفكيك العلاقات القائمة بين الكلمات، بجهد وتركيز وبطء، بينما الصورة تعطي الرسالة دفعة واحدة. وعليه انتشر المثل الصيني الذي يقول "ان الصورة تعادل الف كلمة".

ان الصورة في التلفزيون اخذت بعدا جديدا يزيد على الصورة الثابتة، فهي صوره حيه تتكلم وتتحرك، وهذا اعطاها فعلا تأثيرا اضافيا، بسبب تكوينها التقني، وإشباعها بالألوان والأصوات والمؤثرات، بحيث تنير احاسيس المشاهد البصرية والسمعية وتستحوذ عليه. (الشميري،2010، ص 79).

2.1.12 تصنيف الصور حسب التأثير :

طور الاتسان الصورة تطورات عديدة، فمن صوره خطيه الى صوره ظليه الى صوره تحاكي الشئ ذاته محاكاة كاملة وحملت معاني ومفاهيم عديدة، وحاول اخراجها تارة على انها مجسمة، فاستعمل حيل الرسم والتصوير، وتارة متحركة من خلال فنون السينما والتلفزيون، فان الصورة قد تكون في بعض اشكالها غاية في الواقعية، بينما في اشكال اخرى مجردة، وسنستعرض بعض التصنيفات بشئ من التوضيح.

وفيمايلي بعض التصنيفات المهمة للصورة :

1- تصنيف دوير للصور Dwyer وفقا لمقدار التفاصيل المرئية

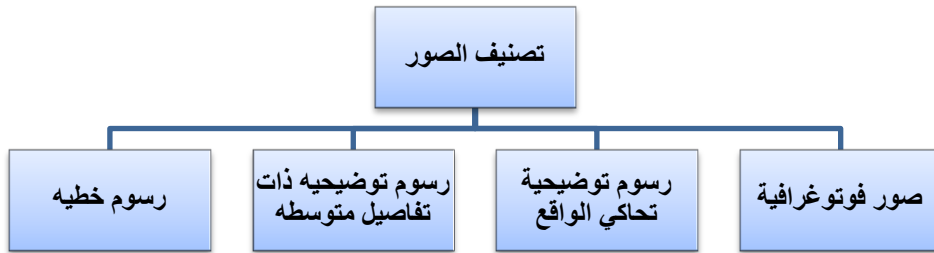
من التصنيفات التي لها وجاهتها المنطقية، من حيث الأسس العلمية التي بني عليها التصنيف الذي قدم للصور والرسومات الثابتة فقد صنفها إلى أربعة أنماط وفقا لمقدار التفاصيل في الصورة وهذه الأنماط هي:

1. الصور الفوتوغرافية.

2. الرسوم التوضيحية التي تحاكي الواقع في شكلها ولونها وملمسها.

3. الرسوم التوضيحية ذات التفاصيل المتوسطة.

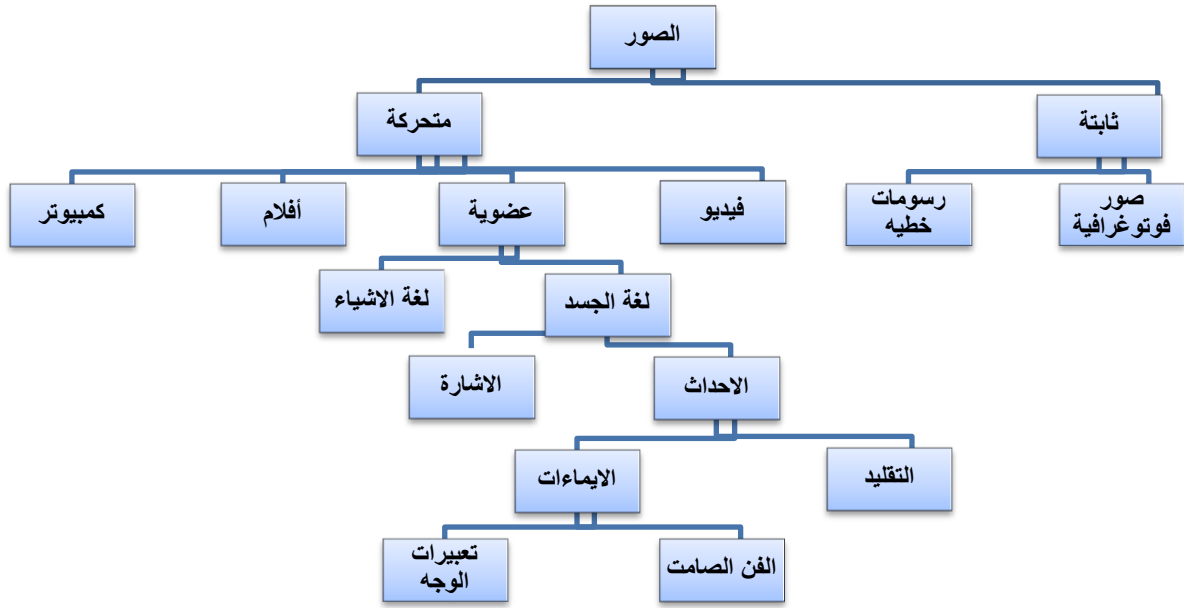
4. الرسوم الخطية المبسطة.



شكل رقم (1.2) تصنيف دوير للصور Dwyer

المصدر (الحجار،2012،ص 16)

2- تصنيف الصور في ضوء اظهار الحركة



شكل رقم (2.2) تصنيف الصورة في ضوء اظهار الحركة

المصدر (الحجار، 2012، ص 20)

لغة الجسد: تتضمن كل الاشارات الطبيعية المقصودة والعفوية والتي يستدل منها المشاهد على استنتاجات (غالبا ما تتسم بالدقة) ترتبط بسلوك الشخص الذي تتم ملاحظته. تتكون اللغة من عدة رموز او اشارات والتي يجب ان يعرف معناها من يستقبلها ليفسرها، كما يجب ان تشمل على بعض النماذج المتفق عليها مقدماً.

الإشارات: هذه الاشارات يتعلمها الفرد بالتعود او بالاتفاق الثقافي او الاجتماعي والإشارات المستخدمة في لغة الصم هي مثال على ذلك، فوضع اليد وتعبيرات الوجه هي مصطلحات يجب تعلمها لكي يمكن فهمها وملاحظتها والتعامل معها، والإشارات اليدوية في المرور هي مثال اخر.

الإيماءات: انها حركة للوجه او الجسد وذلك بغرض التأكيد على نقطه او كلمه لفظيه او تعبير عن الانفعالات او الاتجاهات، وتعتبر الايماءات هادفة وغرضيه وتستخدم بشكل اساسي في الاتصال الهادف، والموقف الذي تحدث فيه هذه الايماءات هو الذي يحدد وظيفتها ونوعها. (دواير، ومور، 2015، ص 130-135).

تعبيرات الوجه: وهي ايماءات تعبر عن الافكار والأحاسيس و تؤدي من خلال الوجه اي هي حركة أو أكثر لعضلات أو جلد الوجه. هذه الحركات تقوم بالتعبير عن حالة المشاعر للفرد من قبل مراقب.

لغة الأشياء: تتضمن كل العروض المقصودة وغير المقصودة للأشياء المادية مثل الادوات، والأشياء الفنية، والنماذج الهندسية . . . ويمكن عن طريق الاسلوب الذي تعرض فيه هذه الاشياء او عن طريق ترتيبها او بنيتها او اعمارها. . . توضيح بعض المعلومات او التعليمات او الاستخدامات. (دواير، ومور، 2015، ص 141).

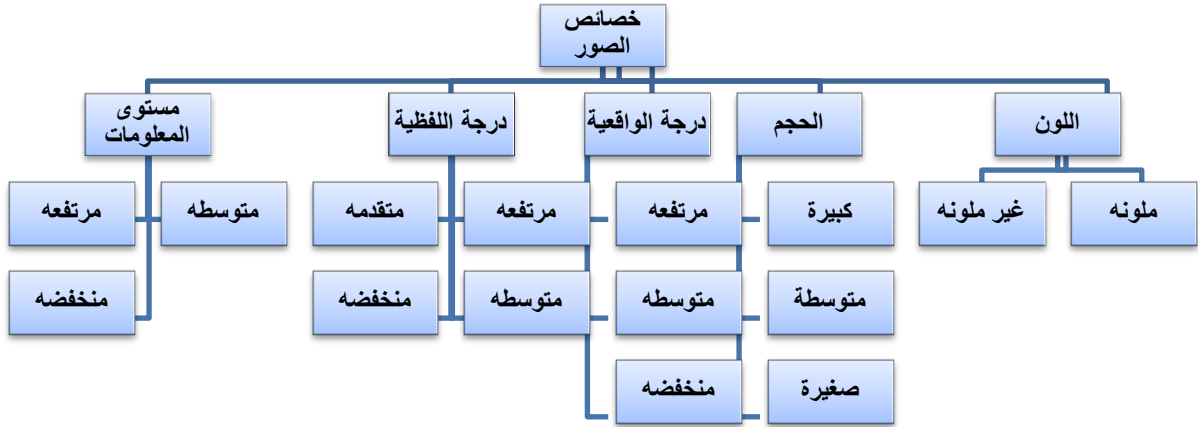
3- تصنيف في ضوء مجال الاستخدام



شكل رقم (2.3) تصنيف الصورة في ضوء مجال الاستخدام

المصدر (الباحث نفسه)

4- تصنيف الصور وفقا للخصائص المميزة لها



شكل رقم (2.4) تصنيف الصورة وفقا للخصائص المميزة لها

المصدر (الحجار، 2012، ص 21)

2.1.13 الصورة رسالة:

- 1- الصورة رسالة بين مرسل ومستقبل، وهي رسالة ذات مضمون، إما أن تكون ذات مضمون سطحي للاستهلاك، أو مضمون عميق له شفرة وألغاز يجب حلها، أو مضمون يستقر في العقل الباطن للمتلقي دون أن يشعر.
- 2- الصورة تعكس هدف من قام بإنتاجها وعرضها، فهي واحدة من بين عشرات أو مئات الصور الأخرى المرتبطة بالشيء نفسه، أو الحدث (المصور) نفسه لكن قد تم استبعادها واختيرت الصورة المعروضة.
- 3- عملية اختيار الصورة تهدف إلى إرسال رسالة بعينها، وقد تكون الرسالة محاولة لتشويه الحقيقة أو مواربتها، فزاوية اللقطة وحدودها، وعملية المونتاج والإضاءة التي تتعرض لها، والسياق الذي ثبت فيه، والتعليق الصوتي أو المكتوب الذي يصاحبها، ووقت البث ومناسبته، كلها عوامل تساهم في إحداث أثر معين ومقصود في ذهن المتلقي . وهي كذلك ليست محايدة، بل متحيزة أحياناً، وقادرة على إخفاء ذلك التحيز
- 4- إن قراءة الصورة عند الأمي تختلف عن قراءتها لدى المتعلم والمتقف، لأن المتقف يحاول الوصول إلى المعنى الكامن في ما وراء الصورة، وليس الاكتفاء بالمتعة البصرية. (كامل،اسماعيل، 2014،ص 260).

2.1.14 سلطة الصورة:

- 1- أصبحت الصورة تتلاعب بالعقول، وتفصل متابعتها عن العالم الحقيقي، بحيث لا يعود يعرف الواقع إلا من خلال الصورة المتتالية المسيطرة، ومارست هيمنة على المتلقي للصورة الذي تقتصر لذته على المتعة البصرية.
- 2- استطاعت الصورة أن تكون عنصراً أساسياً في تشكيل شخصية الإنسان، وفي تشكيل تصوراته عن الواقع، بشكل يفوق خبراته الفعلية اليومية المعاشة، كما ساعدت صناعة الصورة في هيمنة ثقافة المظهر والشكل، والإبهار واللمعان والاستعراض، على حساب ثقافة الجوهر والمضمون، والقيمة والعمق.
- 3- أصبحت الصورة قادرة على توجيه سلوك المستهلك، والتحكم بذوقه وعقله، وتحديد ماذا يأكل، وماذا يشرب، وكيف يلبس، وكيف يتصرف، كما تغلغلت الصورة داخل وعي الإنسان وأصبحت تؤسس للاختيارات وتفصيلات، وتحفيزات وتحيزات، وتطلق حاجيات، وتحدث رغبات.
- 4- وفي عصر صناعة الصورة أصبحت الصورة تقيم معادلاً خيالياً للواقع، بل يصبح الواقع أحياناً صورة شاحبة عن الصورة، فتكون الصورة هي الأساس وليس الواقع، وأصبحت الصورة أحياناً تسبق الواقع وتمهد له، كان يقال "بان الصورة لا تكذب" ولكن مع ظهور أدوات الإخراج والمونتاج " أصبحت في مقدور الصورة ان تكذب"، فمع تطور الحيل السينمائية والمؤثرات البصرية والرسوم ثلاثية الأبعاد، ظهرت الافلام السينمائية الخيالية الحديثة بصورة مدهشة في درجة واقعيته، إلا أن الجميع يعرف أنها صناعة فنية وليست حقيقة، مما جعل مقولة " الصورة لا تكذب " جزءاً من التاريخ. (الشميمري، 2010،ص 81-82).

المبحث الثاني – تعديل السلوك

2.2 تعديل السلوك الانساني:

2.2.1 تعريف السلوك الانساني:

2.2.2 تصنيف السلوك:

2.2.3 تعديل السلوك وخصائصه

2.2.4 طرق قياس السلوك

2.2 تعديل السلوك الانساني

إن استخدام الصورة يجب ان يتم بشكل يخدم التنمية البشرية من حيث استغلال المراهق واعداده وشغل اوقاته وتقجير طاقاته .

2.2.1 السلوك الانساني: ويمثل السلوك أي فعل أو رد فعل يصدر من الإنسان بشكل مباشر أو غير مباشر، مقصود أو غير مقصود أو آلي يحدث في اللاوعي، سواءً كان على شكل فعل أم كلام أم لغة جسد تظهر على الإنسان.

والسلوك الانساني هو المحور الاساسي لتعديل السلوك، ويشتمل السلوك على الخصائص الاساسية التالية:

- السلوك Behavior هو ما يفعله الانسان ويقوله، فالسلوك يتضمن افعال الشخص وليس حالته الداخلية، فعندما تقول ان الشخص غضب، فانك لا تحدد بذلك السلوك، ولكن عندما تحدد ماذا يقول الشخص او يفعل وهو في حالة الغضب فانك عندها تحدد السلوك على سبيل المثال، احمد يركض وراء امه ويصعد الدرج ويطلق الباب بقوة، ان هذا الوصف يمثل السلوك الذي قد تسميه الغضب. (الخطيب،2003،ص10).
- للسلوك بعد او اكثر من الابعاد المقاسه: فالسلوك يمكن قياسه من خلال حساب تكراره أي انك تستطيع ان تحسب عدد المرات التي يظهر فيها هذا السلوك (مثال: احمد يعض اصبعه في اليوم 12 مره). كما انه يمكن قياس فترة حدوث السلوك او متى يبدأ السلوك ويتوقف (مثل: يستمر صراخ احمد 30 دقيقة). فانه يمكن قياس شدة السلوك او القوة المادية المستخدمة فيه، وهكذا فان التكرار والفترة والشدة كلها ابعاد مادية للسلوك. (الخطيب،2013،ص12).
- يمكن للسلوك ان يلاحظ ويوصف ويسجل من قبل الاخرين ولان السلوك هو فعل يقوم به الفرد وله ابعاد مادية. فان ظهره يمكن ان يلاحظ فالأفراد يستطيعون رؤية السلوك او ملاحظته، وذلك من خلال استخدام الحواس، مثل رؤية السلوك عندما يحدث، ولان السلوك يمكن ملاحظته، فانه يمكن وصفه وتسجيل ظهوره. (بيطار،2014،ص47).
- للسلوك تأثير في البيئة بجانبها المادي والاجتماعي وفي الاشخاص الاخرين ،وكذلك في انفسنا، ولان السلوك فعل يمارس من خلال حركات تحدث في مكان وزمان محددين،فان لهذا السلوك اثارا يتركها في البيئة التي يظهر فيها ويكون اثر هذا السلوك واضحا، فعلى سبيل المثال عندما نضيء مصباح الكهرباء فان الضوء يظهر اثره في مظاهر البيئة التي انارها، أي انها تصبح واضحة . (الخطيب،2013،ص36).
- يظهر السلوك الانساني على نحو قانوني، أي على نحو نظامي ومتأثر بالأحداث البيئية المحيطة وتصف المبادئ السلوكية الاساسية العلاقات الوظيفية بين السلوك والأحداث البيئية، كيف يتأثر سلوكنا بالأحداث البيئية، وتشكل هذه المبادئ اجراءات تعديل السلوك، وعندما نفهم الاحداث البيئية التي تدفع السلوك الى الظهور او المسئولة عن ظهوره. فإننا بذلك نستطيع تغيير الاحداث البيئية، وذلك بهدف احداث تغيير الاحداث البيئية، وذلك بهدف احداث تعديل في السلوك.

• السلوك يمكن ان يكون ظاهرا او غير ظاهر: وفي معظم الاحيان فان اجراءات تعديل السلوك تستخدم لتعديل السلوك الظاهر . والسلوك الظاهر هو السلوك الذي يمكن ملاحظته وتسجيله من خلال شخص اخر غير الشخص المنشغل في ممارسته. ومع ذلك فان السلوك يمكن ان يكون خفيا وهذا السلوك الخفي يدعى بالأحداث الخاصة، فعلى سبيل المثال يعتبر التفكير سلوكا غير ظاهر، فلا يمكن تسجيله او ملاحظته من خلال شخص اخر، فالتفكير فقط يمكن ملاحظته من خلال الشخص الذي يمارسه. ولذلك، فان مجال تعديل السلوك يركز على نحو اولي على السلوكيات الظاهرة او السلوكيات القابلة للملاحظة. (بيطار، 2014، ص81).

اما سكرن¹ مؤسس وواضع اجراءات تعديل السلوك، فيفترض بان السلوك يحدث وفقا لإجراءات منظمة وقانونية ومحددة، وفي ظل هذا الافتراض، فانه يمكن ان نتوقع النتيجة لأحداث محددة عندما يتم اكتشافها او معرفتها . ومع ذلك فان سكرن يرى بان السلوك مشكله معقده، وهو على الاصح عمليه وأكثر من مجرد النظر اليه على انه شيء يحدث، فليس من السهل دائما ان تخضع السلوك للملاحظة لاتصافه بالتغير. (الزريقات، 2007، ص121).

2.2.2 تصنيف السلوك الانساني:

وللسلوك الانساني صور عديدة منها :-

1. **السلوك الموروث (الخفي او غير الظاهر):** وهو عبارة عن جميع الاعمال الدائمة التي تقوم بها اجهزة الجسم بدون مؤثر خارجي ويشترك فيها عضو او اكثر بهدف ضبط الجسم كله، وأطلق البعض عليها تسمية السلوك الداخلي وذلك مثل دقات القلب وعمليات الهضم ووظائف البنكرياس . . . وسواها من الاعمال الحياتية الدائمة. (الخطيب، 2003، ص120).
2. **السلوك الغريزي:** وهم النوع من السلوك القائم لتلبية دافع فطري قوي من اجل المحافظة على الكيان بكامله وتتدخل فيه الاوامر والتصميم كالمقاتلة عند الغضب والهرب عند الخوف .
3. **السلوك الانعكاسي (حركيا ميكانيكيا)** وسلوك مكتسب يحتاج لتجارب سابقة ويتحقق لدى الانسان الذي يمر بالخبرة بالغالب حدوثه دون اراده كسحب اليد عند الشعور بالنار والصراخ عند الشعور بالألم ، وتناول الطعام عند الشعور بالجوع والشرب عند الشعور بالعطش.
4. **السلوك الاجرائي:** هذا النوع من السلوك اقرب ما يكون للسلوك غير اللاإرادي الا انه لا يستجيب الى مثيرات محددة في البيئة بل يصدر عن الكائن لعوامل وراثية معا وهو ما يقوم به الانسان او يعمله للتأثير في البيئة معا وتسخيرها له تبعا للنتائج المترتبة على هذا السلوك وهذا السلوك يتأثر بدوره بتلك المتغيرات خاصة المتغيرات التي تطرأ على السلوك ولذلك فإننا نقول بان السلوك الاجرائي محكوم بنتائج كالطفل الذي يكرر الكلمة لا يستمر من مثيرات قبلية كالسلوك الانعكاسي إلا ان المثيرات السابقة تكتسب القدرة على ضبط السلوك الاجرائي من خلال ارتباطها بنتائج السلوك. (بيطار، 2014، ص93).

¹ - سكرن ولد عام 1904م وهو احد علماء النفس الأمريكيين الذي ساهم من خلال أبحاثه ودراساته في تطور علم النفس السلوكي وصاحب نظرية الاشتراط الإجرائي وينتمي إلى مدرسة ثورندايك واهتم بكتابات واطسون وبافلوف لفترة طويلة ثم بدأ بإجراء سلسلة من التجارب على الفئران في جامعة هارفارد، واهتم بدراسة السلوك واقترن اسمه بالتعليم المبرمج.

2.2.3 تعديل السلوك وخصائصه :

هنالك اختلاف حول ماهية تعديل السلوك. فليس هناك تعريف واحد وإنما تعاريف متعددة مما أدى إلى جدل ليس على الصعيد النظري فحسب وإنما على الصعيد التطبيقي أيضاً. ففي حين يعرف البعض تعديل السلوك على نحو محدد، يعرفه البعض بمرونة وبشكل عام، فهناك من يستخدم هذا المصطلح للإشارة إلى تطبيق قوانين الاشتراط الاجرائي أو الاشتراط الكلاسيكي. وهناك من يستخدمه للإشارة إلى قوانين التعلم بعامه، فتعديل السلوك كما يعرفه كازدن هو مصطلح ذو مدلول واسع إلى ذلك الميدان الذي يستمد أساليبه من البحوث المتصلة بسلوكيات التعلم بخاصة، فتعديل السلوك يشتمل على تعديل الظروف البيئية والاجتماعية أو إعادة تنظيمها بهدف تغيير السلوك الظاهر وليس تغيير عمليات نفسية داخلية يعتقد أنها تعمل بمثابة محرك لهذا السلوك.

وعلى الرغم من تنوع هذه التعاريف إلا أنها جميعها تتفق على أن ميدان تعديل السلوك يمتاز بالخصائص التالية:

- 1- أنه يركز على الحاضر وليس على الماضي.
 - 2- أنه يركز على تغيير السلوك الظاهر .
 - 3- أنه يحدد العلاج بموضوعيه وذلك من أجل تكراره.
 - 4- أنه يستند إلى البحوث الأساسية في علم النفس لصياغة فرضياته واختيار التكتيكات العلاجية.
 - 5- أنه يتوخى الدقة في تعريف وقياس وعلاج السلوك المستهدف.
 - 6- أنه يرفض التفسيرات المستمدة من العمليات النفسية الداخلية. (جمال الخطيب، 2013، ص 77).
- فقد عرف كوبر وهيرون وهيوارد تعديل السلوك بأنه العلم الذي يشمل على التطبيق المنظم للأساليب التي انبثقت عن القوانين السلوكية، بهدف أحداث تغيير جوهري ومفيد في السلوك الأكاديمي والاجتماعي، ويعرف اجرائياً بأنه عملية تقوية السلوك المرغوب به وإضعاف أو إزاله السلوك غير المرغوب به. (الفسوس، 2006، ص 10).

2.2.4 قياس السلوك:

- يمكن قياس السلوك بغض النظر عن نوعه وفق ثلاثة أبعاد هي :-
1. إمكانية إعادة التكرار: أي تسجيل حدوث السلوك في فترة زمنية محددة، وتستخدم هذه الطريقة إذا كانت الملاحظة ثابتة من وقت إلى آخر، وإذا كانت الفرصة المتاحة لحدوث السلوك متساوية من وقت إلى آخر، ويقاس هذا البعد وفق ثلاث مؤشرات هي :-
 - العدد: أي عدد مرات حدوث السلوك.
 - المعدل أو التردد: أي معدل تكرار السلوك أثناء فترة زمنية معينة.
 - التغيرات: الكيفية التي يتغير فيها السلوك مع مرور الوقت.
 2. المدى الزمني: ويقصد به الفترة الزمنية التي يستغرقها السلوك (فترة الحدوث).
 3. وقت الحدوث: ويعبر عن الفترة الزمنية المحددة لحدوث السلوك، ويتضمن هذا البعد مؤشرين هما:

- تأخر الاستجابة: أي قياس الفترة الفاصلة بين وقت حدوث المنبه وبين الوقت الذي تظهر فيه بوادر الاستجابة لهذا المنبه.
- الوقت الفاصل بين الاستجابات: أي الفترة الزمنية الفاصلة بين سلوكيين معينين يقعان ضمن الصنف من الاستجابة . (جلاّب، 2011، ص 33).

المبحث الثالث - نظريات الاعلام

2.3 نظريات الاعلام

2.3.1 علاقة نظريات الاعلام بفلسفة الاعلام

2.3.3 نظريات التأثير الانتقائي

2.3.3.1 نظرية الاختلافات الفردية

2.3.3.2 نظرية الفئات الاجتماعية

2.3.4 نظريات التأثير غير المباشر:

2.3.4.1 نظرية الاستخدامات والإشباع

2.3.4.2 نظرية النموذج

2.3.4.3 نظرية الغرس الثقافي

2.3.4.4 نظرية ترتيب أولويات

2.3 نظريات الاعلام

القصد من نظريات الاعلام هو خلاصات ما توصل اليه الباحثون والدارسون في مجالات الاتصال والاعلام الجماهيري ، بهدف تفسير ظاهره الاتصال والأعلام ومحاولة التحكم فيها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع، فهي توصيف النظم الاعلامية في دول العالم على نحو ما جاء في كتاب نظريات الصحافة الاربع لبيترسون وشرام. (الدليمي،2015، ص 7).

2.3.1 علاقة نظريات الاعلام بفلسفة الاعلام:

هناك علاقة متبادله بين نظريات الاعلام وفلسفة الاعلام، وفلسفة الاعلام هي بحث العلاقة الجدلية بين الاعلام وتطبيقاته في المجتمع، أي تحليل التفاعل بين الاعلام كعلم وبين ممارسته الفعلية في الواقع الاجتماعي، ورأى منظرو نظريات الاعلام انها جزء من فلسفة الاعلام، لان فلسفة الاعلام اعم واشمل من النظريات، وكثيرا ما شاع استخدام نظريات الاعلام باعتبارها فلسفة الاعلام او مذاهب الاعلام، ولكن في واقع الامر ان استخدام تعبير نظريات الاعلام كان في مجمله انعكاسا للحديث عن الايدولوجيات والمعتقدات الاجتماعي والاقتصادي او الحديث عن اصول ومنابع العمليه الاعلامية (مرسل، ومستقبل، ووسيلة . . . الخ). (الدليمي،2015، ص9).

وترتبط نظريات الاعلام بالسياسات الاعلامية في المجتمع، ومدى التحكم في الوسيلة الاعلامية من النواحي السياسية، وفرض الرقابة عليها وعلى مضامينها التي تنشر او تذاع من خلالها، ليبيرز سؤال هل تسيطر الحكومة فعلا على وسائل الاتصال والاعلام ؟ ام ان لها مطلق الحرية في التحرك ؟ ام التقيد بالقواعد التي تحددها بعض القوانين ؟.

نماذج لبعض نظريات تأثير وسائل الاتصال:

2.3.2 نظريات التأثير المباشر:

هذا وقد اختار الباحث نظريات التأثير المباشر، لانها ترد جزئياً على جواب ما هو تأثير الصورة الرقمية على سلوك المراهقين، هل هو بشكل آلي وسريع أم متراكم وبطيء ؟.

2.3.3 نظريات التأثير الانتقائي:

2.3.3.1 نظرية الاختلافات الفردية:

تعتمد هذه النظرية على ما توصل اليه علماء النفس من ان الافراد يختلفون بشكل كبير في البناء النفسي، وعلى ذلك فالأفراد من المفترض ان يستجيبون بشكل مختلف للمثير او المنبه.

- وقد لخص ملفين ديفلير¹ Melvin De Fleur الخطوات الاساسية لنظرية التأثير الانتقائي في :
- تقدم وسائل الاعلام رسائلها الى اعضاء المجتمع الجماهيري ولكنها تستقبل وتفسر بشكل انتقائي.
 - ان اساس هذه الانتقائية يرجع الى الاختلافات في طبيعة الإدراك بين اعضاء المجتمع.
 - يرجع الاختلاف في الادراك الى ان كل فرد له تنظيم متميز من المعتقدات والاتجاهات والقيم والحاجات وما الى ذلك.
 - ولكون الادراك انتقائي، فان التذكر والاستجابة ايضا انتقائية.
- وبناء على الخطوات السابقة فان تأثيرات وسائل الاعلام ليست متماثلة ولا قويه ولا مباشرة، وهذه التأثيرات انتقائية ومحدودة بالاختلافات النفسية للأفراد. (اسماعيل، 2003، ص 68-71).

2.3.3.2 نظرية الفئات الاجتماعية:

تقوم نظرية الفروق الفردية على الاختلافات بين الافراد بين الجماعات والتي ظهرت في احضان علم الاجتماع وأفكار دوركايم Durkheim الخاصة بتقسيم العمل.

وتلخص هذه النظرية الى ان افراد الفئة الاجتماعية الواحدة من المتوقع ان يختاروا نفس المضمون الاتصالي تقريبا، وأنهم سوف يستخدمون بدرجة متشابهة الى حد ما.

وركزت هذه النظرية على تقسيمات الجمهور على اسس ديموجرافية، بالإضافة الى الاخذ في الاعتبار الجوانب النفسية .

وقد أدت البحوث التي اجريت في اطار هذه النظرية الى ظهور نظرية اخرى مكمله لها، وهي نظرية العلاقات الاجتماعية والتي تؤكد على تأثير الافراد على بعضهم البعض داخل الفئة الاجتماعية الواحدة، فجمهور وسائل الاعلام رغم الفروق الفردية، والفروق الاجتماعية، ليس افراد منعزلين، وعلى ذلك فالعلاقات بين الافراد - مثلها مثل سمات الفرد - يجب ان تؤخذ في الاعتبار عند تقدير تأثير وسائل الاعلام. (اسماعيل، 2003، ص 81-83).

2.3.4 نظريات التأثير غير المباشر:

تعتمد نظريات التأثير المباشر، والتأثير الانتقائي على خصائص الجمهور والفئات الاجتماعية والعلاقات بينها، في حين تركز نظريات التأثير غير المباشر على استخدامات الجمهور لوسائل الاعلام، ومدى اعتماد الفرد على وسائل الاعلام، وتركز كذلك على العلاقة التفاعلية بين وسائل الاعلام والمجتمع.

وتميل النظريات التي تتساءل عن التأثيرات العامة والفورية لوسائل الاتصال الجماهيري الى ان تقوم على اساس ثلاث صور متتالية هي: البناء الوظيفي، والخلاف، والمنظورات التطورية او الاجتماعية، وهذه

¹ - ولد ميلفين لورانس ديفلور في بورتلاند، ولاية أوريغون في 27 أبريل 1923. حصل ديفلور على درجة الدكتوراه. في علم النفس الاجتماعي من جامعة واشنطن في عام 1954. أطروحته، الدراسات التجريبية للعلاقات استجابة التحفيز في الاتصالات النشرة، مستمدة من علم الاجتماع وعلم النفس، والاتصالات، لدراسة كيفية انتشار المعلومات من خلال المجتمعات الأمريكية.

الصيغ غير مقصورة على دراسة وسائل الاتصال الجماهيري، فهي تستخدم على نطاق واسع بواسطة علماء الاجتماع لدراسة اية نظم اجتماعية او عملية واسعة النطاق.

اما نظريات التأثير غير المباشرة فإنها أكثر شمولاً حيث تضع في حسابها بعض العلاقات الاجتماعية التي تؤثر في الناس، وتميل الى الجمع بين عناصر النموذج الإدراكي وجوانب من نماذج البناء الوظيفي. (اسماعيل، 2003، ص 89).

وسوف نستعرض فيما يلي بعض نظريات تأثير وسائل الاتصال الجماهيري، تدخل في نطاق التأثير غير المباشر وتأخذ في الاعتبار استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وظروف المجتمع، وهي :

1.4.3.2 نظرية الاستخدامات والإشباع.

الأسس العلمية للنظرية :

نظرية الاستخدامات والإشباع تعنى بجمهور الوسيلة الاعلامية the audience وليس بعنصر الرسالة ذاتها Message، كما في نظرية ترتيب الاولويات.

هذه النظرية تقول ان جمهور الوسيلة الاعلامية هو جمهور يتميز بخصائص عديدة، اهمها القدرة على اختيار الرسالة الاعلامية التي تلبى رغباته وتشبع حاجاته الكامنة في ذاته، ومعنى ذلك ان الجمهور ليس سلبياً يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الاعلام. فالجمهور - بهذا المعنى - له غاية محددة من تعرضه لوسائل الاعلام، ويسعى الى تحقيق هذه الغاية من خلال (التعرض الاختياري) الذي تمليه عليه حاجاته ورغباته. (البشر، 2008، ص 58).

وفي هذا المعنى يؤكد ليتل جون ان هناك فرضيات تنطلق منها هذه النظرية وهي:

- ان جمهور وسائل الاعلام يسعى الى تحقيق هدف معين من خلال تعرضه للرسائل التي تقدمها الوسيلة الاعلامية.
- ان اختيار الوسيلة الاعلامية هو جمهور مسؤول عن اختيار ما يناسبه من وسائل الاعلام التي تحقق حاجاته ورغباته، فهو يعرف هذه الحاجات والرغبات ويحاول اشباعها من خلال تعرضه لوسائل إعلامية مختلفة.
- الافتراض الاخير - وهو متعلق بالافتراضين السابقين - هو ان وسائل الاعلام تتنافس مع مصادر الاشباع الاخرى، أي انه الى جانب ما تقدمه وسائل الاعلام من اختبارات متعددة للجماهير من اجل اشباع حاجاتها، فان هذه الجماهير تبحث ايضا عن مصادر اخرى لهذا الاشباع مما يجعل وسائل الاعلام تدخل في منافسة مع هذه المصادر التي تقوم عليها هذه النظرية في النقاط التالية:
 1. الدوافع النفسية والاجتماعية التي نتجت عنها حاجات الجمهور .
 2. الحاجات نفسها .
 3. التوقعات التي يكونها الجمهور عن مدى الاشباع لهذه الحاجات.
 4. التوقعات مرتبطة بوسائل الاعلام التي هي مصدر الاشباع .
 5. هذه التوقعات تؤدي الى ممارسة انماط معينة من التعرض لوسائل الاعلام.

6. انماط التعرض او النشاط المتعدد للتعرض لوسائل الاعلام ينتج عنه إشباع للحاجات والرغبات ويمكن القول بناء على المعطيات السابقة لمفهوم النظرية ان اسباب التعرض الاختياري لوسائل الاعلام تنشأ من دوافع او ظروف نفسيه واجتماعية، نستطيع أن نطورها - بتعبير دينس ماكويل - على انها "مشكلات" والتعرض الاختياري لوسائل الاعلام هو محاوله للبحث عن "حل" لهذه المشكلات (اشباع الحاجات). (البشر، 2008، ص59-60).

2.3.4.2 نظرية النموذج.

تدخل هذه النظرية في اطار نظريات التعلم الاجتماعي والتي تهتم بدراسة كيفية اكتساب الناس لإشكال السلوك المختلفة، والتي تتم نتيجة لعملية التعلم التي تحدث في اطار بيئة اجتماعية محددة. وتركز نظرية النموذج على تعرض الفرد وتأثره بنماذج السلوك التي تقدمها وسائل الاعلام، مما يدفعه لتبني بعض هذه النماذج.

وتعرف هذه النظرية ايضا باسم نظرية باندورا مؤسس هذه النظرية عام 1961.

وتعالج نظرية باندورا عدد من القضايا الرئيسية (اسماعيل، 2003، ص102).

تفسير اكتساب الاستجابات الجديدة كنتيجة لملاحظة شخص اخر .

أ- توضيح قدرة الانسان التي تتوسط بين ملاحظة نموذج الاستجابات وما يعقب ذلك من قبل الملاحظ.

ب- الاهتمام بالجانب الانتقائي للسلوكيات التي جرى تعلمها بالملاحظة عن طريق الدوافع.

وعند تطبيق النظرية لشرح كيفية اكتساب اشكال جديدة للسلوك نتيجة التعرض لوسائل الاعلام، فان لب الموضوع هو "عملية النموذج" وباختصار، فان هذه العملية تتألف من مراحل عديدة يمكن تلخيصها في العبارات التالية :-

- يلاحظ احد افراد جمهور المستمعين او المشاهدين او القراء (او يقرأ عن) أن شخصا (نموذجاً) يشترك في نموذج للتصرف في محتوى اعلامي.
- يتعرف الملاحظ على النموذج ويتمائل معه، أي يعتقد انه (او انها) تشبه النموذج، او يريد ان يكون مثل النموذج او يرى النموذج جذابا وانه جدير بان يقلده.
- ويدرك الملاحظ وهو واع، او يصل الى استنتاج بدون وعي، ان الشخص الذي يلاحظه، او ان السلوك الموصوف سيكون مفيدا له، أي ان الشخص يعتقد ان هذا السلوك سوف يؤدي الى نتائج مرغوب فيها اذا قلد هذا السلوك في موقف معين.
- ويتذكر الشخص تصرفات النموذج عندما يواجه الظروف التي تحدثنا عنها (موقف التأثير) ويتخذ السلوك الذي اقتنع به كوسيلة للاستجابة لهذا الموقف.
- وعند اتخاذ هذا السلوك في مواجهة موقف التأثير، يؤدي ذلك الى شعور الفرد ببعض الراحة، او المكافأة او الرضا، وهكذا تتكون الرابطة بين هذه المؤثرات والاستجابة المستوحاه من النموذج، ويزداد تدعيمها.
- ويزيد اعادة الدعم الايجابي من احتمال استخدام الفرد هذا النشاط السلوكي باستمرار كوسيلة للاستجابة لمواقف مشابهة.

وقد اكد باندورا¹ على انه لكي تتم عملية التعلم بالملاحظة يجب ان تتم في اربعة عمليات اساسية لتفسير عملية التعلم الكاملة وهي:(اسماعيل،2003،ص 104-106).

1- العملية الانتباهية: وتتمثل في الانتباه الى المشهد او الموقف الذي يمكن ملاحظته بشكل مباشر او غير مباشر، ويذكر باندورا ان الانتباه الى موقف او حدث يحدده عاملان هما خصائص الحدث وخصائص المتلقي.

2- عملية الاحتفاظ: وتتمثل في عمليات الاحتفاظ طويل المدى بالأنشطة التي تصدر عن النموذج من وقت لآخر، حيث لا يمكن للفرد ان يتأثر بملاحظة النموذج ما لم يتم بإدخال سلوكيات النموذج، والاحتفاظ بها في الذاكرة بعيدة المدى واستيعابها وتمثلها، بحيث تحدث تغييرا في بنائه المعرفي يؤدي الى تغيير سلوكه.

3- عملية الاسترجاع: وهي العملية التي يهتم فيها الفرد اهتماما كافيا بسلوك النموذج ويحتفظ بصوره مناسبة بالمشيرات التي وضعت لها رموز، وتتضمن عملية الاسترجاع او الاستخراج الحركي صورا عقليه وأفكارا لترشد الاداء الظاهر، ويمكن لهذه الصورة العقلية والأفكار المكتسبة خلال التعلم بالملاحظة ان تعمل مشيرات داخلية شبيهة بالمشيرات الخارجية التي يقدمها النموذج.

4- عملية الدافعية: ويعني بها توافر ظروف باعثة مناسبة تعين على اداء الاستجابات المكتسبة، فالاستجابة يمكن اكتسابها والاحتفاظ بها، وأداؤها، ولكن لا تكون هذه الاستجابة ظاهره ما لم يكن لا سبب او تتوافر لها ظروف الاداء.

والمراحل الاربع السابقة هي مراحل متتابعة، ومرتبطة على بعضها، ترتبط المرحلة الاولى والثانية (الانتباه والاحتفاظ) باكتساب المعرفة، وترتبط المرحلة الثالثة والرابعة (الاستخراج الحركي والدافعية) بأداء السلوك.

2.3.4.3 نظرية الغرس الثقافي.

يمكن وصف عملية الغرس بأنها نوع من التعلم العرضي الذي ينتج عن التعرض التراكمي (لوسائل الاعلام) خاصة التلفزيون، حيث يتعرف مشاهد التلفزيون دون وعي على حقائق الواقع الاجتماعي، لتصبح بصفه تدريجية اساسا للصورة الذهنية والقيم التي يكتسبها عن العالم الحقيقي، وعملية الغرس ليست عبارة عن تدفق موجه من تأثيرات التلفزيون الى جمهور المتلقين، ولكنها جزء من عملية مستمرة وديناميكية للتفاعل بين الرسائل والسياقات، وفيما يتعلق بالمرحلة العمرية، فان تأثير التلفزيون يكون اكبر على الصغار في الجماعات والأسر غير المتماسكة او بين الاطفال الذين يقل لديهم الانتماء الى الأسرة او الجماعة، وكذلك بين الجماعات الهامشية او الاقليات او بين من يصورهم التلفزيون ضحايا. (الحمايده واخرون،2017،ص92).

¹ البرت باندورا (Albert Bandura) (وُلِدَ في 4 من ديسمبر 1925م، في موندرا، ألبرتا، كندا) هو نفساني (عالم نفس)، وأستاذ فخري (ديفيد ستار جوردان) في علم النفس الاجتماعي في جامعة ستانفورد. وقد كان له الفضل في تقديم إسهامات في كثير من المجالات في علم النفس الاجتماعي على مدار العقود الستة الماضية، بما في ذلك نظرية الإدراك الاجتماعي، والعلاج (طب)، وعلم نفس الشخصية، كما كان مؤثراً أيضاً في الانتقال من السلوكية إلى علم النفس المعرفي. وعُرفَ بابتكار نظرية التعلم الاجتماعي ونظرية فاعلية الذات.

ان الفرد الذي يتعرض للتلفزيون تتغرس فيه قيم وتصورات تجعله يتبناها ويظن انها فعلا ما يحدث بالواقع وبالتالي تتغرس فيه لا شعوريا فإذا سئل عن ظاهرة ما، يكون تفسيره ونظريته حسب ما يتلقاه من التلفزيون، ومغايرة تماما للواقع، والمتلقي يتقبل ما يبث بالتسلية، وذلك بقضاء الساعات الطويلة أمام شاشة التلفاز. ونظرية الغرس الثقافي هي نظرية اجتماعية تهدف الى دراسة تأثير التلفزيون على الامريكيين وكان هذا في الستينات والسبعينات وضعها مجموعه من العلماء ولكن مؤسسها الرئيسي هو جورج جرينر ويعتقد صاحب هذه النظرية ان الناس في المجتمعات الغربية انما هم اسرى الواقع المصنوع هذا وأنهم يتصرفون ويعيشون على واقع غير الواقع الحقيقي بكل ما ينبت من تعقيدات من مثل هذا التباين.

مفاهيم مرتبطة بالنظرية مثل :

- **مفهوم الاتجاه السائد:** يقصد بالاتجاه السائد بين الافراد ذو درجة الكثافة الواحدة في اكتساب الخصائص الثقافية المشتركة للمجتمع التي يقدمها التلفزيون كقناة ثقافية حديثة والصورة التي يراها. وبالتالي يمكن الكشف عن التباين في ادراك العالم الخارجي بين الذين يشاهدون التلفزيون بدرجة أقل وبين الذين يشاهدونه بكثافة كبيرة وبالتالي فان الاتجاه السائد عبارة عن نسيج من المعتقدات والقيم والممارسات التي يقدمها التلفزيون في صور مختلفة ويتوحد معها كثيفو المشاهد ولا تظهر بينهم الفروق كبيرة في اكتساب هذه الصور او الافكار باختلاف خصائصهم الاجتماعية او السياسية وبالتالي فان الاتجاه السائد يشير الى سيطرة التلفزيون في غرس الصور والأفكار بشكل يجعل الفوارق او الاختلافات تقل او تختفي بين الجماعات ذات الخصائص المتباينة. ويشير ايضا الى الاتساق بين الاتجاهات والسلوك الذي يمكن أن يقوم بتأثير التلفزيون أكثر من وسائل أو عوامل مؤثرة اخرى.
- **مفهوم الصدى او الرنين:** يقصد بالصدى أو الرنين تلك التأثيرات المضادة للمشاهدة بجانب الخبرات الاصلية الموجودة فعلا لدى المشاهدين، وبذلك فان المشاهدة يمكن ان تؤكد هذه الخبرات من خلال استدعائها بواسطة الاعمال التلفزيونية التي يتعرض لها الافراد اصحاب هذه الخبرات بكثافة اعلى وركز جرينر في هذا المجال على زيادة ادراك العنف في الاعمال التلفزيونية ووصف العالم الخارجي به لدى المشاهدين الذين يعيشون في ظروف عنف غير عادية ويتعرضون للتلفزيون بكثافة أعلى. وهذه النتيجة اكدتها ايضا الدراسات النفسية حيث انتهت الى ان التلفزيون يؤثر في مجال العدوانية على من لديهم المكر للعدوانية ولكن بطريقة مختلفة. (اسماعيل، 2003، ص 266-271).

تأثيرات مشاهدة التلفزيون في المجالات المختلفة:

جاءت نظرية الغرس لتؤكد أن التلفاز يصنع لمشاهديه على المدى الطويل واقعا خاصا مختلفا عن الواقع الحقيقي وان المشاهدين يحكم التصاقهم ببرامجه يصدقون هذا الواقع ويتعاملون معه بأعتباره حقيقة.

وأثبتت الدراسات أن التلفزيون له تأثيرات على مجالات عدة من هذه المجالات :

1. **تأثيره على الوقت:** فقد عمل الكثير من أفراد المجتمع وعائلته على اعادة نظام حياتهم اليومية بناء على برامج التلفاز وتكاد تكون هذه ظاهرة في كثير من البلدان والمجتمعات فقد جاء في بعض الدراسات ان 60 % من العائلات الامريكية اعترفت بأنها غيرت مواعيد النوم بسبب برامج التلفاز كما أن 55% من العائلات غيرت مواعيد تناول الطعام.

2. **تأثيرات على النشاطات التربوية:** التلّافاز جذب الاطفال للجلوس في منازلهم وبالتالي عدم ممارستهم للعب خارج المنزل او ممارسة القراءة او الهوايات المعتادة لديهم بل ساعدت على انصراف الاطفال عن اصدقاتهم بنسبة 52% مما يدل على اثر التلّافاز على جانب مهم وهو الجانب التربوي عن طريق الممارسة وتبادل الخبرات والمعلومات ومعاني الاخذ والعطاء.

3. **التأثير على التحصيل العلمي:** تعتبر فترة الطفولة ومرحلة الشباب من اهم مراحل التحصيل العلمي حيث تمثل هذه المرحلة طلاب المدارس ومعاهد التعليم، وهذه الفئات أيضا تقبل على مشاهدة التلّافاز بصورة واضحة وقد تكون هذه المشاهدة في اوقات على حساب اوقات المذاكرة واسترجاع الدروس والواجبات المدرسية وما لم يتوفر رعاية منزليه وإرشاد تربوي فان هذه المشاهدة ولا شك ستكون على حساب ما ينبغي على الطالب من تحصيل علمي، ولعله من المفيد الاشارة الى ان مثل هذا النوع من التأثير قد يكون ايجابيا فيدفع المراهق الى الحرص لانهاء واجباته المدرسية قبل بداية البث او البرامج التي يفضلها، كما قد يكون سلبا كان يحدث للطلاب ارتباكاً في تنظيم وقته فلا يستطيع ان يحقق التوفيق بين مذاكرة ورغبة في المشاهدة.

ماذا تفترض النظرية؟

وتفترض النظرية أن الاشخاص الذين يشاهدون كميات ضخمة من البرامج التلفزيونية (كثيفو المشاهدة) يختلفون في ادراكهم للواقع الاجتماعي عن اولئك الذين يشاهدون كميات قليلة من البرامج او لا يشاهدون (قليلو المشاهدة)، ويرى واضعو النظرية ان وسائل الاتصال الجماهيري تحدث أثارا قوية على ادراك الناس للعالم الخارجي، خاصة هؤلاء الذين يتعرضون لتلك الوسائل لفترات طويلة ومنظمة. وخلصت النظرية الى ان الذين يشاهدون التلفزيون بكثافة فانهم يعتقدون ان ما يشاهدونه من خلال التلفزيون من واقع واحداث وشخصيات فانها تكون مطابقة لما يحدث في الحقيقة وفي الحياة . اهم الانتقادات الموجهة لنظرية للغرس الثقافي:

1. لم تأخذ النظرية في اعتبارها المتغيرات الاخرى غير كثافة المشاهدة التي تدخل في عملية التأثير التلفزيوني مثل العوامل الديمغرافية.

2. يرى كل من "هاوكنز وبنجري" ان العلاقة بين مشاهدة التلفزيون والغرس الثقافي عند مشاهدته يمكن ان ترجع الى بعض محتوى مواد او برامج التلفزيون ، ولا تنطبق على البعض الاخر من البرامج، اضافة الى ذلك لا تنطبق على مشاهدة محتوى جميع مواد او برامج التلفزيون في عمومها ولكنها قد تحدث نتيجة مشاهدة برامج محددة.

3. أن المادة المقدمة من خلال التلفزيون من الممكن ان تزيّف او تقلب من قبل المشاهدين، وقد تكون متحيزة استجابات المشاهدين، وبالتالي تصبح الاسس التي تبنى عليها مفاهيم ابعاد العلاقة بين المشاهدة والتأثير طبقا لمنظور الغرس الثقافي مفاهيماً وابعاداً غير دقيقة. (الحمايده واخرون، 2017، ص 94-95).

2.3.4.4 نظرية ترتيب لأولويات Agenda –Setting Theory

مفهوم هذه النظرية أن القائم بالاتصال يحاول أن يرتب اهتمامات الجمهور وفق القضايا التي تتناسب وتوجهات الإعلامي نفسه، أو ربما يوافق أيديولوجيا المؤسسة الإعلامية. ويتلخص معنى هذه النظرية في أن وسائل الإعلام هي التي تحدد اهتمامات الجمهور، بمعنى أن هذه الوسائل عندما تهتم بموضوع معين فإن الجمهور يصبح أكثر اهتماماً بهذا الموضوع أو تلك القضية. (البشر، 2016، ص 55).

يعني ذلك أن وسائل الإعلام إذا ركزت في موادها الإعلامية على موضوع الأمن في المجتمع على حساب قضايا أخرى مهمة مثل الإصلاح المالي والإداري، أو الفقر أو البطالة فإن ذلك يعني أن وسائل الإعلام توجه اهتمام الجمهور إلى القضايا الأمنية وتهمل قضايا مثلها في الأهمية.

وهكذا يختار القائمون على الوسيلة الإعلامية بعض الموضوعات أو القضايا التي يتم التركيز عليها بشده مما يجعلها تثير اهتمام الجمهور تدريجياً، وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها، وبالتالي تمثل لهم أهمية أكبر من الموضوعات الأخرى التي تتجاهلها وسائل الإعلام. (الحمايدة وآخرون، 2017، ص 96-98).

أن ترتيب أولويات الجمهور في القضايا التي تطرحها وسائل الإعلام هي عملية أيديولوجية لا تنطلق من فراغ، بل من مرجعيات ومحددات سياسية أو ثقافية توجه عمل القائم بالاتصال، وتجعله يختار موضوعات أو قضايا معينة يحاول من خلالها إيصال رسالة تؤثر في وعي الجمهور أو في مواقفه واتجاهاته وسلوكه.

هذه العملية الأيديولوجية التي تجعل وسائل الإعلام تركز على موضوع معين وتمنحه حيزاً كبيراً يدل على أن الموضوع له من الأهمية ما يجعله حاضراً باستمرار وبكثرة في وسائل الإعلام، كما أن الموضوعات الأخرى ليس لها أهمية لدى الجمهور كما توحى بذلك النظرية.

تمنح وسائل الإعلام أهمية لموضوعات دون أخرى قد تؤدي إلى تضخيم تلك القضايا على حساب قضايا هي أهم من تلك التي تعرضها وسائل الإعلام، بل يؤثر بشكل مباشر على الوعي العام بقضايا المجتمع، وهي الأيديولوجية التي يمارسها القائم بالاتصال من خلال نظرية ترتيب الأولويات. (البشر، 2016).

ويرى أصحاب هذه النظريات أن لوسائل الإعلام تأثير على الفرد والمجتمع من خلال ثلاث اتجاهات هي التأثيرات العاطفية والمعرفية والسلوكية، وأن التأثيرات العقلية المتعلقة بإزالة الغموض الذي يحدث نتيجة لانتقاد المعلومات الكامنة لفهم المعنى، يجعل الفرد غير قادر على تفسير الأحداث، فيلجأ إلى وسائل الإعلام التي يمكن أن تكون هي المصدر الوحيد لهذه المعلومة، كما يتعلق التأثير المعرفي بالقيم وهي معتقدات يعتنقها الناس عن غايات أساسية في حياتهم مثل المساواة والحرية، أو عن أنماط مفضلة من السلوك مثل التسامح والأمانة، كما تؤثر وسائل الإعلام وجدانياً على الأفراد من خلال زيادة العنف لديهم وزيادة القلق وسرعة الاستئثار وزيادة المخاوف والإحساس بالاغتراب في المجتمع الذي ينتمي إليه الفرد وزيادة حدة التوتر النفسي والعصبي وذلك بناءً على نوعية وكمية المعلومات التي يتعرضون لها، إضافة إلى ذلك بالقيام بسلوك معين أو فقدان الرغبة لهذا الفعل أو السلوك وهما نتاج التأثيرات العاطفية والمعرفية، حيث يقوم الفرد بمعرفة قضية معينة ويكون اتجاهها نحوها وبناءً على هذا الاتجاه يشعر بالرغبة في القيام بتصرف ما ثم يترجم إلى سلوك أو حركة، أن التأثيرات العاطفية والمعرفية قد لا يكون لها تأثير على المجتمع إذا لم تقدم سلوكاً معيناً. (ابوالحسن، 2006، ص 128-130).

المبحث الرابع - شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي

2.4 شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي

2.4.1 شبكة الانترنت

2.4.2 الاستخدامات الاعلامية لشبكة الانترنت

2.4.3 مستخدمو الانترنت

2.4.4 الاعلام الالكتروني

2.4.5 مواقع التواصل الاجتماعي

2.4.5.1 الفيسبوك (Facebook)

2.4.5.2 تويتر (Twitter)

2.4.5.3 اليوتيوب YouTube

2.4.6 قراءة الصورة المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي

2.4 شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي

بعد التعرف على الصورة وانواعها وتأثيراتها وانماط السلوك ونظريات الاعلام وكيف تؤثر في المجتمع، حان الوقت لدراسة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق كل ذلك على هذا المجال.

2.4.1 شبكة الانترنت

تلاحم ثلاث ثورات كونيه هي ثورة المعلومات، وثورة الاتصالات، وثورة الحواسيب، انتجت الانترنت التي تمثل ابرز النتائج العالمية في الاستفادة من خدمات الشبكة الرقمية المتكاملة، من خلال ربطها بالآلاف من شبكات الحواسيب المنتشرة في بقاع العالم بعضها ببعض، ويستخدمها الملايين من البشر .

اذا حقق الانترنت ثوره معلوماتية واتصاليه، وذلك من خلال تقديمها شكلا جديدا من اشكال التواصل البشري بما يسمى التواصل الجماهيري الثنائي الاتجاه غير الخاضع للرقابة .

والانترنت (Internet) كلمه مشتقه من شبكة المعلومات الدولية التي يطلق عليها عدة تسميات منها النت (The Net) او الشبكة العالمية (World Net) او الطريق الالكتروني السريع للمعلومات (Electronic Super High Way) او ال(ويب) الشبكة العنكبوتية العالمية (world wide web) وهي عبارة عن طريقه جديدة للبحث تعتمد على الروابط النصية المتعددة او المتشعبة (Hypertext) .

ويقول (تيم بير نيرز) وهو مؤسس الانترنت في مقال نشره عام 1993 (ان وضع تعريف للانترنت يعد عمليه تشبه الفرق بين الدماغ والعقل، فباكتشاف الانترنت تجد اسلاكها وكمبيوترات، اما باستعراض الشبكة نفسها فستجد شتى المعلومات). (العريشي، الدوسري، 2015، ص18-21).

2.4.2 الاستخدامات الاعلامية لشبكة الانترنت

تتطور تكنولوجيا شبكة الانترنت وتطبيقاتها بسرعة كبيره فلا يكاد يمضي يوم إلا ويضاف الى عالم الشبكة العنكبوتية تطويرات لتطبيقات اعلامية موجودة في الشبكة او تضاف لها، ومن نماذج التطبيقات الموجودة في شبكة الانترنت :

1- وكالات الانباء (News agencies): جميع وكالات الانباء العالميه والمحليه لم تجد امامها للحاق بتدفق المعلومات والإخبار وبثها إلا بحجز موقع الكتروني على الانترنت لتقدم خدماتها الاخبارية بأنواعها على شكل نصوص وصور ورسوم وفيديو بعضها مجانا وبعضها بمقابل .

2- إذاعة الانترنت (Internet Radio): ان راديو الانترنت متعدد الوظائف وهو راديو تفاعلي يمكن ان ينقل التحكم في الوسيلة الاعلامية من الدولة ومؤسسات الاذاعة والتلفزيون الى جمهور المستمعين والمشاهدين وموردي المعلومات وسيتحول الجمهور من الاستهلاك السلبي للراديو والتلفزيون الى استخدام قوه التسجيلات الصوتيه والمرئية وذكاء الكمبيوتر والمعلومات الضخمة المعروضة في شبكة الانترنت. وتتيح الشبكة الرقمية لكل فرد ان يبث برامج اذاعيه او تلفزيونيه.

3- البث التلفزيوني عبر الانترنت (IPTV): ويستخدم البث التلفزيوني عبر الانترنت تكنولوجيا التدفق المتزامن مع للإشارات الصوتية والمرئية لتظهر على شكل بث حي يمكن مشاهدته باستخدام عدة برامج تبعا لحزمة الملفات المستخدمة في عملية البث، كما استفاد البث التلفزيوني عبر الانترنت من كافة المواد الفيلمية التي لا يمكن عرضها على شبكات التلفزيون الرسمية او المملوكة لجهات معينة سواء تلك التي ترتبط بعمليات عسكرية او الجرائم التي يصورها هواة عرضيا او حتى التي تصور من خلال كاميرا اجهزة الهاتف المحمول. (عيسى، 1999).

4- خدمة الاخبار بالهاتف المحمول (Mobile phone news service): الهاتف المحمول اصبح اليوم كالمبيوتر الصغير الذي يحمل باليد ويفضل الميزات الخاصة والمطورة باستخداماته مع الانترنت فان مستخدمه يمكنه تصفح الانترنت والاشتراك بخدمة الاخبار والرسائل القصيرة هذا بالإضافة الى ارسال واستقبال وعرض الصور الملونة والرسوم المتحركة والمقاطع الصوتية والبصرية، كل ذلك عبر شبكة الهاتف المحمول من هاتف الى اخر او من هاتف الى بريد الالكتروني على شبكة الانترنت.

5- خدمة الوب (Wab): وهو نظام كمبيوتر يحوّل صفحات الانترنت المصممه للكمبيوتر ليجعلها صغيرة بشكل يناسب شاشات الهواتف المحمولة او الاجهزة الالكترونية المحمولة كالايباد، والتطبيقات التي يمكن توفيرها عبر (الوب) تتضمن الرسائل الصوتية والالكترونية، الحوار، الالعاب، التصفح، او الحصول على المعلومات الضرورية للمستخدم كأسعار العملات والأسهم وحركة الطيران والتجارة المتقلة، الدخول على الشبكات المحلية وغيرها. (د. رميح بن محمد الرميح).

2.4.3 مستخدمو الانترنت

وفيما يخص عدد مستخدمي الانترنت في الوطن العربي فقد تجاوز (169) مليوناً وان اكثر من (122) مليوناً منهم يتواصلون عبر وسائل التواصل الاجتماعي كمستخدمين نشيطين ضمن مجتمعاتهم، في حين ان عدد مستخدمي الانترنت في فلسطين بلغت اكثر من 3 مليون مستخدم أي ما نسبته 61.2% من مجموع السكان في الضفة الغربية وقطاع غزة منهم اكثر من 1.7 مليون يتواصلون فيما بينهم من خلال برامج التواصل الاجتماعي الفيسبوك، حيث تحتل فلسطين المرتبة العاشرة على مستوى الوطن العربي في انتشار الانترنت بين السكان.

والجدول التالي يوضح عدد مستخدمي الانترنت مع النسبة المئوية مقارنة بعدد السكان.

جدول (1.2) يوضح عدد مستخدمي الانترنت والفيسبوك في فلسطين

الدولة	تقدير السكان في	مستخدمي الانترنت	مستخدمي الانترنت	نسبة الانتشار من السكان	نسبة مستخدمي الانترنت / الشرق الاوسط	مستخدمي الفيسبوك
فلسطين	2017/6/30	2000/12/31	2017/6/30	61,2%	2,1%	2016/7/30
	4,928,225	35,000	3,015,088			1,700,000

المصدر (إحصائيات الإنترنت العالمية، 2017).

2.4.4 الاعلام الالكتروني

لم تقف وسائل الاعلام بكافة انواعها المقروء والمسموع والمرئي مكتوفة الايدي امام الاعلام الالكتروني الجديد بوسائطه وتقنياته المتطورة بل كانت السباقه في دخول هذا المضمار ولاسيما وان له الكثير من الميزات بقله التكاليف، والعاملين قياسا للمؤسسات الاعلامية التقليدية، فضلا عن تجاوزه للحدود الجغرافية والرقابية.

وتعرف المواقع الالكترونية والتي يمكن الوصول لها من خلال محدد موقع المصدر (Uniform Resource Locator URL) او عنوان الموقع الذي سيطلبه مستعرض الويب (Web browser)، ولها انواع مختلفة. وتعرف ايضا بأنها مجموعة من العناصر او ما يمكن تسميته بالصفحة، وكل موقع يتكون من مجموعه من الصفحات والعكس غير صحيح ، ويطلق على مجموعة المواقع ذات الاهتمام المختلفة تسمية عالم الورد وايد ويب (World Wide Web). (حسن، 2016، ص 114).

ومن المؤشرات المهمة في تطور المواقع الالكترونية انها خلقت بتقنياتها المتعددة ما يسمى بصحافة الميديا اذا يرفق الخبر او الموضوع بالصور والصوت والفيديو فضلا عن تعليقات، وإضافة الروابط ذات صلة، مما جعل الصحافة تختلف كوسيلة اعلاميه في مفهومها ليتوسع هذا المفهوم ويحتوي عددا من الوسائل الاعلامية الاخرى، وقد جعل هذا التطور الصحف الورقية والإذاعات والقنوات الفضائية تلجأ الى عمل مواقع اخباريه على الانترنت وتقدم خدمه متوازية لا تقل اهميه للجمهور بل قد يتسع جمهورها، وأيضا السهولة بتلقي ردود الفعل والتعليق من المشاهدين على الموقع عنها في القناة الفضائية، وقد لجأت معظم الفضائيات والإذاعات ان تردد للمتلقي (المزيد من التفاصيل والتعليق على الاحداث يمكنكم زيارة موقع القناة او الاذاعة على الانترنت) مع كتابة عنوان الموقع بالنسبة للفضائيات. (حسن، 2016، ص 113).

2.4.5 مواقع التواصل الاجتماعي

مع تطور ثورة الاتصالات والحاسوب وظهور الانترنت ان شهد العالم في السنوات الاخيرة نوعا من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء الكتروني افتراضي يسمى (المجتمعات الافتراضية)، قصر المسافات بين الشعوب والغى الحدود وزاوج بين الثقافات، وسمى هذا النوع من المواقع بين الناس (مواقع التواصل الاجتماعي او الشبكات الاجتماعية) وهي المواقع التي تهدف الى ايجاد علاقات تعارف وتواصل بين الاصدقاء والأقارب او زملاء الدراسة او العمل، او هي مجتمعات الانترنت التي تعطيك فرصا للتواصل مع العملاء والزملاء وأفراد العائلة والأصدقاء الذين لهم مصالح مشتركة كما لعبت هذه المواقع دور بارزا في التنمية ذلك ان الدول النامية لا تستطيع تحقيق اهدافها التنموية دون الاهتمام بافرادها في مجتمعاتهم المحلية مما كان له الاثر الايجابي في تطوير قدراتهم، ومن اشهر هذه المواقع الفيسبوك وتويتر واليوتيوب وغيرها، وتصنف مواقع التواصل الاجتماعي الى صنفين رئيسيين هما: مواقع صريحة ومواقع ضمنية، فأما الصريحة فهي مواقع انشئت من اجل المستخدمين ولتقديم خدمات لهم مثل المواقع المهنية، كالبحت عن الوظائف او تطوير الاعمال او تبادل المعلومات حول المنتجات والسلع والخدمات، واما الضمنية فهي التي تهتم بمضمون ما تقدم لمستخدميها كمواقع الفيديوهات مثل الديليموشن، كما يمكن ان تصنف على اساس اهدافها

الى مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدم للترفيه وعرض قوائم الاعضاء ومعلومات عنهم، والتواصل اجتماعيا بين الاهد والاصدقاء والمعارف مثل Facebook، My Space، اما النوع الثاني من المواقع فيستخدم للحصول على علاقات جديدة، وفيها قوائم تضم اسماء عديدة لمستخدمين غير معروفين لبعضهم البعض مثل Linked In، فضلا عن نوع ثالث من مواقع التواصل الاجتماعي تستخدم للإيجار وللحصول على معلومات ومعارف، او نشر قوائم او روابط معلومات مثل موقع Digg، ويصنفها البعض على اساس الوسائل التي تستخدمها الى ادوات نشر مثل Wikipedia، وأدوات التشارك الفيديو مثل Youtube، او التشارك الصوتية مثل Flickr، او للموسيقى مثل Deezer، وأدوات الدردشة مثل Yahoo Messenger. (المشهداني، 2014، ص 120-121).

تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:

يعرف الدكتور راضي زاهر مواقع التواصل الاجتماعي بكونها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بانشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء اخرين بهذا الموقع ويشترك هؤلاء الافراد في الاهتمامات والهوايات. (منشورات اتحاد اذاعات الدول العربية، 2016، ص 66).

الشبكات الاجتماعية هي تلك المواقع على شبكة الانترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب (Web2)، تسمح بالتواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لاهتماماتهم او انتمائاتهم سواء كانوا جامعه او بلد او صحفيين او موظفين في شركة ما. . . الخ، يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل او المشاركة في الملفات الشخصية للأخرين والتعرف على أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وتتنوع اشكال تلك الشبكات الاجتماعية فبعضها عام يهدف الى التواصل العام وتطويرالعلاقات وصدقات حولالعالم، وبعضها الاخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين وشبكات الاعلاميين. (كنعان، 2014، ص 169).

2.4.5.1 الفيسبوك (Facebook):

الفيسبوك هو اكثر مواقع التشبيك الاجتماعية شعبية على الانترنت في العالم، حيث انشئ الموقع عام 2004 من قبل طالب في جامعة هارفارد اسمه "مارك زوكر بيرج" ¹ وزملاء السكن في غرفته بالكلية من طلاب الحاسوب، في البداية اقتصر الموقع على الافراد الذين لديهم حسابات بريد الالكتروني في الجامعة ثم جرى فتحه للجمهور من عمر 13 سنة فأكثر، لكن مع نهاية عام 2009، صرح الموقع عن وجود اكثر من 300 مليون مستخدم. (الطفاطه، 2011، ص 21).

¹ - مارك زوكربيرغ، (14 مايو 1984)، رجل أعمال ومبرمج أمريكي، ولد في وايت بلينس، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية. اشتهر بتأسيسه موقع الفيسبوك الاجتماعي، وهو أكبر موقع اجتماعي في العالم، أنشأ الموقع مع زملائه في قسم علوم الحاسب داستن موسكوفيتز وكريس هيوز وهو في جامعة هارفارد. وهو بمثابة الرئيس التنفيذي لموقع الفيسبوك.

وقد تجاوز عدد المسجلين في هذه الشبكة في الاول من تموز 2010 النصف مليار شخص يزورونها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من اراء وأفكار وموضوعات متنوعة وجديدة، يضاف الى ذلك المشاركة الفعالة وغالبا ما تكون في المحادثات والدرشات. (الشاعر، 2015، ص 63).

اصبح الفيسبوك اليوم ثاني اكبر موقع في الانترنت حيوية بعد جوجل، حيث بلغ عدد مستخدميه عام 2011 حوالي ثمانمائة مليون نسمة، في حين بلغ عدد سكان العام تقريبا في العام 2017 حوالي 7519 سبعة مليار وخمسمائة وتسعة عشر مليون نسمة في حين بلغ عدد مستخدمي الفيسبوك في العالم العربي اكثر من 122 مليون شخص منهم 1.7 مليون فلسطيني . (احصائيات الإنترنت العالمية، 2017).

اما تسمية الفيسبوك فمرجعها الى اسم الدليل الذي تسلمه بعض الجامعات الامريكية لطلابها الجدد وفيه اسماء وصور ومعلومات مختصرة عن زملائهم القدامى حتى لا يشعر المستجدون بالاغتراب. (الشاعر، 2015، ص 63).

اسباب استخدام الفيسبوك

من اسباب استخدام الفيسبوك ما يأتي :

- 1- الاسترخاء والتسلية: يجد المستخدم للفيسبوك الأخبار والطرائف والكتابات الادبية والصور والمشاهد المصورة الطريفة والتعليقات المضحكة، وفيه فرصة لمتابعة ما يفعل الآخرون وللحكاية معهم والكتابة لهم.
- 2- تبادل المعلومات والأفكار والآراء: الفيسبوك نافذة مهمة لتبادل الاخبار والإحالة الى المواقع الاخبارية، كذلك يتم تبادل رود فيسبوك المعلومات المفيدة عن الضرائب والهواتف والجمعيات والمشروعات والجامعات والدورات التدريبية والوظائف الشاغرة، ويتبادلون المعلومات.
- 3- الهروب من الواقع: في الفيسبوك قلوب جريحة، وعاطلون عن العمل، ومصابون بالاكتئاب، ومنبوذون من جماعاتهم الواقعية يبحثون عن ملاذ من مشكلاتهم وضغوطات حياتهم، وفيه من يطلب من اصدقائه او اصدقائها الدعاء او النصح.
- 4- مجارة الموضة: يظل كثير من الناس على نفورهم من تلك (التقليعات) الجديدة مثل البلاك بيري والايفون والايباد وتويتر وسكايب وماي سبيس وفيس بوك، ومنهم من يبقى وفيا لمبدأه ويبقى على نفوره، ومنهم من يقرر تجريب هذه التقليعات لعله يجد فيها ما يبرر ما يحيط بها من ضجيج وتهافت. ومن الذين يجربون فيسبوك من يجد فيه وفي غيره نفعا فيقيم فيه، ومنهم من يندم على ما انفق فيه من وقت بلا طائل، ويعود الى سابق عهده من القطيعة معه ومع غيره من المجتمعات الافتراضية".
- 5- تكوين الصحبة والصدقات: قديما قرر ارسطو ان الانسان كان اجتماعي ومن بعده قرر ابن خلدون في مقدمة ان اجتماع الناس ضرورة لا مهرب منها، تفرضها الحاجة الانسانية الفطرية الى المأكل والمشرب والحاجة الى الامن، هذان هما شرطا تحقق المجمع عند ابن خلدون.

6- التعليم والتطوير المهني: في فيسبوك فرص سانحة لتطوير الذات سلوكيا ومعرفيا ومهنيا وخاصة في المجالات الاعلامية. وتجد فيه الكتب والمقالات في الاعلام والتنمية البشرية والإدارة وغيرها من حقول المعرفة، يتبادل روادالفيسبوك تلك الكتب والمقالات وغيرها من المصادر دون الاهتمام بحقوق الملكية الفكرية. (المشهداني، 2014).

خصائص الفيسبوك

ويتضمن فيسبوك عدد من الخصائص التي تتيح للمستخدمين امكانية التواصل مع بعضهم البعض ومن اهمها: (العريشي،الدوسري ،2015،ص40-41).

- Wall او لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحه مخصصة لصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء ارسال الرسائل المختلفة الى هذا المستخدم.
- Pokes التي تتيح للمستخدمين ارسال " وكزه" افتراضية لإثارة الانتباه الى بعضهم البعض (وهي عبارة عن اشعار يخطر المستخدم بان احد الاصدقاء يقوم بالترحيب به) .
- Photos الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الالبومات والصور من اجهزتهم الى الموقع، ويمكن ضبط اعدادات الخصوصية للألبومات الفردية، وبالتالي الحد من مجموعات المستخدمين الذي يمكنهم مشاهدة اليوم معين .
- Status او الحالة التي تتيح للمستخدمين امكانية ابلاغ اصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من اعمال في الوقت الحالي، كما انه يمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم لأي شخص ومشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقا لإعدادات الخصوصية، كما يتيح فيسبوك امكانية ارسال رسائل مرفقه تتضمن أي شي الى لوحة الحائط، الذي كان مقتصرًا من قبل على المحتويات النصية فقط.
- News Feed او التغذية الاخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الاحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم ومناسباتهم الاجتماعية.
- Facebook Notes او تعليقات الفيسبوك، وهي سمه متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور والفيديوهات التي يمكن تضمينها،وقد تمكن المستخدمون في وقت لاحق من جلب المدونات من مواقع " بلوجر" و "لايف جورنال" وغيرها من المواقع التي تقدم خدمات التدوين. (اسماعيل، 2014).
- تطبيق ارسال رسائل فورية الى شبكات الاتصال باستخدام برنامج Comet وأطلق عليه اسم Chat، ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين امكانية التواصل مع اصدقائهم وارسال الملفات والصور والفيديوهات، وهو يشبه في اداءه وظيفته برامج ارسال الرسائل الفورية الموجودة على سطح المكتب.

- Gifts او الهدايا، التي تتيح للمستخدمين ارسال هدايا افتراضية الى اصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.
- تطبيق Marketplace الذي يتيح للمستخدمين نشر اعلانات موبو مجانية .
- تطبيق Events أو أحداث الي يوفر للمستخدمين وسيله لإبلاغ الاصدقاء عن الاحداث المرتقب وقوعها .
- تطبيق Video الذي يوفر امكانية تبادل افلام الفيديو المنزلية بين المستخدمين .
- تطبيقا Chess و Scrabble وهذان التطبيقان يتيحان للمستخدمين امكانية لعب مباريات مع اصدقائهم. (العريشي، الدوسري، 2015، ص42).

2.4.5.2 تويتر (Twitter):

تويتر هو احدى منصات التواصل الاجتماعي، التي انتشرت في السنوات الاخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الاحداث السياسية في العديد من البلدان العربية، واخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد) واتخذ من العصفورة رمزا له، وهو خدمه مصغرة تسمح للمغردين ارسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء ان يسميها نسا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر ان يتبادل مع اصدقائه تلك التغريدات (التويتات) من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، او في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة - ويتنافس مستخدمو تويتر بعدد المتابعين لهم - كما تتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه، امكانية الردود والتحديثات عبر البريد الالكتروني، كذلك اهم الاحداث من خلال خدمة (العريشي، الدوسري، 2015، ص40-41). وعبر الرسائل النصية (SMS).

كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) اوائل عام 2006، عندما اقدمت شركة Obvious الامريكية على اجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم اتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في اكتوبر من نفس العام، ومن ثم اخذا هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمه حديثه في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك اقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الام، واستحدثت لها اسما خاصا يطلق عليه (تويتر)، وذلك في ابريل عام 2007 م. (الشاعر، 2015، ص64).

ويمكن للمستخدمين الاشتراك في مواقع تويتر بشكل مباشر عن طريق التسجيل من خلال الصفحة الرئيسية للموقع، وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب، حيث تظهر اخر التحديثات بترتيب زمني. تدور التحديثات حول السؤال ماذا تفعل الان؟ (What are you doing)، والتي لا تتجاوز الـ (140) حرف. وبعد ان يقوم المستخدم بتحديث حالته ترسل تلك التحديثات الى الاصدقاء. ومن الامور اللافتة للنظر ان اللغة الانجليزية التي كانت الوحيدة المستخدمة في خدمة تويتر، ومن ثم تعددت لغات تويتر حتى وصلت في نهاية عام 2010 الى سبع لغات: (الانجليزيه، الفرنسية، الالمانية، الايطالية، اليابانية، الاسبانية، والكورية)،

وحتى نهاية عام 2010 وصل عدد المغردون الذين يستخدمون تويتر الى اكثر من 200 مليون مغرد وذلك لسهولة الاشتراك فيه، وبالرغم من ان الانترنت والإعلام الحديث وتطورات التكنولوجيا تطرح دائما العديد من المواقع المنافسة الى تويتر، الا ان مستخدمي هذه المدونة ارتبطوا بها ارتباطا وثيقا، وحيث لا يمكنهم الاستغناء عن التغريد في تويتر. (العرشي، الدوسري، 2015، ص 43-44).

وفي تويتر يستطيع المرء ان يقوم بعملية البحث عن اشخاص او عناوين ومواضع مختلفة، باعتباره تجمعا من مجموعة اصدقاء في كافة انحاء العالم، يمكنهم تبادل الاخبار القصيرة فيما بينهم، ولا يهمهم ان كان هؤلاء الاصدقاء قريبيون ام بعيدون، هذا ما يقوم به الكثير من المستخدمين في البحث عن اصدقاء بهدف التعارف والصدافة من خلال تبادل الرسائل النصية القصيرة، غير ان المدونين يرون في تويتر اداة تدوين مصغرة تساعدهم في رفد مدوناتهم بالإخبار والإحداث الموجزة والآنية. (المشهداني، 2014).

ويوفر تويتر لمستخدميه امكانيات عديدة منها: معرفة ما يقوم به اصدقائهم دائما وفي أي وقت، كما انه اسرع وسيله بطرح التساؤلات على الاصدقاء وتلقي الاجابات الفورية، بالإضافة الى انه يتيح للمستخدم امكانية ارسال الاخبار الهامة جدا والسريعة والمحيطه به كالأستغاثة او الاخبار عن حادث مهم جدا. وفي الوقت ذاته يتيح تويتر للمستخدمين متابعة كل احداث العالم الهامة فور وقوعها، ويستطيع المستخدم ايضا معرفة ما يفعله اصدقاؤه ومعارفه الذين يههم امرهم ومتابعة اخبارهم وشؤونهم.

ويقدم موقع تويتر تعريفا مقتضيا له بأنه: " خدمه تساعد الاصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل وإدامة الاتصال بعضهم ببعض، عبر تبادل اجوبه سريعة ومعتادة لسؤال واحد وبسيط هو: ماذا تفعل الان ؟

لقد اصبحت كبرى المؤسسات الاعلامية العالمية تعتمد على تويتر في تغطية الاحداث وتطور الاخبار الانية والعناوين الرئيسية، ويستعين بـ تويتر العديد من الصحفيين للحصول على مادتهم الاعلامية، وما يهمهم من القراء واهتماماتهم، فقد يوجهون لهم الاسئلة ويتلقون اجابات مفيدة عليها تساعدهم في انجاز تقاريرهم الاخبارية ويستفيد من يعمل في (صحافة المواطن) من امكانيات تويتر العديدة .

كما توضح ذلك شبكة الصحافة العربية بالقول: يشكل تويتر وسيله لتزويد مستخدميه لتحديات في الزمن الحقيقي تقريبا حول اخبار جاريه ونامية، ويمكن للمرسلين من موقع الخبر ابقاء جمهورهم مطلعاً على ما يجري اولا بأول، بدلا من التقييد بالوقت التي تقتضيه وسائل اعلاميه اخرى. ولكن مع هذه الخدمة المميزة التي يقدمها تويتر، فان هناك من يسئ استخدامها، حيث يرسل معلومات قد تكون خاطئة او غير موثوقة، مما يلزم المؤسسة الاعلامية التراجع عنها او تصحيحها. (العرشي، الدوسري، 2015، ص 45-47).

مما لاشك فيه أن تويتر أصبحت له أهمية كبيرة في الحياة المهنية للمدرسين والطلاب، سواء من حيث استعماله كأداة تعليمية أو كوسيلة لتواصل المدرسين فيما بينهم او مع طلابهم، في مواكبة منهم لاتجاهات التعليم الحديثة وارتباطها المتزايد بعالم التقنية والأمثلة على ذلك كثيرة ومنها شبكة التعلم الشخصي PLN التي

تعتبر نموذجاً مجسداً لهذا المعطى بتوفيرها الفرصة للمدرسين من أجل الوصول إلى آخر المستويات العالمية من تقنيات التعليم بهدف تجديد التعليم بعيداً عن النمطية والكلاسيكية.

2.4.5.3 اليوتيوب YouTube :

هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، والذي استطاع في فترة زمنية قصيرة الحصول على مكانه متقدمه ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصاً في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها: الكوارث الطبيعية والانقراضات الجماهيرية والثورات الشعبية. (المشهداني، 2014).

واليوتيوب هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من جوجل، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه ويوزره الملايين من البشر يومياً، وتستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة بعرض مقاطع الفيديو، التي لم يتمكن مراسليها من الحصول عليها، تأسس موقع يوتيوب عام 2005 في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق (تشارد هرلي، وستيف تشن، وجاود كريم) وهم موظفون سابقون في شركة (Pay Pal). ويشمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى. وقامت جوجل عام 2006 بشراء الموقع مقابل (1.65) مليار دولار أمريكي ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب 2.0 وأصبح اليوتيوب عام 2006 شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة (تايم) الأمريكية.

يتيح اليوتيوب تحميل اللقطات والأفلام وعرضها بسرعه قياسيه وهو ما جعله يستقطب محبي الأفلام واللقطات القصيرة، ويدخله 800 مليون زائر شهرياً، يشاهد 4 مليار فيلم. (جمعية المعارف الإسلامية الثقافية، 2016).

ويعتبر موقع اليوتيوب أكبر مستضيف لأفلام الفيديو، ان كانت على الصعيد الشخصي أو شركات الإنتاج، وأصبح يتردد اسم اليوتيوب عندما تذكر أسماء الشركات التكنولوجية الكبيرة الفاعله على الصعيد العالمي، التي تحتل موقعا مهما على شبكة الانترنت.

وهناك قواعد ملزمه للنشر تعتمد على اليوتيوب، فهي لا تسمح بوضع المقاطع الفيلمييه التي تشجع على الارهاب والإجرام والأفلام الخلاعيه، أو تلك التي تسيء الى الديانات والمذاهب والشخصيات. ويستخدم اليوتيوب (51) لغة من لغات العالم واهمها: (الانجليزية والعربية والروسية والفرنسية والبولونية والايطالية والبرتغالية والاسبانية والألمانية والهولندية والكورية والصينية واليابانية). ويشهد موقع اليوتيوب اقبالا كبيرا من الشباب والمرهقين خصوصا من الجنسين. (العريشي، والدوسري، 2015، ص 47).

وهنا يتضح ان موقع اليوتيوب واسع الانتشار ولم يعد حكرا على مؤسسات اعلامية أو قنوات تلفزيونية فضائيه، أو اشخاص مهتمين من الصحفيين وغيرهم، بل اصبح متاحا لكل من يرغب بالحصول على موقع خاص به، ابتداء من كبار القادة والمسؤولين في العالم، الى عامة الناس لمختلف فئاتهم العمرية وخصوصا الشباب منهم، لما يقوم به هذا الموقع من خدمات مميزة خصوصا دوره البارز في أحداث العالم الأخيرة. لقد اصبح اليوتيوب جزءاً لا يتجزأ من اهتمامات الملايين من الناس على اختلاف اعمارهم وبمختلف اهتماماتهم،

كما وانه اضاف خدمه كبيره وفاعله لوسائل الاعلام والاتصال الجماهيري الحديثه. (العريشي، الدوسري، 2015، ص 49).

وهنا لا بد من الاشارة الى ان اليوتيوب بما يحتويه من ملايين الفيديوهات قد ساهم بشكل بارز في التنمية من خلال عملية البحث والإطلاع على أحدث الاختراعات والأفكار والاكتشافات كما يفيد المراهقين والمربين في عرض تجاربهم وأعمالهم، ليستفيد منها المتصفحون، كما ساهم بشكل واضح في العملية التعليمية من خلال تقديم عرض للدروس النموذجية للمعلمين المتميزين في مختلف المواد والسنوات الدراسية، ليستفيد منها المعلمون المبتدئون والباحثون عن طرق تقديم جديدة للتعليم، بالإضافة الى توفر فيديوهات تتناول شرح مفصل للمواد الدراسية سواء على مستوى المنهاج الدراسي في المدارس الفلسطينية او على مستوى الدراسات الجامعية .

2.4.6 قراءة الصورة المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي

ان الصورة تسهم بشكل كبير سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ، في تشكيل وعي المراهقين وتكوين قناعاتهم ، خاصة في صفوف الاجيال التي تفتح أعينها مباشرة على عالم الصور، ولأن الصورة تتميز بالغموض كما تحمل معاني متعددة ، والرسالة التي تنقلها لا يمكن فك رموزها ،ذلك يفرض علينا امتلاك آليات قراءة الصورة ، حتى نتمكن من التحاور معها وفهمها ، ويمكن تحديد قراءتان للصورة : قراءة استيقية أي ماهو ظاهر وباد وتسمى في اللسانيات بالايحاء، وقراءة دلالية: وهما موجودان ضمن كل أشكال التواصل بالصور سواء تعلق الأمر بالاعلان الأشهاري أو بالقصص المصورة أو بالتلفزة .(فضل، 1997).

وقد حدد فريديت Fredelte أربعة مستويات لقراءة الصورة :

1. " مستوى الوصف
2. مستوى التحليل
3. مستوى التفسير الابتكاري ويعني قدرة الشخص على توليد استجابات وتعبيرات ومعان وتصورات شخصية تستحثها الصورة فيه.
4. مستوى التفسير الناقد وهو قدرة الشخص على تفسير الصورة في معايير ومحكات خارجية وهذا المستوى يقابل مستوى التقويم عند غيره".(الفضلي،2010).

إذا يتم التركيز في عملية القراءة في الإطلالة الأولى للصورة حيث تعمل العين على مسح شامل لها ، تلتقط بداية موضوعها من خلال ما تعرضه ، ثم ألوانها والزاوية التي أخذت منها، كل هذه الاشياء تدخل في عملية الوصف، حيث نصف كل ما هو ظاهر في الصورة، تليها عملية تحليل الصورة وهنا يبدأ الغوص في أعماق

الصورة لتجاوز ما هو ظاهر وياد أي "القراءة الأستيقية". إلى ما هو أعمق ، النظر إلى إحياءات الصورة ودلالاتها ، أي "القراءة الدالية".

لكن مسألة تحليل الصورة ليس بالأمر الهين خاصة إذا ما تعلق الأمر بالصورة المتحركة و ذلك لأنه "لا توجد قواعد لغة خاصة بالصورة الخالصة لأن اللغة الأيقونية غير مختزلة في سنن موحد قابل لأن يطبق على كل الرسائل السمعية البصرية ، ففي الحد الذي يفك فيه رمز الصورة على كل من المستوى الأيقوني والمستوى الأجماعي تتجاوز الصورة الإطار السوري .إن الموضوع السمعي البصري يقدم للمتفرج كنسيج، يستقبل منه في بداية الأمر إدراكا بصريا عاما، بعد ذلك يبحث عن تشخيص الدلالات المعروفة سابقا، فإذا كانت الصورة الساكنة تسمح لنا بقدر من التأمل نظراً لسكونيتها، وتسمح لنا بتركيز أكبر على مكونات الصورة، من الألوان والضوء و زاوية التقاط الصورة ومجالها...الخ فإن الصورة المتحركة قد تبدوا أكثر عسرا نظرا لحركيتها من جهة ولكونها تدخل في مجال السمعي البصري من جهة أخرى حيث تشكل ثنائية بين اللغة/الخطاب والصورة.(الحساني، 2014، ص 68-73).

قراءه في الصور الثابتة والمتحركة خلال هبة اكتوبر 2015-2016

الصورة الاولى:



صوره رقم (2.1)تشبييع جثمان الشهيد مهند الحلبي الى مئواه الاخير

2015/10/9 تشبييع جثمان الشهيد مهند الحلبي الى مئواه الاخير .(عدسة:محمد فراج/وفا)

صوره تكررت كثيرا في وسائل التواصل اجتماعي،خلال هبة اكتوبر التي اندلعت اوخر عام 2015، وتظهر في الصورة جماهير غفيره لا تحصيها العينتغطي الشوارع ، وتحمل اعلاما فصائلية، تظهر بشكل عفوي، تنير العين هذه الصورة إحساسا بالاعجاب والرهبه والغضب والكراهية في آن واحد، الإعجاب للعدد الهائل الذي

يغطي مساحات كبيرة، والرغبة من جلال الشهيد ، والغضب والكراهية من فظاعه الحدث خصوصا اذا علمت ان هذه الجمع ليس مجتمع في مباراة كرة قدم او مهرجان فني، وانما جماهير منتفضه في عملية تشييع جثمان الشهيد مهند الحلبي مفجر هبة اكتوبر والذي اعدم من قبل قوات الاحتلال داخل مدينة القدس بتاريخ 2015/10/3 وقامت قوات الاحتلال بتسليم جثمانه بعد اسبوع من استشهاده، يبدو ان الصورة اخذت من علو او من فوق اسطح احد المنازل فنحن لا نستطيع تمييز الاشخاص لا وجوههم ولا اعمارهم، وما يزيد من رهبة المنظر هو وجود جثمان الشهيد فوق الاكتاف ملفوفا بالعلم الفلسطيني، مما يزيد من تعاطف المشيعين ويخلق حالة من العنف لديهم، من جهة ثانية يخلق حالة من الغضب والتوتر والكراهية لدى ذوي واصدقاء ومحبي الشهيد وبالتالي يؤثر في سلوكهم من خلال الرغبة في الانتقام والمشاركة في الفعاليات المناهضة للاحتلال.

الصورة الثانية:



صوره رقم (2.2) استشهاد فتى فلسطيني خلال توجهه الى مقاعد الدراسة

المصدر(وكالة الانباء والمعلومات الفلسطينية وفا)

الصورة تداولتها وسائل الاعلام المختلفة، وهي تعرض لنا وجها من اوجه جرائم الاحتلال الاسرائيلي بحق اطفالنا، وتتكون الصورة من طالب مدرسي ملقى على الارض شهيدا وبجانبه حقيبته المدرسية وزجاجة ماء، بالاضافة الى سكين وضعت بجانبه بعد استشهاده ، وتتضح قوة الصورة من بشاعة الجريمة التي نفذتها قوات الاحتلال بحق هذا الشبل الذي كان متوجها الى مدرسته صباح ذلك اليوم، ان العلامة البصرية التي في الصورة متعددة الدلالات فحضور الشهيد في الصورة، لها دلالات عميقة فهي تشير الى ان قوات الاحتلال هدفت من قتل هؤلاء الاطفال الى بث الرعب في نفوس طلاب المدارس ولقتل روح الوطنية لديهم، والقاء

السكين بجانبه لاصاق تهمة الارهاب باطفال فلسطين، الا ان النتيجة كانت عكس ما توقعت قوات الاحتلال، مما دفع بالعديد من الشبان الفلسطينيين وتحديدًا المراهقين الى الخروج في مسيرات واحتجاجات يومية، كما تبنى هؤلاء الشبان مقاومة الاحتلال بمختلف الوسائل المتاحة لهم.

وهذه الصورة وغيرها من صور جرائم الاحتلال عززت الاتجاه العاطفي لطلاب المدارس وتحديدًا المراهقين منهم من خلال اندفاعهم لمقاومة الاحتلال والمشاركة في الاحداث اليومية للهبة، كما عززت الاتجاه المعرفي من خلال معرفة نوايا وتوجهات قوات الاحتلال بحق ابناء الشعب الفلسطيني مما زاد من وعيهم وثقافتهم ، وبالتالي خلق توجهات سلوكية لديهم تمثلت في المشاركة في المسيرات اليومية وتقديم خدمات للجرحى من خلال تطوعهم في جمعية الهلال الاحمر الفلسطيني وتواجدهم في الميدان.

صور تكرر كثيرا خلال هبة اكتوبر تتضمن في محتواها الاتجاهات العاطفية والمعرفية والسلوكية



صورة رقم (2.3) مواجهات بين الشبان وقوات الاحتلال بالقرب من مدخل البيرة الشمالي ضد

الانتهاكات في المسجد الأقصى 2015/10/16 .



صورة رقم (2.4) مواجهات بين الشبان وجنود الاحتلال على حاجز حوارة جنوب نابلس
(عدسة: أيمن نوباني/وفا) 2015/10/23



صورة رقم (2.5) استشهاد الشاب قاسم سباعنة برصاص جنود الاحتلال على حاجز زعترة جنوب نابلس
(عدسة: أيمن نوباني/وفا) 2015/10/30



صورة رقم (2.6) الآلاف في الخليل يخرجون لتسلم جثامين 5 شهداء أعدمتهم قوات الاحتلال وإحتجزتهم 2015/10/30. (عدسة: سمر بدر/وفا)



صورة رقم (2.7) تلاميذ مدرسة تجمع بدو "أبو النوار" يواصلون تعليمهم رغم هدم الإحتلال لمدرستهم 2016/2/23. (عدسة: تامر باننا/وفا)

قراءة في صور الفيديو:



صور رقم (2.8) اخذت من فيديو قيام جندي اسرائيلي باعدام الشهيد عبدالفتاح الشريف بعد إصابته بجروح بالخليل.

الفيديو نشر على مواقع التواصل الاجتماعي بتاريخ 2016/03/24، ويظهر في الصورة الشاب عبدالفتاح الشريف ملقى على الشارع وهو مصاب بعيار ناري، ومحاط بثلاث جنود ومستوطن ، واحد الجنود يصوب اليه برشاشه الاوتوماتيك استعدادا للإجهاز عليه، وعند مشاهدة الفيديو يظهر فيه شهيد اخر وعدد من الجنود والمستوطنين، بالإضافة الى وصول ثلاث سيارات اسعاف لنقل الجرحى، وتظهر قوة الصورة عند مرور سيارة الاسعاف الثالثة بمحاذاة الشاب الجريح ويسمع صوت اطلاق نار، يتبين بعد مرور السيارة ان احد جنود الاحتلال قام باعدام الشاب عبدالفتاح الشريف بدم بارد، دون الاكتراث باتفاقية جنيف الرابعة، ان العلامة البصرية التي في الصورة متعددة الدلالات فحضور الشهيد في الصورة، لها دلالات عميقة فهي تشير الى ان قوات الاحتلال هدفت من قتل هؤلاء الى بث الرعب في نفوس المواطنين في الخليل بشكل خاص وفلسطين بشكل عام، ووجود المستوطنين بأسلحتهم لها دلالات قوية فهي تشير الى ان المستوطنين لهم كامل السيادة في البلدة القديمة من الخليل وتوفير الحماية من قبل جيش الاحتلال، وعملية الاعدام ساهمت استفزت مشاعر المواطنين ليس فقط في فلسطين وانما في بعض بلدان العالم العربي، وتكمن قوة الصورة ايضا في تحول الشهيد عبدالفتاح الشريف الى ايقونه رمزيه، هذه الجرائم كسرت هاجس الخوف لدى المواطنين وخصوصا المراهقين منهم، وزادت من رغبتهم في فضح جرائم الاحتلال من خلال نشر هذه الفيديوهات والصور التي تثبت قيام قوات الاحتلال بعمليات اعدام بحق الفلسطينيين. وللتعرف على مزيد من الفيديوهات في ملحق رقم (4).

المبحث الخامس – الدراسات السابقة

2.5 الدراسات السابقة

2.5.1 دراسة (جمعية المعارف الإسلامية الثقافية، 2016)

2.5.2 تقرير (سوشيال فلسطين، 2016)

2.5.3 تقرير (سوشيال ستوديو، 2016)

2.5.4 دراسة (اللحام، 2015)

2.5.5 دراسة (أبو يعقوب، 2015)

2.5.6 دراسة (حموده، 2013)

2.5.7 دراسة (الشهري، 2013)

2.5.8 دراسة (قويدر، 2012)

2.5.9 دراسة (فراونة، 2012)

2.5.10 دراسة (المنصور، 2012)

2.5.11 دراسة (الفضلي، 2010)

2.5.12 دراسة (صادق: 2007)

2.5.13 دراسة (الغامدي، 2007)

2.5.14 التعليق على الدراسات السابقة

2.5 الدراسات السابقة

2.5.1 دراسة (جمعية المعارف الإسلامية الثقافية: 2016): "شبكات التواصل الاجتماعي - منصات للحرب الأمريكية الناعمة".

تهدف هذه الدراسة الى تسليط الضوء على ملف وسائل التواصل الاجتماعي وتحدياتها الثقافية والسياسية والأمنية على المجتمعات العربية، وبيان عناصر الربط مع نظرية الحرب الناعمة الأمريكية، وبحث سبل الاستفادة من تجارب الدول والمجتمعات الأخرى وجلاء الموقف العملي من هذه الأدوات.

إن رسالة هذه الدراسة بحثية تعريفية من جهة، وتحذيرية تدق جرس الإنذار لوضع الجميع أمام مسؤولياته، اتجاه هذا الخطر الجديد المعقد من جهة أخرى.

تبنت هذه الدراسة ثلاث فرضيات تقوم على إثبات علاقة وارتباط شركات ومواقع التواصل الاجتماعي بالحكومة الأمريكية ومسالحتها واستخباراتها، وكذلك تقوم على إثبات جهود الإدارة الأمريكية والصهيونية لاختراق منظومة الاتصالات والانترنت وشبكات وحسابات التواصل الاجتماعي في لبنان، إضافة إلى وجود مصلحه عقلانية في ترشيد التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي بغض النظر، عن أية مؤامرة أو حسابات سياسية أو أمنية.

وقد أوصت هذه الدراسة ان المعرفة والتخصص والتمكن من ملف شبكات التواصل الاجتماعي، هي المدخل العلاجي والوقائي السليم، ولا داعي للإصابة بالذعر والهلع من مخاطر ملف شبكات التواصل الاجتماعي، فهي أصبحت واقع لا مفر منه في المدى المنظور، كما أوصت بضرورة تنمية روح التعامل الواعي والمتبصر مع هذه الشبكات فلا مناص من الاعتراف بان هذه الوسائل أصبحت جزءاً من المحلي والعالمي، الاستفادة من تجارب الدول والحكومات فقد أحسنت بعض الدول كإيران والصين وروسيا التعامل مع هذا الملف، ووضعت إستراتيجية للتنمية الثقافية والمعلوماتية الوطنية للحد من التغلغل الثقافي والسياسي الأمريكي من خلال هذه الشبكات.

2.5.2 تقرير (سوشيال فلسطين، 2016): التقرير السنوي الاول لسوشيال فلسطين حول استخدام الفلسطينيين وسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين واتجاهاتهم وسلوكهم عليها

اشار التقرير الى ان عدد مستخدمي الانترنت في فلسطين في الضفة الغربية وقطاع غزة (3007869) مستخدم أي ما نسبته 4.57% من سكان الضفة الغربية وقطاع غزة، بينما في الداخل الفلسطيني بلغ (1109250) أي ما قيمته 5.72% من اجمالي الفلسطينيين في الداخل. (سوشيال فلسطين، 2016).

بينما اشار التقرير الى الاستخدام حسب الجنس ان نسبة الذكور وصلت الى 53% بينما نسبة الاناث 47%، اما الاستخدام حسب العمر فقد اظهر ان اعلى نسبة استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي هي بين

الفئة العمرية 18-24 من كلا الجنسين حيث نسبة الذكور هي 48% والاثنا 45، اما الاستخدام حسب نوع الجهاز فكانت 60% موبايل فقط، 30% موبايل واجهزة كمبيوتر، 10% اجهزة كمبيوتر فقط، اما من حيث الاوقات فقد كانت الفترة من الساعة الخامسة عصرًا ولغاية الساعة التاسعة مساء هي الاعلى حيث وصلت النسبة الى 45%. (سوشيا فلسطين، 2016).

اما اكثر المنصات انتشار في فلسطين فقط ظهر ان استخدام الفيسبوك والوات ساب هما اكثر هذه المنصات اهتماما لدى الفلسطينيين حيث كانت في الطليعة بين مختلف المنصات. (سوشيا فلسطين، 2016).
اما الاسباب والتحديات لاستخدام الفلسطينيين لمواقع التواصل الاجتماعي تبين ان 52% من الفلسطينيين يتقون في مواقع التواصل الاجتماعي ومحتواها. (سوشيا فلسطين، 2016).

2.5.3 تقرير (سوشيا ستوديو، 2016): "حول وسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين"

هدف التقرير الى التعرف على عدد المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين حيث اشار التقرير الى عدد السكان في فلسطين موزعين على ثلاث مناطق وهي فلسطينيو الداخل 48 وعدهم 1.5 مليون نسمة، اما عدد سكان الضفة الغربية فهو 2.97 مليون نسمة، في حين بلغ عدد سكان قطاع غزة 1.9 مليون نسمة، كما اشار التقرير الى عدد مستخدمي الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين فكانت 52% نسبة المتصلين بالانترنت من عدد السكان في فلسطين، في حين بلغت 35% نسبة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من عدد السكان موزعه على اهم منصات التواصل الاجتماعي ، حيث ان نسبة استخدام الفيسبوك بلغت 33% أي ما يعادل 1600000 مستخدم، اما تويتر فقد بلغت نسب استخدامه في فلسطين باستثناء الداخل الفلسطيني 11% أي ما يقارب 493466 مستخدم تويتر، في حين بلغت نسبة استخدام الانستجرام 10% أي ما يقارب 480000 مستخدم على الانستجرام.

اما من حيث دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، فقد اظهر التقرير ان التواصل مع الاصدقاء حصل على أعلى نسبة وهو 82% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. (تقرير سوشيا ستوديو، 2016).

كما اشار التقرير الى كيفية حصول الفلسطينيين على الاخبار والمستجدات، حيث بلغت نسبة الحصول على الاخبار والمستجدات على مواقع التواصل الاجتماعي 89%، اما المواقع الالكترونية فكانت في الرتبة الثانية حيث بلغت نسبتها 54% في حين بلغت نسبة قنوات التلفاز المحلية 30% والاذاعات المحلية 20% والصحف المطبوعة 6%. (تقرير سوشيا ستوديو، 2016).

اما من حيث الاثر الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي في الفلسطينيين فقد اشار التقرير الى ان 58% من الفلسطينيين اثر فيهم ايجابيا في حين 36% اثر فيهم سلبيًا، و6% اراء اخرى. (تقرير سوشيا ستوديو، 2016).

2.5.4 دراسة (الحام،2015): دور الاعلام الجديد في "ثورات الربيع العربي"2011-2014، تونس ومصر نموذجا.

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على دور الاعلام الجديد في "ثورات الربيع العربي " من خلال تسليط الضوء عليها عبر تخصيص فصول الدراسة فيها لابراز دور الاعلام الجديد وأدواته وتطوره، وصولاً لدور الاعلام الجديد عبر مراحل الثورة بعمومية الوطن العربي وخصوصية تونس ومصر، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي لاجراء دراسته، في حين توصل الباحث الى ان للاعلام الجديد دوراً واضحاً في ثورات الربيع العربي، بشكل عام وفي النموذج التونسي والمصري بشكل خاص، كأحد الادوات ذات الاثر الملموس في فاعلية الاحداث، ولكنه ليس الوحيد او الحاسم، كما توصل الباحث ايضا ان لعبت المدونات دورا في بلورة الوعي المجتمعي نحو القضايا، وكذلك شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك التي كان لها دور بارز في التواصل الداخلي بين الجمهور، في حين اسهم تويتر في نقل الاحداث خارجيا، بينما كان لليوتيوب دور في رصد وفضح ممارسات السلطات القمعية .

واوصى الباحث بإيلاء الاهتمام الكافي لدور الاعلام الجديد في الثورات العربية والحراك المجتمعي على صعيد المؤسسات المجتمعية والتشريعية والاكاديمية البحثية والاعلامية، من خلال تشجيع ودعم الدراسات وأبحاث حول شبكات التواصل الاجتماعي، بالاضافة الى سن التشريعات النازمة للانتفاع من هذه الوسيلة السهلة للتعبير .

2.5.5 دراسة (أبو يعقوب،2015) " اثر مواقع التواصل على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية"

هدفت هذه الدراسة الوقوف على الأثر الذي تتركه مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية، لدى شريحة طلبة جامعة النجاح الوطنية كونها من اكبر الجامعات الفلسطينية . واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، لتحليل أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية من وجهة نظر طلبة جامعة النجاح الوطنية، حيث استخدمت الدراسة أداة الاستبيان كوسيلة للدراسة، متضمنة عينه قوامها (273) من طلبة جامعة النجاح الوطنية. وأشارت نتائج الدراسة ان مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز الوعي السياسي والاجتماعي وتدعيم المشاركة السياسية وتوعية الناس وترسيخ القيم السياسية بما يدور حولهم من أحداث ومواقف على المستوى الخارجي او المستوى الفلسطيني المتعلق بالقضية الفلسطينية، من خلال خلق الاف الصفحات والترويج للحملات والاحداث التي تناولت القضية الفلسطينية وحملت الهم الفلسطيني وعالجت الكثير من القضايا منها قضية اللاجئين والاسرى والقدس والاستيطان .

وأوصت الدراسة ضرورة العمل على فضح ممارسات الاحتلال الاسرائيلي بحق الشعب الفلسطيني، ونشر القيم الثقافية التي تحكم المشروع الوطني، وابرار الهوية الفلسطينية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، ومحاسبة اصحاب الحسابات التي تروج للافكار الهدامة وتبث الاشاعات التي من شأنها خلق الفتنة، سواء

هذه الحسابات لافراد او مؤسسات، اضافة الى استثمار مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الثقافة الوطنية وتعزيز روح الانتماء لدى الافراد بعيدا عن الطائفية.

2.5.6 دراسة (حموده، 2013): دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية

ركزت هذه الدراسة على مرحلة الشباب، باعتبارها المرحلة الحاسمة في تقدم المجتمع او تأخره، حيث تمثلت مشكلة الدراسة في دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب في القضايا المجتمعية، حيث هدفت هذه الدراسة الى التعرف على الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تشجيع الشباب الفلسطيني في المشاركة في القضايا المجتمعية، وبيان دورهم الفاعل على شبكات التواصل الاجتماعي، وتحديد نوع القضايا المجتمعية والخدمات التي يقبل عليها الشباب، حيث استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي نظرا لطبيعة متغيرات الدراسة ومصادر معلوماتها، حيث تمثل مجتمع الدراسة بجميع الشباب الفلسطيني من الفئة العمرية (18) سنة الى اقل من (35) سنة من كلا الجنسين، واستخدمت هذه الدراسة العينة الحصصية غير الاحتمالية والبالغ عددها 410 مبحوثا، في حين خلصت الدراسة الى ضرورة وضع استراتيجية اعلامية ممنهجة ومتكاملة وشاملة، تقوم على خطة مدروسة، تهدف الى ابراز القضايا المجتمعية والعمل على تفعيل وتنمية مشاركة الشباب نحو القضايا المجتمعية، عبر التوظيف الامثل لمواقع التواصل الاجتماعي، من خلال التواصل مع المسؤولين وصناع القرار.

2.5.7 دراسة (الشهري، 2013): أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية، "الفيسبوك وتويتر نموذجا"

تمثلت مشكلة الدراسة في انتشار مواقع التواصل الاجتماعي وقوة تأثيرها على العلاقات الاجتماعية بين طالبات الجامعات في جامعة الملك عبدالعزيز، حيث هدفت الى التعرف على الاسباب التي تدفع الى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر، والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الايجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع، ومن اجل تحقيق هذه الاهداف اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الاجتماعي، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات، حيث تم تطبيق البحث في جامعة الملك عبدالعزيز على عينة مكونة من 150 طالبة، تم اختيارهن بطريقة قصدية.

وتبين من نتائج هذه الدراسة، أن أقوى الاسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية، التي لا يستطيعن التعبير عنها صراحة في المجتمع، كما اشارت النتائج الى ان الطالبات استغدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة والبحث عن صداقات

جديدة، والتواصل مع الاقارب البعيدين جغرافيا، ومن الآثار ايجابية لاستخدام الفيسبوك وتويتر الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي، فيما جاء قلة التفاعل الاسري أحد أهم الآثار السلبية، كما اتضح في هذه الدراسة وجود علاقة ارتباطية عكسية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي، وبين اسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية والايجابيات والسلبيات، كما توجد علاقة ارتباطية موجبه بين متغير عدد الساعات وبين اسباب استخدام، ومعظم أبعاد طبيعة العلاقات الاجتماعية، في حين أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والايجابيات والسلبيات. وأوصت الدراسة الى ضرورة توفير دورات لتوعية الفتيات على حسن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك العمل على توظيف تكنولوجيا الاتصالات الحديثة في عملية التعليم الاكاديمي.

2.5.8 دراسة (قويدر، 2012): أثر الألعاب الالكترونية على السلوكيات لدى الاطفال

بحثت الدراسة موضوع أثر الالعاب الالكترونية على السلوكيات لدى الاطفال الجزائريين، واتضح من خلال هذا الاستعراض إن معظم الالعاب ليست عربيه بل هي غربية، فهي تعمل على صرف النظر عن النشاطات الاخرى، خاصة ممارسات النشاطات الرياضية والبدنية التي تلعب دورا كبيرا في حياة الطفل، لما تقدمه من فوائد جسميه ونفسية واجتماعية وتربوية، ولما لها من دور فعال في تفعيل سلوك الاطفال وتنميط سلوكهم وتغيير مبادئهم التربوية، ودعما للحاجة في معرفة أثر هذه الالعاب الالكترونية والمحوسبة والشبكية على التلاميذ، والذي تتراوح اعمارهم من 7-12 سنة، حيث تمثلت مشكلة الدراسة في أثر ممارسة الالعاب الالكترونية على السلوكيات لدى الاطفال الجزائريين، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي بهدف جمع اكبر عدد ممكن من المعلومات، من خلال اسلوب المسح التربوي وادوات كمييه واحصائييه لجمع البيانات وتحليلها مثل الاستبانة والمقابلة والملاحظة.

وتكونت عينة الدراسة من 200 مفردة من الاطفال الجزائريين، الذين تتراوح اعمارهم ما بين 7 الى 12 سنة والذين يمارسون الالعاب الالكترونية، وقد استنتج الباحث ان الالعاب الالكترونية كانت في مقدمة النشاطات الترفيهية التي يحبها الاطفال المدروسين وبميلون لشرائها واقتناءها، حيث تمثل التكنولوجيا الحديثة مثل الانترنت البوابة الرئيسية للاطفال للتعرف على اخر الاصدارات الحديثة للألعاب الالكترونية.

2.5.9 دراسة (فراونة، 2012): "فعالية استخدام مواقع الفيديو الالكترونية في اكتساب مهارات تصميم

الصورة الرقمية لدى طالبات كلية التربية "

هدفت الدراسة الى التعرف على فعالية استخدام مواقع الالكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصورة الرقمية لدى طالبات كلية التربية بالجامعة الاسلامية بغزه، حيث تمثلت مشكلة الدراسة حول السؤال ما فعالية استخدام مواقع الفيديو الالكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصورة الرقمية لدى طالبات كلية التربية، حيث قام

الباحث ببناء أدوات الدراسة التي تمثلت في اختيار معرفي مكون من (35) بند اختياري، وبطاقة ملاحظته مهارات تصميم الصورة الرقمية باستخدام برنامج الفوتوشوب التي تكونت من 86 فقرة، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي من خلال استخدامه لعينه قصديه مكونه من شعبتين من شعب مساق وسائط متعددة (1)، لتمثل احداها المجموعة التجريبية وعددها (25) طالبة، والآخرى المجموعة الضابطة وعددها (25) طالبة .

ومن النتائج التي توصلت اليها الدراسة وضع قائمه بمهارات تصميم الصورة الرقمية التعليمية باستخدام برنامج الفوتوشوب، بالإضافة انه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) بين متوسطي درجات طالبات المجموعة الضابطة والمجموعة التجريبية في الاختبار المعرفي البعدي لمهارات تصميم الصورة الرقمية، وان هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى ($\alpha=0.01$) بين متوسطي درجات طالبات المجموعة الضابطة والمجموعة التجريبية في التطبيق البعدي لمهارات تصميم الصور الرقمية لصالح طالبات المجموعة التجريبية.

واوصت الدراسة بضرورة توظيف مواقع الفيديو الالكترونية في التعليم الجامعي، ومواكبة الاتجاهات التربوية الحديثة بالاستفادة منها في التدريس الفعلي، بالإضافة الى تشجيع المحاضرين على استخدام مواقع الفيديو الالكترونية كإحدى أدوات التعليم الالكتروني في مقرراتهم الالكترونية مع التركيز على ضرورة عقد دورات تدريبية على كيفية استخدام موقع اليوتيوب العالمي في تحرير مقاطع الفيديو الخاصة بهم مباشرة على الانترنت.

2.5.10 دراسة (المنصور، 2012): تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية العربية أنموذجاً "

هدفت هذه الدراسة الكشف عن شكل مواقع التواصل الإجتماعية "الفيسبوك أنموذجاً" الخاص بقناة العربية، والمقارنة بين شكل الموقع الاجتماعي (الفيسبوك) وبين شكل الموقع الإلكتروني (العربية. نت) لقناة العربية ومضمونها، في حين تمثلت مشكلة الدراسة ببيات تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين بالاستناد الى مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية، حيث تلمس الباحث من خلال دراسته ومتابعته للشبكة العنكبوتية تراجع المواقع الإلكترونية لحساب الشبكات الإجتماعية، وقوة تأثير هذه الشبكات على جمهور المتلقين، وتناول العربية أنموذجاً للمقارنة بين موقعها الإلكتروني وموقعها الاجتماعي حيث استخدم الباحث منهج البحث الوصفي، اضافة الى إعداد قائمة بموقع العربية الاجتماعي (الفيسبوك) وقائمة بموقع العربية الإلكتروني (العربية. نت)، واستمارة تحليل الشكل واستمارة تحليل المضمون.

ومن اهم نتائج الدراسة ان موقعا العربية الالكتروني والاجتماعي يقدمان ماده إخبارية متنوعه (سياسة، إقتصادية، إجتماعية، ثقافية، رياضية)، كما انها تميزت بوجود زاوية تعنى باخر الاخبار بالإضافة الى خدمة التوثيق والارشفة بالكلمات والصوت والصورة، ويفسح المجال لابداء الاراء المتعددة في القضايا المختلفة والتعليق عليها. واوصى الباحث بضرورة اجراء العديد من الابحاث، حول التوجهات السياسية في المواقع

الاجتماعية وتأثيراتها المستقبلية على المتلقين، بالإضافة الى اجراء دراسة تحليلية لشبكة الفيسبوك وخصوصا في المنطقة العربية، وكذلك دراسته عن البعد الاخلاقي لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على الشباب والمراهقين، وكذلك دراسة مقارنة لمواثيق واخلاقيات المهنة بين الاعلام القديم والاعلام الجديد.

2.5.11 دراسة (الفضلي،2010): "ثقافة الصورة ودورها في الاثراء الفني لدى المتلقي"

ركزت الدراسة على توضيح مقومات الصورة وقيمتها التعبيرية والجمالية، وكيفية القراءة البصرية للصورة وتنمية الرؤية البصرية لدى المتلقي من خلال الصورة، بالإضافة الى توضيح مدى تأثير التدوق الفني بمقومات الصورة الفنية.

واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، القائم على جمع المعلومات والبيانات من المراجع والمصادر ذات العلاقة لبناء الاطار النظري، مستخدما عينه قصديه من طالبات قسم التربية الفنية.

وتوصلت الدراسة الى نتائج عدة منها: أن للصورة دوراً إيجابياً في تنمية التدوق الفني لدى المتلقي، وأن للصورة دوراً إيجابياً في إثراء التدوق الفني لدى المتلقي وتشكل فكرة الفني والجمالي والثقافي، أن الصورة أداة إتصال فاعلة وعالية التأثير المعرفي والثقافي والجمالي والعاطفي، أن للصورة دوراً إيجابياً يساعد على تنمية الحس الجمالي لدى المتلقي، بالإضافة الى ضرورة دراسة الجوانب الفنية والثقافية والنفسية والاجتماعية عند اعداد الصورة الفنية .

ومن توصيات الدراسة ضرورة اجراء دراسات تتعلق بتحليل الصورة، واكتساب مهارات قراءة الصورة الفنية، وكذلك اجراء مزيد من الدراسات التي تظهر أهمية الصورة والتعمق في توظيفها في تنمية جوانب متعددة، كالجوانب الاجتماعية والفكرية والنفسية، بالإضافة الى ضرورة بناء برنامج تدريبي يركز على مهارات قراءة الصورة وطرائق توظيفها بأساليب فعالة.

2.5.12 دراسة (صادق:2007):"الصورة الرقمية كعنصر رئيسي في بنية الاعلام الجديد- متطلبات

المعالجة والاستخدام في الانترنت والوسائط المتعددة "

هدفت هذه الدراسة الى استكشاف وتوضيح متطلبات معالجة واستخدام الصورة الرقمية في نظام الاعلام الجديد، خاصة في اعلاميات الانترنت والوسائط المتعددة الذي يعتمد على الصورة ، كما تستعرض هذه الدراسة مفهوم الصورة وصيغ استخدامها المختلفة خاصة التي يقوم عليها بناء الصورة الرقمية في الانترنت والوسائط المتعددة، كما ركزت هذه الدراسة على الصورة في الهواتف المتحركة والاجهزة الشبيهة المستخدمة في تطبيقات الاعلام الجديد، او ما يطلق عليه صحافة المواطن والذي لعبت الصورة الرقمية دورا رئيسيا حيث اصبحت الصورة لا يحدها حدود، كما تناولت هذه الدراسة النظام الرقمي وكيف يتم معالجة الصورة ورقمنتها بالإضافة الى فهم التصوير الرقمي وانواع الكاميرات المستخدمة في انتاج الصورة وكيفية ارشفتها .

واوصت هذه الدراسة الى ضرورة اعادة النظر في مداخل التعريف لمفهوم ثقافة الصورة الصحفية، ويجاد مداخل جاده للقبول بنوع جديد من الاعلام الذي يقوم على الصورة الصحفية الجديدة.

2.5.13 دراسة (الغامدي، 2007): ثقافة الصورة الفنية وأثرها الاجتماعي والتربوي.

هدفت هذه الدراسة الى مناقشة المنطلق الفكري والفلسفي تربوياً وإجتماعياً للصورة، كمادة معبرة يتجاوز تأثيرها الوظيفة التقليدية، بالإضافة الى إيضاح الدور الاجتماعي والتربوي للصورة في المنظور المعاصر. كما تمثلت مشكلة البحث في ثقافة الصورة الفنية في جوانب عديدة، وتحديدًا لدى مجموع الفنانين والمتقنين وحتى عامة المجتمع، بما تمثله من معطيات ثقافية واجتماعية وتربوية تؤثر في القيم والاتجاهات السلوكية، وتقترض واقعاً فنياً من حيث الممارسات الأدائية.

فقد أعتمد الباحث المنهج التحليلي الوصفي لثقافة الصورة المدركة، للاجابة على تساؤلات البحث وفق دراسة وتحليل الادبيات، التي تبحث في مفاهيم الصورة الفنية واثرها الاجتماعي والتربوي ودراسة وتحليل العوامل الذاتية والاجتماعية والتربوية المكونة لثقافة الصورة الفنية.

وتوصلت الدراسة الى أن ثقافة الصورة في عمومها تدرك سلبياً أو إيجابياً، بحسب ما تحمله من قيم ورموز ومعاني وعلى قدر فهم تلك المضامين يكون مستوى التأثير أو الانفعال، كما يلاحظ في العقدين الأخيرين تنامي أهمية الصورة ارتباطاً يتسارع وسائل الاتصال وأدوات التأثير، باعتبار أن الصورة من أهم الوسائل إن لم تكن الأهم على الإطلاق، وهي في نظر الباحث كذلك، كما ساهمت العلوم الحديثة والتقنية المعاصرة في تعميم ثقافة الصورة، مما عزز من فعاليتها الاجتماعية و التربوية، بل وأصبحت الثقافة عموماً وثقافة الصورة تحديداً من الوسائل الرئيسية لنقل الثقافة من المجتمعات الأكثر تأثيراً (لتطورها) إلى المجتمعات الأضعف أو الأقل تطوراً .

2.5.14 التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة يمكن تقديم مجموعه من الملاحظات عليها من ابرزها:

ان بعض الدراسات منها دراسة جمعية المعارف الاسلامية الثقافية ، تبنت ثلاث فرضيات تقوم على علاقه وارتباط شركات ومواقع التواصل الاجتماعي بالحكومة الامريكية ومصالحها الاستخبارتيه، حيث اكدت هذه الدراسة على اهمية المعرفة والتخصص والتمكن من ملف شبكات التواصل الاجتماعي، هي المدخل العلاجي السليم حيث اصبحت هذه المواقع واقع لا مفر منه في المدى المنظور .

هناك بعض الدراسات التي تستحق التوقف عندها، منها تقرير سوشياي فلسطين وسوشياي ستوديو 2016، وللذان قدما احصائيات بأعداد وأنواع واحجام وإهتمامات ودوافع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في

فلسطين، والاثر الذي تحدثه هذه المواقع فيهم، مما وفر معلومات للباحث عن المجتمع الفلسطيني سهل عليه عملية البحث.

وهنا لا بد من الاشارة الى قلة المصادر التي تعنى بموضوع الصورة في العالم العربي مما شكل صعوبه لدى الباحث في اعداد هذا البحث ، في حين ان الدراسات السابقة شكلت فائدة للباحث بما احتوته من منهجية وغزارة معلومات، وكذلك الاستفادة من التنوع الفكري والتوجهات الثقافية المختلفة للباحثين، كما استفاد الباحث في تكوين خلفيه نظريه حول موضوع الدراسة وتحديد محاورها وطريقة عرض الإطار النظري، ووضع بعض الفروض واختيار منهج الدراسة والأساليب الإحصائية المعتمدة في مثل هذه الدراسات، كما ساهمت الدراسات السابقة في عملية بناء الاستبانة وتصميمها وأسئلتها والاطلاع على المراجع والكتب التي استخدمتها الدراسات السابقة والفائدة المتحققة منها، وأثر ذلك في توفير الوقت والجهد على الباحث.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة و إجراءاتها

3.1 منهجية الدراسة و إجراءاتها

3.1.1 منهج الدراسة

3.1.2 مجتمع الدراسة

3.1.3 عينة الدراسة

3.1.4 أداة الدراسة

3.1.5 صدق أداة الدراسة

3.1.6 ثبات أداة الدراسة

3.1.7 متغيرات الدراسة

3.1.8 إجراءات تطبيق الدراسة

3.1.9 المعالجة الإحصائية

3.1 منهجية الدراسة و إجراءاتها

يتناول هذا الفصل وصفاً مفصلاً للإجراءات المتبعة في تطبيق الدراسة، والتي تشمل منهجاً لدراسة المستخدم، ثم وصف مجتمع الدراسة وطريقة اختيار العينة ومتغيرات الدراسة ووصف أداة الدراسة وطريقة تطويرها، ثم أداة الدراسة، والإجراءات التي اتبعت للتأكد من صدق وثبات أداة الدراسة وإجراءات الدراسة والوسائل الإحصائية المستخدمة في معالجة البيانات. وفيما يلي وصفاً تفصيلياً للعناصر السابقة:

3.1.1 منهج الدراسة

من أجل تحقيقاً هذا فهذه الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي لغرض الاجابة على تساؤلات الدراسة واختبار الفرضيات (من خلال اجراء دراسته ميدانيه للتعرف على مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك طلبة المرحلة الثانوية في مدارس محافظة سلفيت خلال هبة أكتوبر)، حيث اشير الى أن المنهج الوصفي التحليلي يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي بالواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها تعبيراً كمياً، فالتعبير الكمي يعطي وصفاً رقمياً لمقدار الظاهرة او حجمها ودرجة ارتباطها مع الظواهر المختلفة.

وإذ يلائم هذا المنهج الدراسات التي تتبنى استقصاء الظاهرة التي بلورتها مشكلة الدراسة، ثم تحليلها، وتفسيرها، ومقارنتها، وتقويمها وفق أسس منهجية علمية .

3.1.2 مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة الصف العاشر والحادي عشر في مدارس محافظة سلفيت من كلا الجنسين، حيث بلغ عددهم (2907) طالب وطالبة منهم ذكور (1355) طالب اي ما نسبته (47%) من حجم المجتمع، في حين بلغ عدد الإناث (1552) طالبة اي ما نسبته (53%) من حجم المجتمع موزعين على (36) مدرسة من مدارس محافظة سلفيت موضحة في الجدول رقم (2.3). (قسم التخطيط والاحصاء مديرية التربية والتعليم في محافظة سلفيت).

الجدول(3.2) اعداد طلاب الصف العاشر والحادي عشر في مدارس مديرية التربية والتعليم فيسلفيتللعام

2018/2017

الرقم	اسم المدرسة	الصف العاشر		الحادي عشر	
		اناث	ذكور	اناث	ذكور
1	مدرسة سلفيت الثانوية الصناعية				56
2	مدرسة ذكور سلفيت الاساسية العليا		95		
3	مدرسة ذكور سلفيت الثانوية				79

الحادي عشر		الصف العاشر		اسم المدرسة	الرقم
اناث	ذكور	اناث	ذكور		
110		122		مدرسة بنات سلفيت الثانوية	4
	70		108	مدرسة ذكور بديا الثانوية	5
117		120		مدرسة بنات بديا الثانوية	6
4	39		40	مدرسة كفل حارس الثانوية المختلطة	7
41		53		مدرسة بنات كفل حارس الثانوية	8
2	29		23	مدرسة ديراستيا الثانوية المختلطة	9
39		44		مدرسة بنات ديراستيا الثانوية	10
	32		60	مدرسة ذكور ابروقين الثانوية	11
42		35		مدرسة بنات ابروقين الثانوية	12
	43		58	مدرسة ذكور كفر الديك الثانوية	13
55		57		مدرسة بنات كفر الديك الثانوية	14
	28		33	مدرسة ذكور ديربلوط الثانوية	15
33		33		مدرسة بنات ديربلوط	16
	42		46	مدرسة ذكور الزاوية الثانوية	17
62		57		مدرسة بنات الزاوية الثانوية	18
	16		29	مدرسة ذكور سرطه الثانوية	19
29		47		مدرسة بنات سرطه الثانوية	20
5	24		24	مدرسة رافات الثانوية المختلطة	21
22		23		مدرسة بنات رافات الثانوية	22
7	25		25	مدرسة مرده الثانوية المختلطة	23
15		18		مدرسة بنات مرده الثانوية	24
7	16		27	مدرسة مسحه الثانوية المختلطة	25
12		22		مدرسة بنات مسحه الثانوية	26
	26		42	مدرسة حارس الثانوية المختلطة	27
29		35		مدرسة بنات حارس الثانوية	28
	33		42	مدرسة ذكور قراوة بني حسان الثانوية	29
49		51		مدرسة بنات قراوة بني حسان الثانوية	30
10	17		30	مدرسة ياسوف اسكاكا الثانوية	31
24		23		مدرسة بنات ياسوف اسكاكا الثانوية	32
4	23		28	مدرسة زيتا جماعين الثانوية المختلطة	33

الرقم	اسم المدرسة	الصف العاشر		الحادي عشر	
		اناث	ذكور	اناث	ذكور
34	مدرسة بنات زيتا جماعين الثانوية	26		16	
35	مدرسة قيرة الثانوية المختلطة	15	16	9	11
36	مدرسة فرخة الثانوية المختلطة	13	16	6	13
	مجموع الطلاب حسب الجنس والصف	794	742	613	758
	مجموع طلبة الصف العاشر	1536			
	مجموع طلبة الصف الحادي عشر	1371			
	مجموع الطلاب	1355			
	مجموع الطالبات	1552			
	المجموع الكلي	2907			

3.1.3 عينة الدراسة

تم اختيار عينة الدراسة باستخدام طريقة روبيرت ماسون ، وفقا للاساليب والخطوات الاحصائية في اختيار العينة الاحتمالية، وقد استخدم الباحث الحاسوب في الحصول على حجم العينة.

كما لجأ الباحث الى طريقة العينة العشوائية الطبقية، التي اعتمد فيها طبقتي (جنس الطالب والصف)، وتمثل عينة الدراسة طلبة الصف العاشر والحادي عشر في مدارس سلفيت، وتم اختيار العام الدراسي 2017-2018م لاجراء البحث عليهم، حيث بلغ عدد أفراد العينة (340) طالب وطالبة وذلك حسب معادلة روبيرت ماسون أي بنسبة (12%) تقريبا من مجتمع الدراسة الأصلي والبالغ (2907) طالب وطالبة، وقد تم توزيع العينة نسبيا حسب طبقة الجنس بحيث بلغ عدد الطالبات 181 (53%)، و 159 طالب أي بنسبة (47%) من أفراد العينة، وبالنسبة للطبقة الثانية وهي طبقة الصف فقد بلغ عدد طلاب الصف العاشر 180 طالب وطالبة أي بنسبة (53%) من أفراد العينة بحيث بلغ عدد الطلبة الذكور (87) طالب وعدد الاناث (93) طالبة، كما بلغ مجموع الطلبة في الصف الحادي عشر 160 طالب وطالبة أي بنسبة (47%) من أفراد العينة منهم ذكور (72) طالب، واناث (88) طالبة والجدول رقم (3) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب طبقتي الجنس والصف. (جامعة القدس المفتوحة، 2008، ص187-189).

توزيع العينة

استخدم الباحث العينة الطبقية التناسبية من خلال تقسيم المجتمع الأصلي للبحث إلى شرائح وفئات وطبقات وهو ما تم عمله من طبقة الجنس وطبقة الصف وبهذه الطريقة يتناسب حجم عدد أفراد العينة المختارة مع الحجم والتعداد الأصلي لكل شريحة داخل المجتمع ونسبتها الى المجموع الكلي لمجتمع البحث. فالطبقية هنا تعني الشريحة التي ينقسم اليها المجتمع، والتناسبية تعني أن العدد المختار من كل شريحة ينبغي أن يتناسب حجمها الفعلي مع تمثيلها داخل المجتمع الأصلي.

يكون المجموع الكلي لمجتمع الدراسة = 2907 وأراد الباحث أن يختار عينة طبقية تناسبية لعينة قوامها (340) مفردة. لذلك سيكون العمل باختيار العينة كالاتي:

$$2907 \div 340 = 8.55 \text{ وهو الرقم المطلوب أساسا للتوزيع}$$

$$\text{أ- ذكور صف عاشر } 742 \div 8.55 = 87 \text{ تقريبا}$$

$$\text{ب- اناث صف عاشر } 794 \div 8.55 = 93 \text{ تقريبا}$$

$$\text{ت- ذكور صف حادي عشر } 612 \div 8.55 = 72 \text{ تقريبا}$$

$$\text{ث- اناث صف حادي عشر } 758 \div 8.55 = 89 \text{ تقريبا}$$

وعند جمع النواتج المذكورة نجدها تساوي تقريبا (340) مفردة .

هذا وقد قام الباحث بتطبيق طريقة العينة المنتظمة في اختيار مفردات العينه، يكون توزيع الوحدات الكلية للمجتمع كالاتي: (جامعة القدس المفتوحة، 2008، ص196).

1- ترقيم أسماء الطلبة هجائيا بعد ترتيب الطلبة حسب الصف والجنس والمدرسة واعطائها ارقاما متسلسله من 1 الى 2907.

2- نقوم بأجراء المعادلة التالية 2907 (مجتمع البحث) \div 340 (العينة المطلوبة) = 8 تقريبا.

3- نقوم باختيار رقم دون (8) بطريقة عشوائية وليكن الرقم (4) مثلا.

4- يكون الرقم الأول من العينة هو (4).

5- نقوم بجمع الرقم 4 + 8 = 12 ليكون الرقم الثاني ضمن العينة .

6- نقوم بإضافة الرقم (8) على كل ناتج يظهر لاختيار العينات المتبقية فتكون النتيجة متسلسلة بعد الرقم (4، 12، 20، 28، 36، 44، 52، . . الخ).

عند حساب عدد الأرقام بعد الانتهاء من عملية الفرز نجدها تساوي عدد أفراد العينة المطلوبة (340).

جدول رقم (3.3) يوضح حجم العينة طبقية لمجتمع الدراسة

المجموع	المجموع	الحادي عشر			العاشر			الجنس/الصف
		المجتمع	النسبة	العينة	المجتمع	النسبة	العينة	
النسبة	العينة							
47%	159	613	.211	72	742	.255	87	ذكور
53%	181	758	.258	88	794	.273	93	اناث
100%	341	1371	47%	160	1535	%53	180	المجموع

وفيما يلي وصف لعينة الدراسة أعداد طلبة المرحلة الثانوية في مدارس محافظة سلفيت علما بأنه تم توزيع 340 استبانته على الطلبة في كلا الصفين وتم استرداد 335 استبانته.

يبين الجدول (3.4) وصف العينة حسب متغيرات الدراسة المستقلة (الجنس، امتلاك المراهق جهاز حاسوب او موبايل ذكي، اشتراك انترنت او امتلاك شريحة، اثر استخدام الصورة، عدد مواقع التواصل الاجتماعي المشترك فيها المراهق، متوسط ساعات استخدام مواقع التواصل).

الجدول (3.4) وصف العينة حسب متغيرات الدراسة المستقلة

المتغير المستقل	المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	160	48
	أنثى	175	52
امتلاك المراهق جهاز حاسوب	نعم	271	81
	لا	64	19
امتلاك المراهق الموبايل الذكي	نعم	278	83
	لا	57	17
امتلاك المراهق اشتراك انترنت	نعم	298	89
	لا	37	11
امتلاك المراهق شريحة انترنت	نعم	92	28
	لا	243	72
استخدام المراهق لشبكات التواصل الاجتماعي	دائما	217	65
	أحيانا	99	30
	نادرا	19	5
عدد مواقع التواصل الاجتماعي المشترك	1-2	100	30
	3-4	135	40
	5-6	62	19
	أكثر من 6	38	11
	1-2	97	29
متوسط ساعات استخدام المراهق لمواقع التواصل الاجتماعي	أكثر من 2-4	109	233
	أكثر من 4-6	54	16
	أكثر من 6-8	40	12
	أكثر من 8 ساعات	35	10

يتضح من الجدول (3.4) السابق أن نسبة الذكور في عينة الدراسة بلغت 48%، ونسبة الطلبة الذين يمتلكون جهاز حاسوب بلغت 81%، كما حصل المتغير المستقل امتلاك الطالب لجهاز موبايل ذكي، واشترك الطالب في الانترنت على نسب متقاربة بلغت على التوالي: 83%، 89%، أم بالنسبة لامتلاكه لشريحة انترنت فقد حازت على نسبة 28%، ويعزي الباحث تدني هذه النسبة بسبب عدم قدرة الشركات الفلسطينية العاملة في

مجال الاتصالات من تشغيل خدمات الجيل الثالث 3G الناتجة عن القيود المفروضة من قبل الاحتلال، في حين حصل الخيار دائماً على أعلى نسبة لاستخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي وبلغت 65%، ونادراً أقلها بنسبة 5%، أم بالنسبة لعدد مواقع التواصل الاجتماعي المشترك بها المبحوث، ويستخدمها الطالب فقد حصل الخيار 3-4 مواقع على أعلى نسبة بلغت 40%، وبلغ متوسط ساعات استخدام الطالب لمواقع التواصل الاجتماعي أكثر من 2-4 ساعات على نسبة 33% وهي الأعلى، وأما أقلها فكان من نصيب أكثر من 8 ساعات وبلغت 10%، واتضح من الجدول (11) أيضاً أن 61% من الطلبة أكدوا على أن للصور التي يشاهدونها تأثير على حياتهم الشخصية.

وبذلك يرى الباحث ان لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير كبير على شريحة المراهقين، حيث يمكن لصاحب القرار الفلسطيني الاستفادة من هذه المؤشرات في توجيه الوعي، باتجاه قضيه معينه يرغب في حشد جمهور داعم لتوجهاته السياسية، خصوصاً وان 61% من المبحوثين ابدوا تأثرهم بالصورة المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي، كما يلفت انتباه اولياء الامور الى ان ابناءؤهم يقضون اوقات على مواقع التواصل الاجتماعي، ربما تفوق ما يقضيه المراهق على كتبه المدرسيه حيث بلغت نسبة متوسط ساعات استخدام الطالب مواقع التواصل الاجتماعي من 2-4 ساعات، اينسبة 33% وهي الأعلى، وأما أقلها فكان من نصيب أكثر من 8 ساعات وبلغت 10%.

3.1.4 أداة الدراسة

أداة الدراسة كانت عبارة عن إستبانة وضعها الباحث بعد الاطلاع على الأدب النظري والدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع بإشراف المشرف على الدراسة حيث تكونت من الأجزاء التالية:

- رسالة تغطية من ادارة معهد التنمية المستدامة في جامعة القدس موجهة إلى وزارة التربية والتعليم العالي من اجل حصول الباحث على موافقه رسميه لاجراء البحث على طلبة المرحلة الثانوية في مدارس محافظة سلفيت.
- رسالة تغطية موجهة إلى المبحوثين تبين لهم الغرض من الدراسة وتطلب تعاونهم مع الباحث في ملء الاستبانة، أما فيما يتعلق بمحاور الاستبيان فكانت على النحو الآتي:
- القسم الأول: يحتوي على بيانات أولية ومعلومات عامة للتعريف بأفراد العينة من حيث المتغيرات المستقلة (الجنس، امتلاك المراهق جهاز حاسوب او موبايل ذكي، اشترك انترنت او امتلاك شريحة، اثر استخدام الصورة، عدد مواقع التواصل الاجتماعي المشترك فيها المراهق، متوسط ساعات استخدام مواقع التواصل، نوع الصورة، الفيديوهات التي تستهوي المراهق لمتابعتها).
- القسم الثاني: ويتضمن فقرات الاستبانة متبوعة بتدريج "ليكرت" ¹ الذي الخمسة أوزان بحيث أن موافق بشده تعبر عن الدرجة العالية جداً، وموافق تعبر عن الدرجة العالية، محايداً تعبر عن الدرجة

¹ ولد رينسس ليكرت عام 1903م، في مدينة تشيبيني بولاية وايومنغ (Cheyenne, Wyoming) الأمريكية، وحصل على شهادة البكالوريوس في تخصص الاقتصاد من جامعة ميتشيغان هام 1926م، ومن ثم حصل على شهادة الدكتوراه من جامعة كولومبيا عام 1932م، وقد بدأت اهتماماته البحثية في موضوع علم النفس الاجتماعي، خلال دراسته في مرحلة البكالوريوس، وكانت هذه البداية الحقيقية في بناء "مقياس

المتوسطة، ومعارض تعبر عن الدرجة المنخفضة، و معارض بشده تعبر عن الدرجة المنخفضة جداً، حيث أعطيت أرقام (1،2،3،4،5) على التوالي، كما يظهر في جدول (3.5)، كما تضمن القسم الثاني مجالات البحث التي تقيسها الاستبانة والموضحة في الجدول رقم (3.6).

جدول (3.5) مقياس "ليكرت" ذي الخمسة أوزان

المستوى	الدرجة
موافق بشده	(5) درجات
موافق	(4) درجات
محايد	(3) درجات
معارض	(2) درجتين
معارض بشده	(1) درجة واحدة

جدول رقم (3.6) المجالات التي تقيسها أداة القياس

رقم المجال	الاتجاه	عدد الفقرات	أرقام الفقرات
1	الاتجاه العاطفي	14	14-1
2	الاتجاه المعرفي	14	28-15
3	الاتجاه السلوكي	14	42-29
المجموع		42	

3.1.5 صدق أداة الدراسة

للتأكد من تحقق صدق أداة الدراسة، تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين من المختصين بهذا الموضوع. وذلك لمعرفة آرائهم حول فقرات الاستبيان ومدى وضوحها وقدرتها على قياس أهداف البحث للإجابة عن أسئلته. هذا بالإضافة إلى معرفة صحة الفقرات من ناحية سلامة صياغتها وملائمتها للمجال الذي تتبع له، وتم الطلب منهم بإضافة وتعديل الفقرات التي يرون من المناسب تعديلها وحذفها وإضافتها. وقد تم تبني الفقرات التي تم الإجماع عليها من قبل المحكمين من تعديل وحذف وإضافة.

وتم اختبار الصدق الداخلي لفقرات الاداة وذلك بعد توزيع الاداة على عينة تجريبية من طلبة المرحلة الثانوية في مدارس محافظة سلفيت بلغ (24) طالب وطالبة توزعت مناصفة ما بين الذكور والاناث وبحساب معامل الارتباط لكل فقرة مع المجال الذي تنتمي اليه والذي من خلاله يتم فحص الصدق الداخلي للاداة لمعرفة مدى وضوح الفقرات للطلبة وهي موضحة في الجدول رقم (3.7).

ليكرت". وقد تبلورت الفكرة الأساسية للمقياس في مقال علمي بعنوان "طريقة لقياس الاتجاهات" نشره ليكرت في دورية علمية متخصصة بعلم النفس في عام 1932م.

الجدول(3.7)معامل الارتباط بين الفقرات والمجال الذي تنتمي اليه

الفقرات	معامل الارتباط	الدلالة
المجال الاول & q1	0. 61	0. 00
المجال الاول & q2	0. 64	0. 00
المجال الاول & q3	0. 70	0. 00
المجال الاول & q4	0. 39	0. 06
المجال الاول & q5	0. 38	0. 07
المجال الاول & q6	0. 71	0. 00
المجال الاول & q7	0. 32	0. 13
المجال الاول & q8	0. 54	0. 01
المجال الاول & q9	0. 60	0. 00
المجال الاول & q10	0. 32	0. 13
المجال الاول & q11	0. 47	0. 02
المجال الاول & q12	0. 57	0. 00
المجال الاول & q13	0. 42	0. 04
المجال الاول & q14	0. 51	0. 01
المجال الثاني & q15	0. 39	0. 06
المجال الثاني & q16	0. 26	0. 22
المجال الثاني & q17	0. 43	0. 03
المجال الثاني & q18	0. 58	0. 00
المجال الثاني & q19	0. 70	0. 00
المجال الثاني & q20	0. 40	0. 05
المجال الثاني & q21	0. 58	0. 00
المجال الثاني & q22	0. 55	0. 01
المجال الثاني & q23	0. 50	0. 02
المجال الثاني & q24	0. 41	0. 05
المجال الثاني & q25	0. 68	0. 00
المجال الثاني & q26	0. 52	0. 01
المجال الثاني & q27	0. 62	0. 00
المجال الثاني & q28	0. 50	0. 01
المجال الثالث & q29	0. 46	0. 03
المجال الثالث & q30	0. 57	0. 01

الفقرات	معامل الارتباط	الدلالة
المجال الثالث & q31	0.49	0.02
المجال الثالث & q32	0.42	0.05
المجال الثالث & q33	0.70	0.00
المجال الثالث & q34	0.58	0.00
المجال الثالث & q35	0.30	0.16
المجال الثالث & q36	0.68	0.00
المجال الثالث & q37	0.67	0.00
المجال الثالث & q38	0.68	0.00
المجال الثالث & q39	0.65	0.00
المجال الثالث & q40	0.62	0.00
المجال الثالث & q41	0.57	0.01
المجال الثالث & q42	0.51	0.01
المجال الاول & جميع الفقرات	0.80	0.00
المجال الثاني & جميع الفقرات	0.87	0.00
المجال الثالث & جميع الفقرات	0.93	0.00

يتضح من الجدول (3.7) أن معامل الارتباط دال احصائياً بين كل فقرة والمجال الذي تنتمي اليه بحيث يتراوح معامل الارتباط ما بين فقرات المجال الاول والمعدل العام للمجال الاول ما بين 0.32-0.71، كما يتراوح معامل الارتباط بين فقرات المجال الثاني ومعدل المجال الثاني ما بين 0.26-0.70، اما بالنسبة للمجال الثالث فيتراوح معامل الارتباط بين فقرات المجال الثالث ومعدل المجال الثالث ما بين 0.30-0.70 .

كما نجد ان معامل الارتباط قوي ودال احصائياً بين معدل المجال الاول ومعدل جميع فقرات الاداة بحيث بلغ 0.80، اما بالنسبة لمعامل الارتباط بين المعدل العام للمجال الثاني ومعدل جميع الفقرات فقد بلغ 0.87 وهو معامل ارتباط قوي ودال احصائياً، كما نجد ان معامل الارتباط الاعلى كان بين معدل فقرات المجال الثالث والمعدل العام لجميع فقرات الاداة بحيث بلغ 0.93 وهو دال احصائياً.

نستنتج مما سبق ان فقرات أداة الاستبانة مفهومة وواضحة بالنسبة للمستجيب وبناءً عليه تم توزيع الاداة على عينة الدراسة.

3.1.6 ثبات أداة الدراسة:

يقصد بثبات الأداة إمكانية الحصول على نفس النتائج في حال تم استخدام نفس الأداة مرة ثانية لتحليل نفس المحتوى للتحقق من ثبات أداة الدراسة، الجدول (3.8) التالي يبين الفرق بين كرونباخ الفا للعينة التجريبية والعينة وذلك لكل مجال من مجالات الدراسة وللدرجة الكلية لجميع فقرات الأداة.

جدول رقم (3.8) معامل ثبات كرونباخ الفا حسب المجالات والدرجة الكلية لفقرات الأداة

(المجال)	اسم المجال	أرقام البنود المنتمية للمجال	معامل كرونباخ ألفا (α)	معامل كرونباخ ألفا (α)
الأول	الاتجاه العاطفي	1-14	0.76	0.82
الثاني	الاتجاه المعرفي	15-28	0.79	0.85
الثالث	الاتجاه السلوكي	29-42	0.83	0.85
الكلية			0.92	0.92

يتضح من الجدول (3.8) السابق أن معامل كرونباخ الفا الكلية لفقرات الأداة للعينة التجريبية والعينة بلغ 0.92 وهو دال إحصائياً، وبالمقارنة ما بين معامل كرونباخ الفا للعينة التجريبية والعينة نجد ان معامل كرونباخ للعينة اعلى منه للعينة التجريبية وهو ما يؤكد وضوح الفقرات والفهم الواضح لمضمون الفقرات، هذا بالإضافة الى الاستفادة من نتائج العينة التجريبية. كما يتضح ان اعلى المعاملات كان من نصيب المجال الثاني والثالث المعرفي والسلوكي للعينة بحيث بلغ 0.85، أما بالنسبة للمجال الاول فقد بلغ معامل الثبات 0.82.

3.1.7 متغيرات الدراسة

- **المتغيرات المستقلة:** (الجنس، امتلاك المراهق لجهاز حاسوب، امتلاك المراهق لجهاز موبايل ذكي، امتلاك المراهق لاشترك انترنت، امتلاك المراهق لشريحة انترنت، استخدام المراهق لشبكات التواصل الاجتماعي، عدد مواقع التواصل الاجتماعي المشترك فيها المراهق، متوسط ساعات استخدام المراهق لمواقع التواصل الاجتماعي).
- **المتغيرات التابعة:** المتوسطات الحسابية لفقرات مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك طلبة المرحلة الثانوية في مدارس محافظة سلفيت خلال هبة أكتوبر.

3.1.8 إجراءات تطبيق الدراسة:

لاستكمال الدراسة قام الباحث بالخطوات التالية:

1. مراجعة الأدب التربوي والدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع الدراسة.
2. إعداد أداة الدراسة والتحقق من صدقها وثباتها.
3. حصر مجتمع الدراسة.
4. استكمال الإجراءات الرسمية للحصول على موافقة الجهات ذات العلاقة بتطبيق الدراسة.
5. توزيع الاستبانات على أفراد مجتمع الدراسة.

6. استرجاع الإبتانات التي تم توزيعها.
7. جمع البيانات وتحليلها.
8. عرض النتائج.
9. كتابة التوصيات.

3.1.9 المعالجة الإحصائية:

تم جمع البيانات للعينه التجريبية ولعينه الدراسة وتفرغهما على برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعيه (SPSS 20)، وتم حساب قيمة معامل الثبات (كرونباخ ألفا Cronbach Alpha) لأداة الدراسة والتحقق من صدق الأداة، وقام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لاستجابات طلبة عينه الدراسة لمعرفة مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك طلبة المرحلة الثانوية في مدارس محافظة سلفيت خلال هبة أكتوبر ، ولفحص فرضيات الدراسة تم استخدام اختباري ت (Independent Sample t- test) واستخدم اختبار One Way ANOVA لمعرفة الدلالة الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تبعا للمتغيرات المستقلة التي وردت في الدراسة، هذا بالإضافة إلى استخدام فحص معامل الارتباط بين الفقرات والمجالات للعينه التجريبية باستخدام أمر Bivariate Correlation ومن خلاله تم احتساب معامل ارتباط بيرسون لمعرفة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين الفقرات والمجالات التي تتبع لها. (سليمان، 2007، ص 129-154).

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

4.1 نتائج الدراسة

4.1.1 النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

4.1.2 فحص فرضيات الدراسة

4.1 نتائج الدراسة ومناقشتها

تناول هذا الفصل عرضاً للبيانات الإحصائية الكمية التي تم إدخالها باستخدام برنامج الرزم الإحصائية للدراسات الاجتماعية SPSS، والتي جمعت عبر أداة الدراسة المتمثلة بتحليل مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك طلبة المرحلة الثانوية في مدارس محافظة سلفيت خلال هبة أكتوبر من وجهة نظر الطلبة، كما هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اختلاف تقدير أفراد عينة تبعا للمتغيرات المستقلة مثل (الجنس، هل يوجد لديك جهاز حاسوب؟، هل لديك جهاز موبايل ذكي؟ هل يوجد لديك اشتراك انترنت؟، هل يوجد لديك شريحة انترنت؟، هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟، عدد مواقع التواصل الاجتماعي المشترك فيها، متوسط ساعات استخدامك مواقع التواصل الاجتماعي، أكثر مواقع التواصل الاجتماعي متابعة، تأثير الصور التي يشاهدها المراهق على حياته الشخصية)، قام الباحث بالإجابة عن أسئلة الدراسة وفحص الفرضيات التي انبثقت عنها وذلك لاستخلاص نتائج الدراسة.

4.1.1 النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة:

مع العلم ان جميع اسئلة الدراسة هي من وجهة نظر عينة الدراسة.

1. ما درجة تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك المراهقين خلال هبة أكتوبر طلبة المرحلة الثانوية في سلفيت نموذجا من وجهة نظر الطلبة تبعا لمجالات الدراسة والدرجة الكلية والمتغيرات المستقلة؟

ولتوضيح السؤال الرئيسي لا بد من الاجابة عن الاسئلة الفرعية وهي:

- ما أكثر الفيديوهات التي تستهوي الطلبة لمتابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- هل للصور التي يشاهدها المراهق تأثير على حياته الشخصية وما نوع الصورة التي تجلب انتباهه؟
- ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي متابعة لدى الطلبة؟
- ما أسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما أكثر الصفحات الإخبارية متابعة على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة؟

وفيما يلي توضيح للنتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة:

1. السؤال الاول: ما درجة تأثير الصورة الرقمية المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك طلبة المرحلة الثانوية في مدارس محافظة سلفيت خلال هبة أكتوبر من وجهة نظر الطلبة تبعا للمتغيرات المستقلة وهل تختلف تقديرات عينة الدراسة تبعا لمجالات الدراسة والدرجة الكلية؟

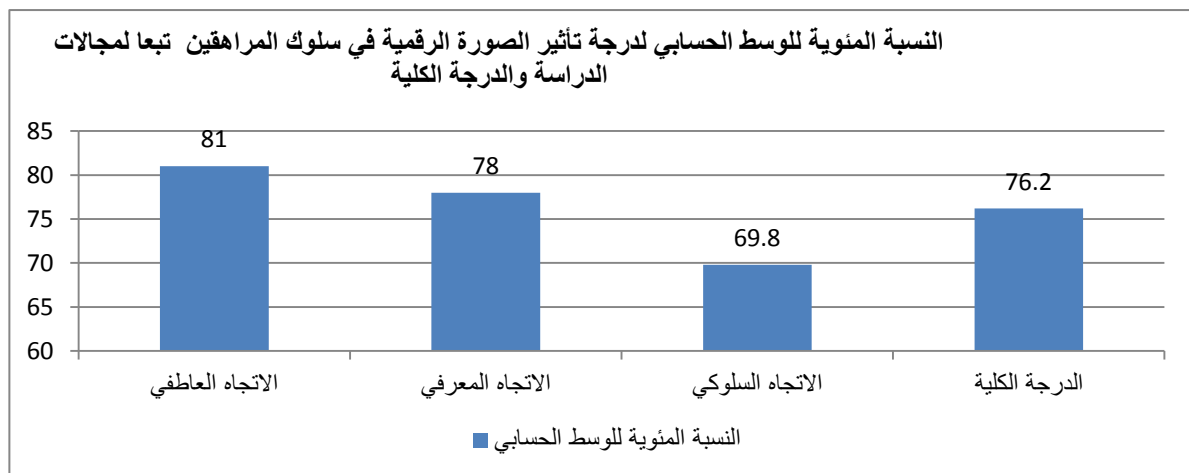
للإجابة عن السؤال استخدم الباحث المتوسطات الحسابية لكل فقرة ومجال وعلى الدرجة الكلية للأداة عند العينة، ومن أجل تفسير النتائج اعتمدت المتوسطات الحسابية الموزونة الآتية المعتمدة إحصائياً والخاصة بالاستجابة على الفقرات كالآتي:

- (من 1-أقل من 1.8) درجة أثر قليلة جداً.
- (من 1.8-أقل من 2.6) درجة أثر قليلة.
- (من 2.6-أقل من 3.4) درجة أثر متوسطة
- (من 3.4-أقل من 4.2) درجة أثر كبيرة.
- (4.2 فأعلى) فأكثر درجة أثر كبيرة جداً.

ولبيان درجة الأثر لا بد من إدراج الجدول (4.9) التالي الذي يوضح درجة الأثر لكل من المجالات والدرجة الكلية لجميع الفقرات.

الجدول (4.9) المتوسطات الحسابية ودرجة الأثر للمجالات والدرجة الكلية تبعا لمجالات الدراسة والدرجة الكلية مرتبة حسب المتوسط الحسابي

الرقم	الترتيب	المجال	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	درجة الأثر	النسبة المئوية للوسط الحسابي
1	1	الاتجاه العاطفي	0.61	4.05	كبيرة	81
2	2	الاتجاه المعرفي	0.60	3.90	كبيرة	78
3	3	الاتجاه السلوكي	0.69	3.49	كبيرة	69.8
الدرجة الكلية						76.2



شكل رقم (4.5) رسم بياني يوضح المتوسطات الحسابية لمجالات الدراسة والدرجة الكلية

يتضح من الجدول (4.9) السابق: إن درجة أثر الصورة الرقمية لجميع مجالات الدراسة جاءت كبيرة فقد تراوحت المتوسطات الحسابية للاستجابة ما بين 3.49 للمجال الثالث الاتجاه السلوكي والمجال الأول الاتجاه العاطفي 4.05.

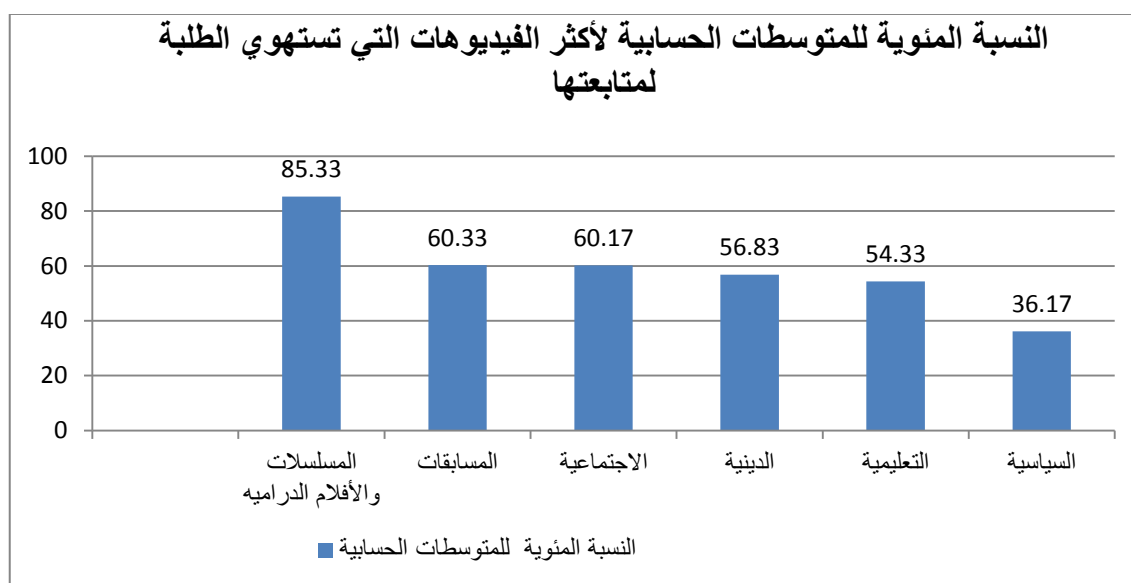
يشير المجموع العام لجميع الفقرات إلى أن درجة أثر الصورة الرقمية كان كبيراً بحيث بلغ المتوسط الحسابي للمعدل العام للاستجابة 3.81، وللمزيد حول درجة الأثر لكل فقرة من فقرات المجالات الثلاث فان الملحق (1) يبين ذلك.

السؤال الثاني: ما أكثر الفيديوهات التي تستهوي الطلبة لمتابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي؟ للإجابة عن السؤال ولمعرفة أكثر الفيديوهات التي تستهوي الطلبة لمتابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي استخدم الباحث المتوسطات الحسابية لكل إجابة لترتيب الاختيارات التي أجاب عليها الطلبة والموضحة في الجدول (4.10).

الجدول (4.10) المتوسطات الحسابية لأكثر الفيديوهات التي تستهوي الطلبة لمتابعتها على مواقع التواصل

الاجتماعي مرتبة تنازليا

النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	أكثر الفيديوهات التي تستهوي الطلبة لمتابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي
85.33	5.12	المسلسلات والأفلام الدرامية
60.33	3.62	المسابقات
60.17	3.61	الاجتماعية
56.83	3.41	الدينية
54.33	3.26	التعليمية
36.17	2.17	السياسية



شكل رقم (4.6) رسم بياني يوضح أكثر الفيديوهات التي تستهوي الطلبة لمتابعتها

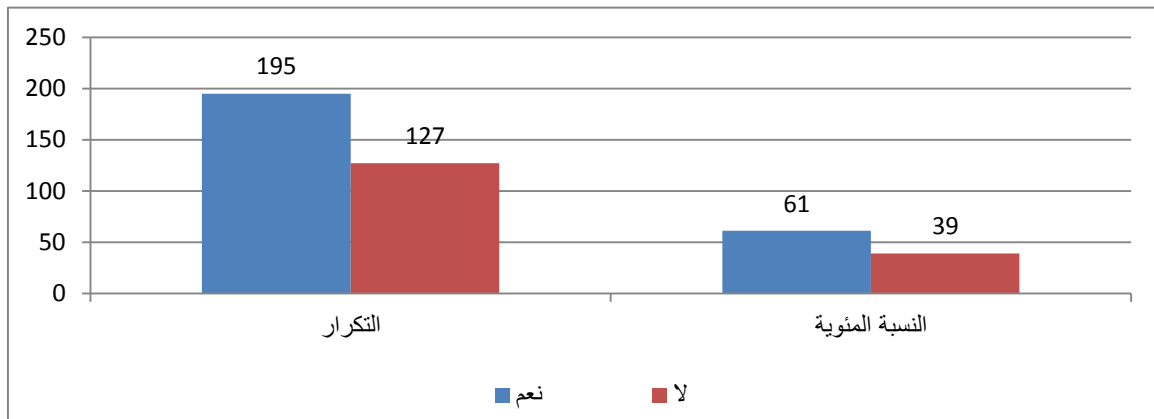
يتضح من الجدول (4.10) السابق أن أكثر الفيديوهات التي تستهوي الطلبة لمتابعتها هي المسلسلات وأفلام الدراما وجاء في المرتبة الأولى بحيث حصل على متوسط حسابي 5.12 لاستجابات الطلبة، وجاءت الفيديوهات التي تتعلق بالمسابقات في المرتبة الثانية وحصلت على متوسط حسابي بلغ 3.62، تلتها الفيديوهات الاجتماعية بمتوسط حسابي بلغ 3.61، أما الفيديوهات السياسية فحلت في المرتبة السادسة والأخيرة بمتوسط حسابي بلغ 2.17 وجاء في المرتبة الخامسة الفيديوهات التعليمية بمتوسط حسابي بلغ 3.26.

السؤال الثالث: هل للصور التي يشاهدها المراهق تأثير على حياته الشخصية وما نوع الصور التي تجلب انتباهه؟

للإجابة عن السؤال ولمعرفة إذا كان للصور التي يشاهدها المراهق تأثير على حياته الشخصية ونوع الصور التي تجلب انتباهه استخدم الباحث النسب المئوية للاستجابات والمتوسطات الحسابية لكل إجابة لترتيب الاختيارات التي أجاب عليها الطلبة الجدولين (4.11)، (4.12) يبين ذلك.

الجدول (4.11) التكرار والنسب المئوية لاستجابة الطلبة على سؤال هل تؤثر الصور التي تشاهدها على حياتك الشخصية؟

النسبة المئوية	التكرار	الاستجابة	تؤثر الصور التي أشاهدها على حياتي الشخصية
61	195	نعم	
39	127	لا	

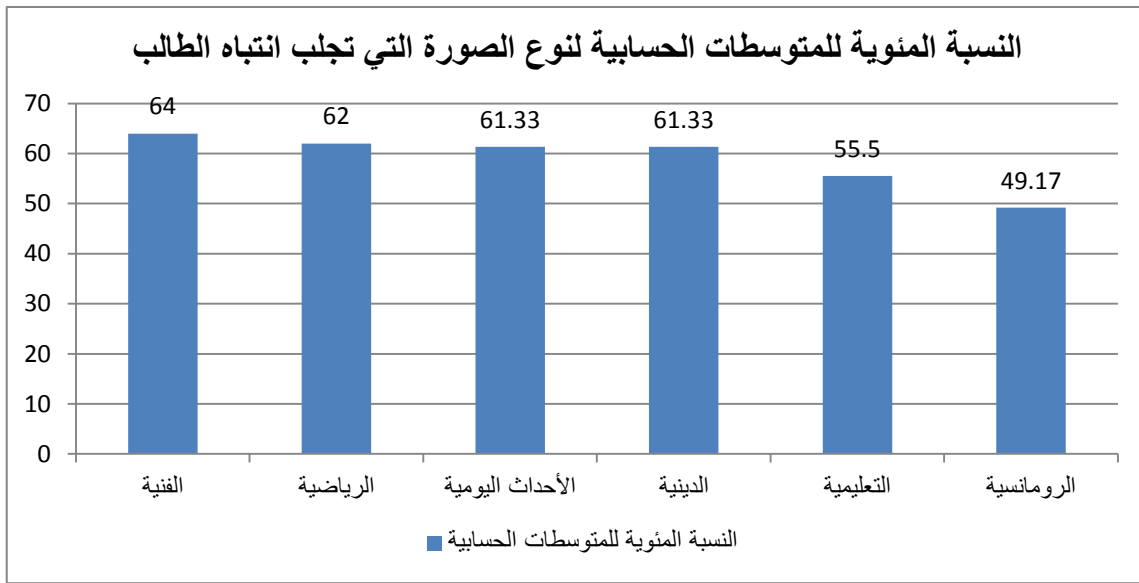


شكل رقم (4.7) رسم يوضح تأثير الصور على الحياة الشخصية للمراهقين

يتضح من الجدول (4.11) السابق على أن 61% من الطلبة أكدوا على أن للصور التي يشاهدونها تأثير على حياتهم الشخصية. ولمعرفة نوع الصور التي تجلب انتباهه من وجهة نظره الجدول (4.12) يبين ذلك باستخدام المتوسطات الحسابية لكل اختيار:

الجدول(4.12) المتوسطات الحسابية لنوع الصور التي تجلب انتباه الطلبة مرتبة تنازليا

نوع الصور التي تجلب انتباه الطلبة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية
الفنية	3.84	64.00
الرياضية	3.72	62.00
الأحداثاليومية	3.68	61.33
الدينية	3.68	61.33
التعليمية	3.33	55.50
الرومانسية	2.95	49.17



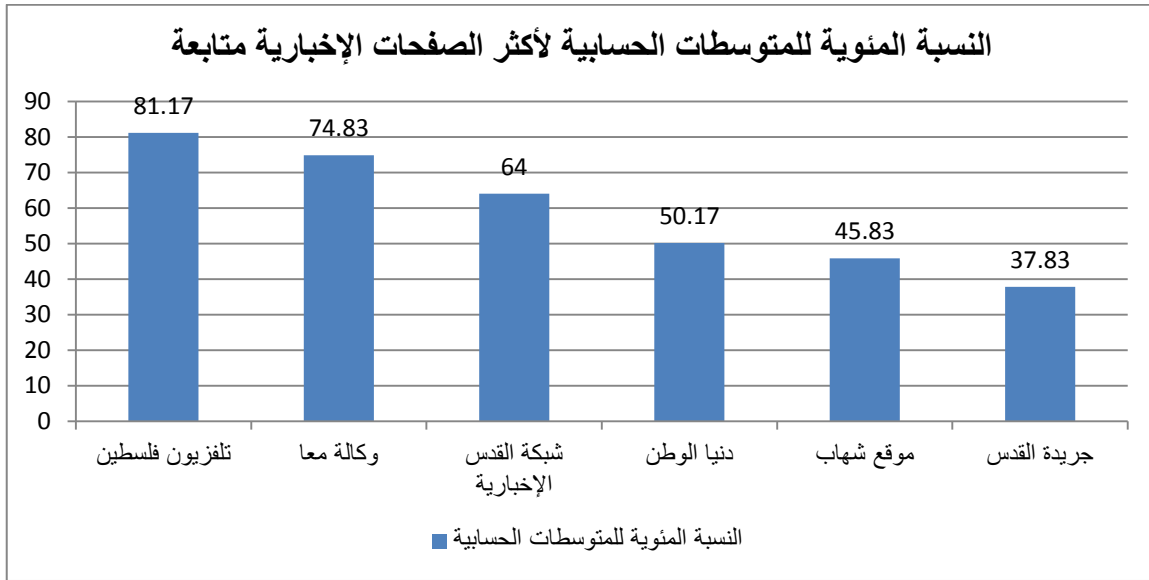
شكل رقم (4.8) رسم يوضح نوع الصورة التي تجلب انتباه الطلبة

يتضح من الجدول(4.12) السابق أن أكثر أنواع الصور التي تجلب انتباه الطلبة هي الفنية وجاءت في المرتبة الأولى بحيث حصلت على متوسط حسابي 3.84 لاستجابات الطلبة، وجاءت الصور الرياضية في المرتبة الثانية وحصلت على متوسط حسابي بلغ 3.72، تلتها الأحداثاليومية بمتوسط حسابي بلغ 3.68، أما الصور الرومانسية فقد حصلت على المرتبة السادسة والأخيرة بمتوسط حسابي بلغ 2.95 وجاء في المرتبة الخامسة الصور التعليمية بمتوسط حسابي بلغ 3.33.

السؤال الرابع: ما أكثر الصفحات الإخبارية متابعة على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة ؟ للإجابة عن السؤال ولمعرفة أكثر الصفحات الإخبارية متابعة على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة استخدم الباحث المتوسطات الحسابية لكل إجابة لترتيب الاختيارات التي أجاب عليها الطلبة الجدول(4.13) يبين ذلك.

الجدول (4.13) المتوسطات الحسابية لأكثر الصفحات الإخبارية متابعة على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة مرتبة تنازليا

النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	أكثر الصفحات الإخبارية متابعة على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة
81.17	4.87	تلفزيون فلسطين
74.83	4.49	وكالة معا
64.00	3.84	شبكة القدس الإخبارية
50.17	3.01	دنيا الوطن
45.83	2.75	موقع شهاب
37.83	2.27	جريدة القدس



شكل رقم (4.9) رسم يوضح أكثر الصفحات الإخبارية متابعة لدى الطلبة

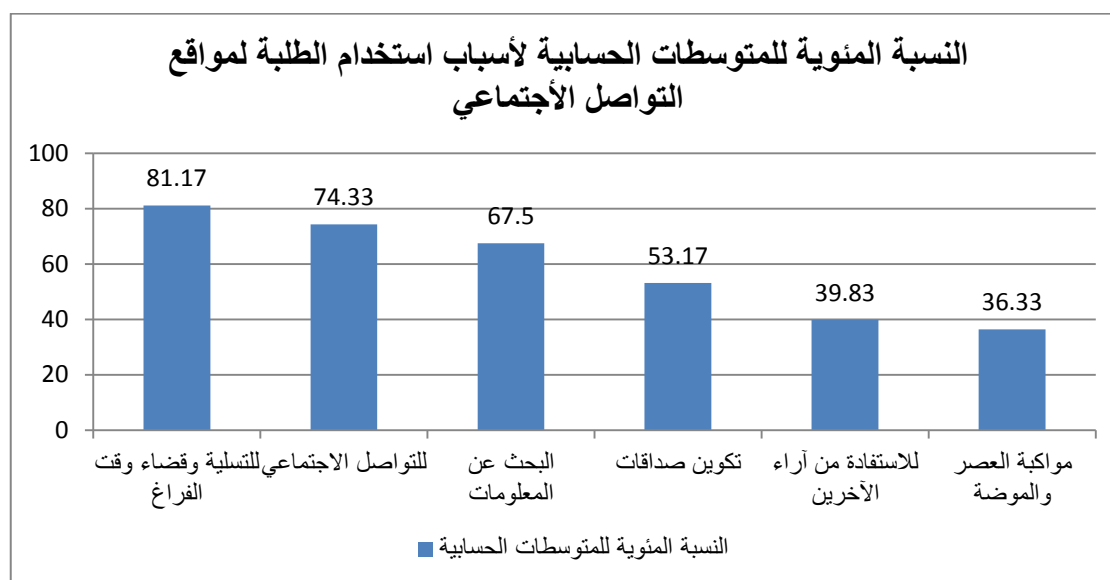
يتضح من الجدول (4.13) السابق أن أكثر الصفحات الإخبارية متابعة على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة هي صفحة تلفزيون فلسطين وجاءت في المرتبة الأولى بحيث حصلت على متوسط حسابي 4.87 لاستجابات الطلبة، وجاءت وكالة معا في المرتبة الثانية وحصلت على متوسط حسابي بلغ 4.49، تلاها شبكة القدس الإخبارية بمتوسط حسابي بلغ 3.84، أما جريدة القدس فقد حصلت على المرتبة السادسة والأخيرة بمتوسط حسابي بلغ 2.27 وجاء في المرتبة الخامسة موقع شهاب بمتوسط حسابي بلغ 2.75.

السؤال الخامس: ما أسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي؟

للإجابة عن السؤال استخدم الباحث المتوسطات الحسابية لكل إجابة لترتيب الاختيارات التي أجاب عليها الطلبة الجدول(4.14) يبين ذلك.

الجدول(4.14)المتوسطات الحسابية لأسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي مرتبة تنازليا

النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	أسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي
81.17	4.87	للتسلية وقضاء وقت الفراغ
74.33	4.46	للتواصل الاجتماعي
67.50	4.05	البحث عن المعلومات
53.17	3.19	تكوين صداقات
39.83	2.39	للاستفادة من آراء الآخرين
36.33	2.18	مواكبة العصر والموضة



شكل رقم(4.10) رسم يوضح اسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

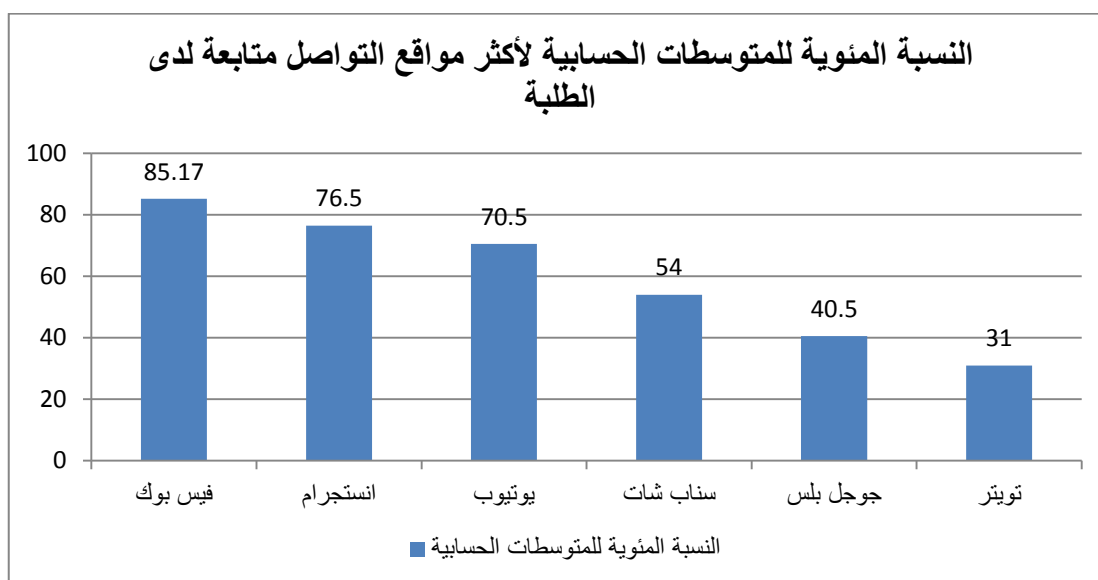
يتضح من الجدول(4.14) السابق أن أهم أسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي هو التسلية وقضاء وقت الفراغ وجاء في المرتبة الأولى بحيث حصل على متوسط حسابي 4.87 لاستجابات الطلبة، يليه التواصل الاجتماعي في المرتبة الثانية وحصل على متوسط حسابي بلغ 4.46، تلاها البحث عن المعلومات بمتوسط حسابي بلغ 4.05، أما مواكبة العصر والموضة فقد حصل على المرتبة السادسة والأخيرة بحيث حصل على متوسط حسابي بلغ 2.18 وجاء في المرتبة الخامسة الاستفادة من آراء الآخرين بمتوسط حسابي بلغ 2.39.

السؤال السادس: ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي متابعة لدى الطلبة ؟

للإجابة عن السؤال استخدم الباحث المتوسطات الحسابية لكل إجابة لترتيب الاختيارات التي أجاب عليها الطلبة الجدول (4.15) يبين ذلك.

جدول (4.15) المتوسطات الحسابية لأكثر مواقع التواصل الاجتماعي متابعة لدى الطلبة مرتبة تنازليا

مواقع التواصل الاجتماعي	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية
فيس بوك	5.11	85.17
انستجرام	4.59	76.50
يوتيوب	4.23	70.50
سناب شات	3.24	54.00
جوجل بلس	2.43	40.50
تويتر	1.86	31.00



شكل رقم (4.11) رسم يوضح اكثر مواقع التواصل الاجتماعي متابعة لدى الطلبة

يتضح من الجدول (4.15) السابق أن الفيسبوك حصل على المرتبة الأولى من بين مواقع التواصل الاجتماعي بحيث حصل على متوسط حسابي 5.11 لاستجابات الطلبة، وجاء موقع الانستجرام في المرتبة الثانية وحصل على متوسط حسابي بلغ 4.59، تلاها موقع اليوتيوب بمتوسط حسابي بلغ 4.23، أما موقع تويتر فقد حصل على المرتبة السادسة والأخيرة بحيث حصل على متوسط حسابي بلغ 1.86 وجاء في المرتبة الخامسة جوجل بلاس بمتوسط حسابي بلغ 2.43.

4.1.2 فحص فرضيات الدراسة:

السؤال السابع للدراسة: هل تختلف تقديرات عينة الدراسة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك طلبة المرحلة الثانوية في مدارس محافظة سلفيت خلال هبة أكتوبر من وجهة

نظر الطلبة تبعاً لمجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعاً للمتغيرات المستقلة (الجنس، هل يوجد لديك جهاز حاسوب؟، هل لديك جهاز موبايل ذكي؟ هل يوجد لديك اشتراك انترنت؟، هل يوجد لديك شريحة انترنت؟، هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟، عدد مواقع التواصل الاجتماعي المشترك فيها، متوسط ساعات استخدامك مواقع التواصل الاجتماعي).

وللإجابة عن هذا السؤال فقد قام الباحث باختبار فرضيات الدراسة التي تنبثق عن هذا السؤال، ولعرض النتائج سنتطرق لفحص الفرضيات كما هو موضح:

فحص الفرضية الأولى

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك طلبة المرحلة الثانوية في مدارس محافظة سلفيت خلال هبة أكتوبر من وجهة نظر الطلبة لمجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعاً لمتغير جنس الطالب.

لفحص الفرضية استخدم الباحث اختبار (ت) (Independent t-test) لمجموعتين مستقلتين لدلالة الفروق على الدرجة الكلية للمجالات ولجميع الفقرات لأداة الدراسة تبعاً لمتغير جنس الطالب.

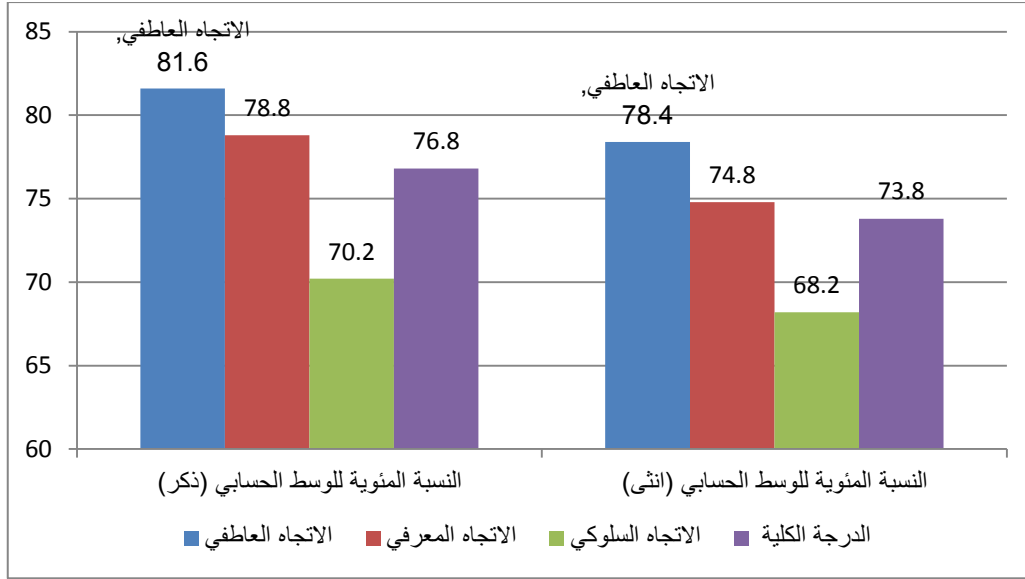
الجدول (4.16) يبين اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية تبعاً لمجالات الدراسة والدرجة الكلية و جنس الطالب.

الجدول (4.16) نتائج اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين حسب المجالات وعلى الدرجة الكلية للفقرات تبعاً

لمتغير جنس الطالب

الدلالة *	(ت)	أنثى		ذكر		الدرجة الكلية للمجالات
		الانحراف	المتوسط	الانحراف	المتوسط	
0.001	-3.42	0.56	4.16	0.63	3.94	الاتجاه العاطفي
0.075	-1.79	0.59	3.96	0.61	3.84	الاتجاه المعرفي
0.083	1.74	0.71	3.43	0.66	3.55	الاتجاه السلوكي
0.215	-1.24	0.51	3.85	0.52	3.78	الدرجة الكلية

* دال إحصائياً عند مستوى ($0.05 \geq \alpha$).



شكل رقم (4.12) رسم يوضح تأثير الصورة على مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعا لمتغير الجنس

نلاحظ من الجدول (4.16) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية لمجالي (الجانب المعرفي، الجانب السلوكي) ولجميع فقرات الاستبانة تبعا لمتغير جنس المراهق.

كما يظهر من الجدول (4.16) السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية حسب مجال الجانب العاطفي تبعا لمتغير جنس المراهق وذلك لصالح الإناث حيث حصلت على نسبة (4.16) اي ما تعادل 83.20% لصالح الإناث مقابل (3.94) اي ما تعادل 78.80% لصالح الذكور.

فحص الفرضية الثانية:

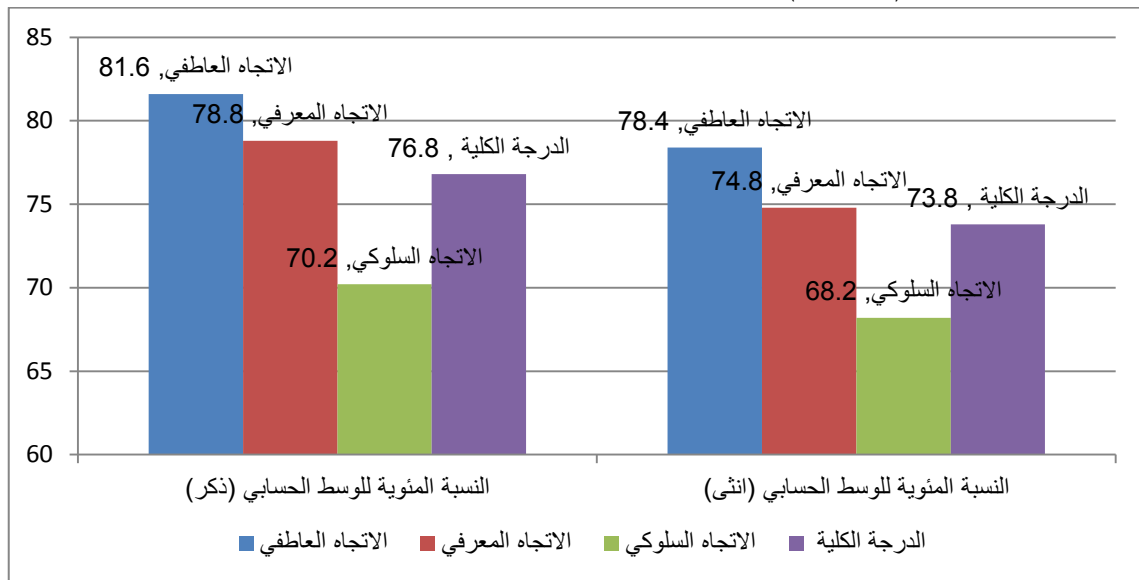
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية لمجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعا لمتغير امتلاك المراهق جهاز حاسوب.

لفحص الفرضية استخدم الباحث اختبار (ت) (Independent t-test) لمجموعتين مستقلتين لدلالة الفروق على الدرجة الكلية للمجالات ولجميع الفقرات لأداة الدراسة تبعا لمتغير امتلاك المراهق جهاز حاسوب. الجدول (4.17) يبين اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية حول مستويات تأثير الصورة الرقمية حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعا لمتغير امتلاك المراهق جهاز حاسوب.

جدول (4.17) نتائج اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين حسب المجالات وعلى الدرجة الكلية للفقرات تبعا لمتغير امتلاك المراهق جهاز حاسوب

الدلالة *	(ت)	لا		نعم		الدرجة الكلية للمجالات
		الانحراف	المتوسط	الانحراف	المتوسط	
0.047	1.99	0.66	3.92	0.59	4.08	الاتجاه العاطفي
0.018	2.38	0.68	3.74	0.58	3.94	الاتجاه المعرفي
0.288	1.06	0.69	3.41	0.69	3.51	الاتجاه السلوكي
0.031	2.17	0.54	3.69	0.51	3.84	الدرجة الكلية

* دال إحصائياً عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$.



شكل رقم (4.13) رسم يوضح تأثير الصورة على مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعا لمتغير امتلاك الطالب جهاز حاسوب

نلاحظ من الجدول (4.17) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية لمجال الجانب السلوكي تبعا لمتغير امتلاك الطالب جهاز حاسوب.

كما يظهر من الجدول (4.17) السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية حسب الاتجاه العاطفي بنسبة 4.08 اي ما يعادل 81.6%، والاتجاه المعرفي بنسبة 3.94 اي ما يعادل 78.8%، والدرجة الكلية بنسبة 3.84 اي ما يعادل 76.8% تبعا لمتغير امتلاك الطالب جهاز حاسوب وذلك لصالح للطلبة الذين يمتلكون جهاز حاسوب.

فحص الفرضية الثالثة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعاً لمتغير امتلاك الطالب جهاز موبايل ذكي. لفحص الفرضية استخدم الباحث اختبار (ت) (Independent t-test) لمجموعتين مستقلتين لدلالة الفروق على الدرجة الكلية للمجالات ولجميع الفقرات لأداة الدراسة تبعاً لمتغير امتلاك الطالب جهاز موبايل ذكي. الجدول (4.18) يبين اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية حول مستويات تأثير الصورة الرقمية حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعاً لمتغير امتلاك الطالب جهاز موبايل ذكي.

جدول (4.18) نتائج اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين حسب المجالات وعلى الدرجة الكلية للفقرات تبعاً

لمتغير امتلاك الطالب جهاز موبايل ذكي

الدلالة *	(ت)	لا		نعم		الدرجة الكلية للمجالات
		الانحراف	المتوسط	الانحراف	المتوسط	
0.75	0.32	0.69	4.03	0.59	4.05	الاتجاه العاطفي
0.908	-0.12	0.61	3.91	0.60	3.90	الاتجاه المعرفي
0.085	1.73	0.60	3.35	0.70	3.52	الاتجاه السلوكي
0.384	0.87	0.53	3.76	0.52	3.83	الدرجة الكلية

نلاحظ من الجدول (4.18) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين متوسطات الاستجابة حول استخدام الصورة الرقمية المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي على تعديل سلوك طلبة المرحلة الثانوية في مدارس محافظة سلفيت خلال هبة أكتوبر من وجهة نظر الطلبة حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية للفقرات تبعاً لمتغير امتلاك الطالب جهاز موبايل ذكي.

فحص الفرضية الرابعة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعاً لمتغير امتلاك الطالب اشتراك انترنت.

لفحص الفرضية استخدم الباحث اختبار (ت) (Independent t-test) لمجموعتين مستقلتين لدلالة الفروق على الدرجة الكلية للمجالات ولجميع الفقرات لأداة الدراسة تبعاً لمتغير امتلاك الطالب اشتراك انترنت. الجدول (4.19) يبين اختبار لمجموعتين مستقلتين لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية مستويات تأثير الصورة الرقمية حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعاً لمتغير امتلاك الطالب اشتراك انترنت.

جدول (4.19) نتائج اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين حسب المجالات وعلى الدرجة الكلية للفقرات تبعا لمتغير امتلاك الطالب اشترك انترنت.

الدلالة *	(ت)	لا		نعم		الدرجة الكلية للمجالات
		الانحراف	المتوسط	الانحراف	المتوسط	
0.559	0.59	0.61	4.00	0.61	4.06	الجانب العاطفي
0.704	0.38	0.64	3.86	0.60	3.90	الجانب المعرفي
0.160	1.41	0.62	3.34	0.69	3.51	الجانب السلوكي
0.316	1	0.53	3.73	0.52	3.82	الدرجة الكلية

* دال إحصائياً عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$.

نلاحظ من الجدول (4.19) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية للفقرات تبعا لمتغير امتلاك الطالب اشترك انترنت.

فحص الفرضية الخامسة :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعا لمتغير امتلاك الطالب شريحة انترنت.

لفحص الفرضية استخدم الباحث اختبار (ت) (Independent t-test) لمجموعتين مستقلتين لدلالة الفروق على الدرجة الكلية للمجالات ولجميع الفقرات لأداة الدراسة تبعا لمتغير امتلاك الطالب شريحة انترنت. الجدول (4.20) يبين اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية حول مستويات تأثير الصورة الرقمية حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعا لمتغير امتلاك الطالب شريحة انترنت.

جدول (4.20) نتائج اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين حسب المجالات وعلى الدرجة الكلية للفقرات تبعا لمتغير امتلاك الطالب شريحة انترنت.

الدلالة *	(ت)	لا		نعم		الدرجة الكلية للمجالات
		الانحراف	المتوسط	الانحراف	المتوسط	
0.586	-0.55	0.57	4.06	0.69	4.02	الجانب العاطفي
0.674	-0.41	0.61	3.91	0.59	3.88	الجانب المعرفي
0.217	1.24	0.68	3.46	0.71	3.57	الجانب السلوكي
0.871	0.16	0.50	3.81	0.56	3.82	الدرجة الكلية

* دال إحصائياً عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$.

نلاحظ من الجدول (4.20) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية للفقرات تبعاً لمتغير امتلاك الطالب شريحة انترنت.

فحص الفرضية السادسة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعاً لمتغير استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي.

لفحص الفرضية استخدم الباحث المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية للمجالات وعلى الدرجة الكلية للأداة تبعاً لمتغير استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي كما يوضحه الجدول (4.21ك).

جدول (4.21) المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية للمجالات والدرجة الكلية للأداة تبعاً لمتغير استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي.

الدرجة الكلية للمجال	دائماً	أحياناً	نادراً
الاتجاه العاطفي	4.11	3.96	3.58
الاتجاه المعرفي	3.94	3.79	3.33
الاتجاه السلوكي	3.94	3.80	3.30
الدرجة الكلية لجميع الفقرات	3.89	3.68	3.68

وتم استخدام تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لاستخراج دلالة الفروق للدرجة الكلية للمجالات والدرجة الكلية للفقرات تبعاً لمتغير استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي، والجدول (4.21) يبين ذلك.

جدول (4.21) نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لجميع المجالات والمعدل العام لأداة الدراسة تبعاً لمتغير استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي.

الدرجة الكلية للمجالات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوى الدلالة *
الاتجاه العاطفي	بين المجموعات	2.24	2	1.12	3.09	0.047
	داخل المجموعات	120.21	332	0.36		
	المجموع	122.45	334			
الاتجاه المعرفي	بين المجموعات	2.14	2	1.07	3.00	0.050
	داخل المجموعات	118.62	332	0.36		
	المجموع	120.76	334			
الاتجاه	بين المجموعات	5.24	2	2.62	5.73	0.004

		0.46	332	151.82	داخل المجموعات	السلوكي
			334	157.06	المجموع	
0.003	6.05	1.57	2	3.14	بين المجموعات	الدرجة الكلية لجميع الفقرات
		0.26	332	86.15	داخل المجموعات	
			334	89.29	المجموع	

* دال إحصائياً عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$.

نلاحظ من الجدول (4.21) السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية للفقرات تبعاً لمتغير استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي وذلك لصالح من يستخدم دائماً شبكات التواصل الاجتماعي.

فحص الفرضية السابعة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعاً لمتغير عدد مواقع التواصل الاجتماعي التي يشترك بها الطالب.

لفحص الفرضية استخدم الباحث المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية للمجالات وعلى الدرجة الكلية للأداة تبعاً لمتغير عدد مواقع التواصل الاجتماعي التي يشترك بها الطالب كما يوضحه الجدول (4.22).

الجدول (4.22) المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية للمجالات والدرجة الكلية للأداة تبعاً لمتغير عدد مواقع التواصل الاجتماعي التي يشترك بها الطالب.

الدرجة الكلية لجميع الفقرات	المجالات			عدد مواقع التواصل الاجتماعي المشترك بها الطالب
	الاتجاه السلوكي	الاتجاه المعرفي	الاتجاه العاطفي	
3.76	3.36	3.87	4.04	2-1
3.85	3.54	3.95	4.08	4-3
3.80	3.52	3.87	4.00	6-5
3.85	3.65	3.86	4.05	أكثر من 6

وتم استخدام تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لاستخراج دلالة الفروق للدرجة الكلية للمجالات والدرجة الكلية للفقرات تبعاً لمتغير عدد مواقع التواصل الاجتماعي التي يشترك بها الطالب. والجدول (4.23) يبين ذلك.

جدول (4.23) نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لجميع المجالات والمعدل العام لأداة الدراسة تبعاً لمتغير عدد مواقع التواصل الاجتماعي التي يشترك بها الطالب.

الدرجة الكلية للمجالات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوى الدلالة *
الاتجاه العاطفي	بين المجموعات	0.23	3	0.08	0.21	0.89
	داخل المجموعات	122.21	331	0.37		
	المجموع	122.44	334			
الاتجاه المعرفي	بين المجموعات	0.50	3	0.17	0.46	0.713
	داخل المجموعات	120.26	331	0.36		
	المجموع	120.76	334			
الاتجاه السلوكي	بين المجموعات	3.03	3	1.01	2.17	0.091
	داخل المجموعات	154.03	331	0.47		
	المجموع	157.06	334			
الدرجة الكلية لجميع الفقرات	بين المجموعات	0.61	3	0.20	0.76	0.517
	داخل المجموعات	88.68	331	0.27		
	المجموع	89.29	334			

* دال إحصائياً عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$.

نلاحظ من الجدول (4.23) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية للفقرات تبعاً لمتغير عدد مواقع التواصل الاجتماعي التي يشترك بها الطالب.

فحص الفرضية الثامنة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية تبعاً لمتغير متوسط ساعات استخدام الطالب لمواقع التواصل الاجتماعي.

لفحص الفرضية استخدم الباحث المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية للمجالات وعلى الدرجة الكلية للأداة تبعاً لمتغير متوسط ساعات استخدام الطالب لمواقع التواصل الاجتماعي كما يوضحه الجدول (4.24).

الجدول (4.24) المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية للمجالات والدرجة الكلية للأداة تبعاً لمتغير متوسط ساعات استخدام الطالب لمواقع التواصل الاجتماعي.

الدرجة الكلية لجميع الفقرات	المجالات			متوسط ساعات استخدام الطالب لمواقع التواصل الاجتماعي
	الاتجاه السلوكي	الاتجاه المعرفي	الاتجاه العاطفي	
3.71	3.37	3.83	3.94	من 1-2 ساعة
3.83	3.52	3.93	4.05	أكثر من 2-4 ساعة
3.78	3.40	3.87	4.07	أكثر من 4-6 ساعة
3.96	3.63	4.00	4.24	أكثر من 6-8 ساعة
3.91	3.71	3.90	4.11	أكثر من 8 ساعة

وتم استخدام تحليل التباين الأحادي لاستخراج دلالة الفروق للدرجة الكلية للمجالات والدرجة الكلية للفقرات تبعاً لمتغير متوسط ساعات استخدام الطالب لمواقع التواصل الاجتماعي، والجدول (4.25) يبين ذلك.

الجدول (4.25) نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لجميع المجالات والمعدل العام لأداة الدراسة تبعاً لمتغير متوسط ساعات استخدام الطالب لمواقع التواصل الاجتماعي.

مستوى الدلالة *	ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الدرجة الكلية للمجالات
0.1	1.96	0.71	4	2.84	بين المجموعات	الاتجاه العاطفي
		0.36	330	119.60	داخل المجموعات	
			334	122.44	المجموع	
0.594	0.70	0.25	4	1.01	بين المجموعات	الاتجاه المعرفي
		0.36	330	119.75	داخل المجموعات	
			334	120.76	المجموع	
0.051	2.39	1.10	4	4.42	بين المجموعات	الاتجاه السلوكي
		0.46	330	152.64	داخل المجموعات	
			334	157.06	المجموع	
0.079	2.11	0.56	4	2.22	بين المجموعات	الدرجة الكلية لجميع الفقرات
		0.26	330	87.07	داخل المجموعات	
			334	89.29	المجموع	

* دال إحصائياً عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$.

نلاحظ من الجدول (4.25) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين متوسطات الاستجابة حول مستويات تأثير الصورة الرقمية حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية للفقرات تبعا لمتغير متوسط ساعات استخدام الطالب لمواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الخامس

الاستنتاجات والتوصيات

5.1 الاستنتاجات والتوصيات

5.1.1 تحليل النتائج

5.1.2 الاستنتاجات

5.1.3 التوصيات

5.1 الاستنتاجات والتوصيات

5.1.1 تحليل النتائج

لم تكف الصورة يوماً عن تأويل معناها سواء أكانت صامتة أو متحركة، فهي كانت دائماً تتطوي على هذا القدر من التعبير عن موضوعها، ويظهر ذلك واضحاً في التحليل الإحصائي لهذا البحث حيث تبين أن الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير على الاتجاه العاطفي والمعرفي والسلوكي لدى المراهقين .

أكدت دراسة قويدر 2012 حول أثر الألعاب الإلكترونية على السلوكيات لدى الأطفال، بأن هذه الألعاب تعمل على صرف النظر عن النشاطات الرياضية والبدنية، التي تلعب دوراً كبيراً في حياة الأطفال، كما لها دور فعال في تفعيل وتعديل سلوك الأطفال، وتغيير مبادئهم التربوية حيث تتفق هذه الدراسة مع دراستي من حيث فوائد الصورة الرقمية المتحركة عند استخدامها بالشكل الصحيح لتحقيق أهداف تربويه وتعليمية تخدم طلاب المدارس.

وقد اتفق هذا البحث مع دراسة الفضلي 2010، حول ثقافة الصورة ودورها في الإثراء الفني لدى المتلقي، حيث أكدنا الدراستان على أن الصورة هي أداة اتصال فاعلة وعالية التأثير المعرفي والثقافي والجمالي والعاطفي والسلوكي، وتساعد على تنمية الحس الجمالي لدى المراهقين، أما دراسة الصادق 2007 ودراسة الغامدي 2007، حيث ركزتنا على أهمية استخدام الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي، التي تعتمد على الصورة الرقمية، حيث أكدنا على الدور الرئيسي للصورة في التأثير في القيم والاتجاهات السلوكية وأن الصورة تدرك سلبياً أو إيجابياً بحسب ما تحمله من قيم.

تؤكد الدراسة الحالية أن الفيسبوك وسيلة تواصل اجتماعي قوية جداً في فلسطين حيث احتلت المرتبة الأولى بنسبة 5.11 أي ما يعادل من 85%، وهي تتفق مع دراسة اللحام ومع تقرير سوشال فلسطين وسوشال ستوديو 2016 على أن الفيسبوك أقوى وسيلة تواصل اجتماعي في فلسطين، كما أضافت هذه الدراسة أن من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كان للصورة تأثير كبير على مجالاتهم المعرفية والعاطفية والسلوكية، واثرت على حياتهم الشخصية، كما أضافت هذه الدراسة أن الصورة الفنية هي التي تجلب انتباه المراهقين واحتلت رقم واحد عندهم بنسبة 64%، وكذلك تستهوي فيديوهات المسلسلات والأفلام الدرامية المراهقين حيث احتلت المرتبة الأولى لديهم بنسبة 85%، وأن من أسباب استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي هو التسلية وقضاء وقت الفراغ بنسبة 81%، وأن أكثر الصفحات الإخبارية متابعة لدى المراهقين كانت صفحة تلفزيون فلسطين التي احتلت المرتبة الأولى لديهم بنسبة 81%.

فقد تبين أن هناك تأثير للصورة ناتج عن تباين جنس الطالب في الاتجاه العاطفي لصالح الإناث، وهناك تأثير للصورة في الاتجاهين المعرفي والعاطفي والدرجة الكلية لصالح الطلبة الذين من يمتلكون أجهزة حاسوب، وأن

من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي كان للصورة دور كبير في التأثير على مجالاتهم المعرفية والعاطفية والسلوكية والدرجة الكلية تبعا لمتغير من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 95%.

وقد برزت هذه الاضافات في الاتجاهات العاطفية والمعرفية والسلوكية :

الاتجاه العاطفي: تبين من التحليل الاحصائي لمجالات الدراسة ان اكثر من 92% من المبحوثين اكدوا ان صور التفوق والنجاح للفلسطينيين تدخل الفرحة والسرور على قلوبهم ، وان اكثر من 90% اكدوا ان صور مسيرات استرداد جثامين الشهداء زادت من كراهيتهم للاحتلال، كما ان 87% من المبحوثين اكدوا ان صور الاطفال التي تجسد جرائم الاحتلال تثير غضبهم وسخطهم على الاحتلال، وان 85% من المبحوثين عززت الصور والفيديوهات التي تنشر على مواقع التواصل الاجتماعي من رغبتهم في العمل من اجل القضية الفلسطينية، وان اكثر من 83% من المبحوثين ينتابهم السخط عند مشاهدتهم صور هدم منازل المواطنين من قبل قوات الاحتلال ، وان هذه الصور زادت ثقتهم بان الاحتلال زائل مهما طال الزمان، وان اكثر من 82% من المبحوثين قالوا ان الفيديوهات المنشورة من قبل الاحتلال حول تصفية الأطفال على الحواجز تبعث في انفسهم الرغبة في تحدي الاحتلال.

الاتجاه المعرفي: فقد تبين ان اكثر من 87% من المبحوثين اكدوا ان الصور المتداولة وثقت حقائق بان الاحتلال يمارس الإرهاب بحق الاطفال الفلسطينيين، وان اكثر من 83% من المبحوثين اثرت فيهم الصور الثابتة والمتحركة وزادت معرفتهم بالصراع الفلسطيني الاسرائيلي، وعمقت فهمهم لمعنى الحرية ، وانهم اصبحوا أكثر إدراكا لأهداف الاحتلال ، كما ان اكثر من 80% من المبحوثين قالوا ان مواكبة الصور خلال هبة اكتوبر زادت من ثقافتهم، وان اكثر من 78% اكدوا ان للصورة تأثير في تحصيلهم الدراسي ورفع المستوى التعليمي، والتعرف على اهداف الشعب الفلسطيني.

الاتجاه السلوكي: فقد تبين ان 84% من المبحوثين اكدوا ان صور الشهداء على الحواجز زادت من دافعيتهم للمشاركة في المظاهرات ضد الاحتلال، واكثر من 78% من المبحوثين اثرت فيهم الصور وزادت من احترامهم للأهل، وعرفتهم كيفية التصرف على حواجز الاحتلال وجعلتهم قادرين على تحديد وسيلة المواجهة والمشاركة في الهبة والاشتباك مع الجنود على الحواجز.

خلاصة القول ان الدراسة الحالية ذهبت الى تقديم ابرز مفاهيم ومضامين الصورة الرقمية المتداولة في مواقع التواصل الاجتماعي خلال هبة اكتوبر وتأثيرها في سلوك الطلبة في مدارس محافظة سلفيت، بالاضافة الى مجتمع الدراسة وحدود الدراسة وحالة التنوع في هذه الدراسة ما بين المنهج الوصفي والاستعانة بدراسات بحثية واحصاءات رقمية ونظريات اعلامية راكمت في البناء المعرفي.

5.1.2 الاستنتاجات

تحقيقاً لأغراض البحث في معرفة مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك خلال هبة أكتوبر طلبة المرحلة الثانوية في مدارس سلفيت حيث توصل الباحث الى النتائج التالية:

1. أن مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك خلال هبة أكتوبر طلبة المرحلة الثانوية في مدارس سلفيت من وجهة نظر الطلبة لجميع مجالات الدراسة جاءت كبيرة فقد حصل الاتجاه العاطفي على متوسط حسابي 4.05 اي ما يعادل 81% ، اما الاتجاه المعرفي فقد حصل على متوسط حسابي 3.90 اي ما يعادل 78% في حين حصل الاتجاه السلوكي 3.49 اي ما يعادل 69.8%، اذا يتضح من هذه النتائج ان للصورة تأثير كبير على المراهقين في الاتجاهات الثلاثة، وهذا واضح في الملحق رقم (1)، وهنا فقط سوف اوضح درجة الاثر التي كانت كبيرة جداً في الاتجاه العاطفي والمعرفي والسلوكي ، ان صور الاطفال التي تجسد جرائم الاحتلال كان لها اثر كبير جداً على المبحوثين بنسبة 87% مما يؤكد ان هذه الصور تؤثر عليهم بشكل كبير وتعمل على تعديل سلوكهم وميولهم العاطفي، اضافة الى ذلك ان صور مسيرات استرداد جثامين الشهداء لها اثر كبير جد على المبحوثين بنسبة 90% مما يؤكد ان استمرار قوات الاحتلال في احتجاز جثامين الشهداء سوف تكون له ردود افعال لا تحمد عقباها، علاوة على ذلك فان ما ينشر من فيديوهات وصور تدفع المراهقين الى العمل من اجل القضية الفلسطينية سواء سياسيا او اجتماعيا او تعليميا وقد حصلت على نسبة 85% ، كما تؤثر ايجابا في سلوك المراهقين صور النجاح والتفوق للفلسطينيين حيث اكد اكثر من 90% من المبحوثين ذلك، مع يقينهم بان الاحتلال زائل مهما طال الزمان، كما ابرزت الصور ان اكثر من 83% من المبحوثين اكدوا على حقائق ان الاحتلال يمارس الارهاب بحق الاطفال ودفعمهم في المشاركة في المسيرات والمظاهرات المنددة بالاحتلال وجرائمه.

2. تبين وجود فروق في مستويات تأثير الصورة بين الطلاب والطالبات في الاتجاه العاطفي تبعا لمتغير الجنس حيث حصلت الاناث على نسبته 83% مقارنة بالذكور اي ما يعادل 78%، ويعزى الباحث ذلك الى ما تتمتع به الاناث من عاطفه مقارنة بالذكور .

3. تبين وجود فروق في مستويات تأثير الصورة بين الطلبة فيما يتعلق بامتلاك الطالب جهاز حاسوب حيث حصلت على النسب 81.6، 78، 76.8 على التوالي في الاتجاه العاطفي والاتجاه المعرفي والدرجة الكلية تبعا لمتغير امتلاك الطالب جهاز حاسوب وذلك لصالح الطلبة الذين يمتلكون جهاز حاسوب، ولا يوجد فروق في الجانب السلوكي تبعا لمتغير امتلاك الطالب جهاز حاسوب، ويرى الباحث ان الحاسوب اثر بشكل كبير في عاطفة المراهقين من خلال انتشار الفيديوهات والصور المؤثرة ومثال ذلك الفيديو الذي يرصد جريمة الاحتلال باعدام الشاب عبدالفتاح الشريف والذي اعدم امام اعين الجميع وتناقلته مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير، كما كان من نتائج هذا الفيديو ان الطالبين قد تعرفوا على نوايا جنود الاحتلال

وكيف يتصرفوا مع الشباب الفلسطينيين في مثل هذه المواقف، ان الانتشار الواسع لاجهزة الحاسوب بين المراهقين ساهم في جميع مجالات الحياة اليومية واثر في عادات وتقاليدهم، وأصبحت التكنولوجيا مُتطلباً أساسياً للتقدم والتطور، فأصبحت الحياة أكثر سهولة وأريحية مع استخدامه، وأصبح توفير كالوقت والجهد في إتمام وتنفيذ مهام العمل مِيزةً رئيسيةً للحاسوب، فمثلاً أتاح الحاسوب الوصول إلى الكثير من المصادر والمراجع التعليمية في شتى التخصصات العلمية، وسهّل الحصول عليها، كما ساعد الحاسوب في تقوية العلاقات الاجتماعية بين الناس مع الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي.

4. أن 61% من الطلبة أكدوا على أن للصور التي يشاهدونها تأثير على حياتهم الشخصية، وأن أكثر أنواع الصور التي تجلب انتباه الطلبة هي الفنية وجاءت في المرتبة الأولى بحيث حصلت على متوسط حسابي 3.84 اي ما نسبته 64% لاستجابات الطلبة، وجاءت الصور الرياضية في المرتبة الثانية وذلك حسب وجهة نظر الطلبة وحصلت على متوسط حسابي بلغ 3.72 اي ما يعادل 62%، تلتها الأحداث اليومية بمتوسط حسابي بلغ 3.68 اي ما نسبته 60.67%.

5. أن أكثر الفيديوهات التي تستهوي الطلبة لمتابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي هي المسلسلات وأفلام الدراما وجاء في المرتبة الأولى بحيث حصل على متوسط حسابي 5.12 اي ما نسبته 85.33% لاستجابات الطلبة، وجاءت الفيديوهات التي تتعلق بالمسابقات في المرتبة الثانية وذلك حسب وجهة نظر الطلبة وحصلت على متوسط حسابي بلغ 3.62 اي ما نسبته 72.4% .

6. تبين من نتائج التحليل ان الفيسبوك حصل على المرتبة الأولى من بين مواقع التواصل الاجتماعي التي يهتم بها الطلبة وحصل على اعلى متوسط حسابي 5.11 اي ما نسبته 85.17% لاستجابات الطلبة، يليه موقع الانستجرام في المرتبة الثانية 4.59 اي ما نسبته 76.5% ، في حين حصل اليوتيوب على متوسط حسابي 4.23 اي ما نسبته 70.5% أما موقع تويتر فقد حصل على المرتبة السادسة والأخيرة بحيث حصل على متوسط حسابي 1.86 اي ما نسبته 31% .

7. تبين ان 95% من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم وحيانا، وهذا مؤشر بأن نسبة كبيرة من المراهقين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، ويرى الباحث أن ساعات استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي جيد في ظل الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي وانتشار اجهزة الهواتف الذكية ، ويلاحظ أن المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل مكثف ومتزايد مما يؤكد على أهميتها واستخداماتها المتنوعة والمتجددة في جميع المجالات من قبل المبحوثين لا سيما فئة المراهقين، ويتطلب ذلك توظيف واستثمار هذه الشبكات فيما يخدم القضايا المجتمعية والتعليمية ويؤدي بالتالي الى تعديل سلوك المراهقين.

8. أن أهم أسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي هو التسلية وقضاء وقت الفراغ وجاء في المرتبة الأولى بحيث حصل على متوسط حسابي 4.87 اي ما نسبته 81% لاستجابات الطلبة، يليه التواصل الاجتماعي في المرتبة الثانية وحصل على متوسط حسابي بلغ 4.46 اي ما نسبته 74.33%، تلاها البحث عن المعلومات بمتوسط حسابي بلغ 4.05 اي ما نسبته 67.5% أما مواكبة العصر والموضة فقد

حصل على المرتبة السادسة والأخيرة بحيث حصل على متوسط حسابي بلغ 2.18 وجاء في المرتبة الخامسة الاستفادة من آراء الآخرين بمتوسط حسابي بلغ 2.39.

9. أن أكثر الصفحات الإخبارية متابعة على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة هي صفحة تلفزيون فلسطين وجاءت في المرتبة الأولى بحيث حصل على متوسط حسابي 4.87 اي ما يعادل 81% لاستجابات الطلبة، وجاءت وكالة معا في المرتبة الثانية وحصلت على متوسط حسابي بلغ 4.49 اي ما يعادل 74.83% ، تلاها شبكة القدس للإخبارية بمتوسط حسابي بلغ 3.84 اي ما يعادل 64% ، أما جريدة القدس فقد حصلت على المرتبة السادسة والأخيرة بحيث حصلت على متوسط حسابي بلغ 2.27 اي ما يعادل 37.83% وجاء في المرتبة الخامسة موقع شهاب بمتوسط حسابي بلغ 2.75 اي ما يعادل 45.83%.

5.1.3 التوصيات

1. ضرورة الاهتمام بموقع الفيسبوك في كيفية توجيه الطلبة الى الهدف المنشود خصوصا انه حصل على اعلى نسبة متابعة من قبل عينة الدراسة مما يوفر لاصحاب القرار منصفه جيده يمكن من خلالها التأثير في وعي الشباب وتعديل سلوكهم.
2. ان لدى الشباب الفلسطيني متسع من الوقت يقضيه في التسلية وقضاء وقت الفراغ وهذا يؤثر على ضرورة لفت انظار اصحاب القرار الى ضرورة توفير برامج شبابية تخدم الشباب وتسهم في تنمية المجتمع .
3. هناك تأثير كبير لصفحة تلفزيون فلسطين على صفحة الفيسبوك على المراهقين وانها تسمح بتفاعل المتابعين لمشوراتها من جهه، وانها تركز على ما يتطلبه الشباب من مواد إعلاميه سواء اجتماعيه او ترفيهيه او سياسيه او منوعه، وعليه يتطلب من القائمين عليها الاستفادة من هذا الاثر بما يخدم زيادة الوعي لدى المراهقين وتوجيههم لخدمة القضية الفلسطينية.
4. إن للصورة تأثير على حياة المراهقين، وذلك حسب نتائج الدراسة، وان اهتمام الطلبة يتركز على الصور الفنيه مما يستدعي التركيز على هذه الصور والاستفادة منها في تعديل سلوك المراهقين .
5. اهتمام الشباب المراهقين بالافلام والمسلسلات الدرامية لكثرة اوقات الفراغ لديهم وقلة وسائل الترفيه المتوفرة في فلسطين وهذا يتطلب من وزارة الشباب والرياضة وكذلك وزارة التربية والتعليم الى توفير وسائل جديدة تناسب المراهقين وتنمي قدراتهم .
6. ضرورة الاسراع في تشغيل خدمات الجيل الثالث والرابع 3G 4G & في فلسطين من قبل الشركات الفلسطينية العاملة في قطاع الاتصالات حيث ان 83% من العينة يمتلكون جهاز موبال ذكي، مما يساعد في تنمية قدراتهم التعليمية.
7. ضرورة اخذ الحيطة والحذر من قبل المراهقين من الصورة المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي، مما يجعل من الصعوبة فلترة هذه الصور ومعرفة مدى موثوقيتها، فقد تكون مرتعاً للاشاعات المضللة، كما يستخدمها الاحتلال الاسرائيلي .
8. ضرورة فضح ممارسات الاحتلال بحق الاطفال الفلسطينيين وما يتعرضون له على الحواجز من تنكيل واعتداء عليهم.
9. توصيه للاعلام الرسمي بضرورة الاطلاع على نتائج هذه الدراسة لاهميتها.

المراجع

1	أبو الحسن، منال. (2004)، أساسيات علم الاجتماع الاعلامي النظريات والوظائف والتأثير ،دار النشر للجامعات - مصر.
2	أبو العلا، محمد علي. (2013). <u>فن الاتصال بال جماهير بين النظرية والتطبيق</u> ، (ط. 1). دمشق: دار العلم والايمان للنشر والتوزيع.
3	أبو هيف، عبدالله . (2001)، <u>الغزو الثقافي والمفاهيم المتصلة به</u> ، مجلة النبأ ،العدد 63.
4	<u>إحصائيات الإنترنت العالمية، 2017</u> ، http://www.internetworldstats.com/stats.htm
5	إسماعيل، ابراهيم . (2014)، <u>الاعلام المعاصر، وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته</u> . (ط. 1)، الدوحة: وزارة الثقافة والفنون القطرية.
6	إسماعيل، محمود. (2003). <u>مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير</u> (ط.1).الدار العالمية للنشر.
7	أكرم، فروانة. (2012). <u>فعالية استخدام مواقع الفيديو الالكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصورة الرقمية لدى طالبات كلية التربية،رسالة ماجستير ،كلية التربية، الجامعة الاسلامية</u>
8	الجميلي، عظيم كامل،والعاني، ثناء اسماعيل.(2014). <u>صناعة الاخبار الصحفية والتلفزيونية</u> (ط. 2). عمان:دار صفاء النشر والتوزيع
9	الحساني،حسناء. (2014)، <u>الصورة الإعلامية و تأثيرها في المجتمع</u> ، ص 35-40.
10	الحمايده،خوله ضامن وآخرون. (2017)، <u>الاعلام السياسي ونظريات التأثير الاعلامية</u> ، (ط. 1)، عمان: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع،ص 92
11	الخطيب، جمال. (2003). <u>تعديل السلوك الانساني: دليل العاملين في المجالات التربوية والنفسية والاجتماعية</u> ، (ط.1)، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت: دولة الكويت.
12	الخطيب، جمال. (2013)، <u>تعديل السلوك الانساني</u> . (ط. 6). عمان:دار الفكر ناشرون وموزعون
13	الدليمي،عبدالرزاق.(2015). <u>المدخل الي وسائل الاعلام والاتصال</u> (ط.2).عمان:دار الثقافة للنشر.
14	الريمح، بن محمد ريمح. <u>هل ينجح الواب كما نجح الويب؟ مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقولوجيا</u> ، ص 44. http://www.khayma.com/madina/wab.htm
15	الزبون،ماجد فاضل.(2013)، <u>الاعلام وثقافة التفكير</u> ، ص 51
16	الزريقات، ابراهيم،(2007). <u>تعديل سلوك الاطفال والمراهقين، المفاهيم والتطبيقات</u> . (ط1)عمان:دار الفكر
17	الشاعر، عبدالرحمن بن ابراهيم (2015)، <u>مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني</u> (ط. 1). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع . ص 63
18	الشميمري، فهد. (2010). <u>التربية الاعلامية كيف نتعامل مع الاعلام؟</u> (ط.1).
19	الشهري، حنان بنت شعشوع . (2013) <u>أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيسبوك وتويتر نموذجا</u>
20	الصاوي، صلاح.(2012). <u>سمات الويب 2.0 على مواقع الارشيفيات والمكتبات الرئاسية في الانترنت</u> ، مجلة

	مكتبة الملك فهد الوطنية، مج18، ع2
21	العرشي، جبريل بن حسن، والدوستري، سلمى بنت عبدالرحمن . (2015). <u>الشبكات الاجتماعية والقيم (ط. 1)</u> . عمان: الدار المنهجية للنشر والتوزيع. ص 40-41
22	العزاوي، طلال . (2011). <u>دراسة ميدانية، الاكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك</u>
23	العسكر، فهد. (1998)، <u>الاخراج الصحفي اهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة، (ط. 1)</u> ، الرياض: مكتبة الهكيلية.
24	الغامدي، احمد بن عبدالرحمن ، (2007). <u>ثقافة الصورة الفنية وأثرها الاجتماعي والتربوي</u> ، ورقة قدمت في مؤتمر ثقافة الصورة بجامعة فيلادلفيا الاردنيه، ابريل 2007
25	الفسفوس، عدنان ، (2006)، <u>اساليب تعديل السلوك الانساني</u> ، السلسلة الارشادية رقم (2). (ط. 1)،
26	الفضلي، سعديه . (2010). <u>ثقافة الصورة ودورها في اثراء الذوق الفني لدى المتلقي</u> ، رسالة ماجستير، جامعة ام القرى، المملكة العربية السعودية .
27	الفطافه، محمود (2011)، <u>علاقة الاعلام الجديد بحرية الراي والتعبير في فلسطين الفيسبوك نموذجاً</u>
28	اللحام، محمد عبدالنبي . (2015)، <u>دور الاعلام الجديد في "ثورات الربيع العربي" 2011-2014</u> ، تونس ومصر نموذجاً
29	المشهداني، سعد (2014)، <u>الصحافة العربية والدولية . (ط. 1)</u> . دار الكتاب الجامعي، ص 204-205
30	المنصور، محمد. (2012). <u>تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين: دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والالكترونية العربية</u> ، رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال الاكاديمية العربية في الدنمارك.
31	البشر، محمد بن سعود. (2016). <u>أيدولوجيا الاعلام، (ط. 2)</u> . الرياض.
32	البشر، محمد بن سعود. 2008. <u>مقدمه في الاتصال السياسي. (ط. الكترونيه 2)</u>
33	بنكراد، سعيد. (2012)، <u>السيمياثيات مفاهيمها وتطبيقاتها</u> ، دار الحوار للنشر والتوزيع، اللاذقيه
34	بوغازي، فتحيه . (2009)، <u>بحث اكايمي الجمهور والسلوك الاتصالي</u> http://audience-studies. over-blog. com/page-1822732. html
35	بيطار، يوسف . (2014)، <u>مقدمه في الانماط السلوكية . (ط. 1)</u> ، عمان: دار يافا العلمية للنشر والتوزيع
36	التركي، فاضل ، <u>مستقبل التلفزيون</u> ، نشر في مجلة القافلة العدد 47 - نوفمبر - ديسمبر 2010، http://qafilah. com/ar/مستقبل-التلفزيون/
37	تقرير سوشيال ستوديو . (2016)، <u>تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين 2016</u> https://socialstudio. me/
38	تقرير سوشيال فلسطين . (2016)، <u>التقرير السنوي الاول لسوشيال فلسطين حول استخدام الفلسطينيين وسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين واتجاهاتهم وسلوكهم عليها</u> http://www. falasteen. social
39	جاسم، شيماء . (2013)، <u>الصورة الرقمية التصميم والاخراج. ط(1)</u> . عمان: دار فضاءات للنشر والتوزيع
40	جامعة القدس المفتوحة. (2008)، <u>مناهج البحث العلمي، ط. (2008)</u>

41	جلاب، احسان ،(2011). <u>ادارة السلوك التنظيمي في عصر التغيير</u> ، (ط. 1): دار صفاء للنشر والتوزيع
42	جمعية المعارف الاسلامية الثقافية، (2016): "شبكات التواصل الاجتماعي - منصات للحرب الامريكية الناعمة
43	حسن، عباس. (2016). <u>الوسائط المتعددة في الاعلام الالكتروني</u> (ط 1). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
44	حسين، بدر ناصر. (2013) : <u>مفهوم التعرض</u> ، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، المجلد الثالث، العدد الأول، ص 173
45	حموده، احمد يونس محمد . (2013)، <u>دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية</u>
46	داني، محمد. (2013)، <u>في ماهية السيميائيات والصورة</u> ، ص 146
47	درويش، كمال، والحماحي، محمد. (1985)، <u>الترويج وأوقات الفراغ في المجتمع المعاصر</u> ، ص 32.
48	دواير، فرانسيس، و مور، وديفيد. (2015). <u>الثقافة البصرية والتعليم البصري</u> (ترجمة نبيل جاد عزمي)، القاهرة: ط2، مكتبة بيروت. https://goo. gl/L38oJB
49	زيدان، محمد مصطفى. (1979)، <u>معجم المصطلحات النفسية والتربوية</u> ، (ط.1)، جدها: دار الشروق للنشر والتوزيع
50	سعديه، الفضلي. (2010). <u>ثقافة الصورة ودورها في إثراء التدوق الفني لدى المتلقى</u> ، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة ام القرى، المملكة العربية السعودية
51	سليمان، ربيع. (2007)، <u>التحليل الاحصائي باستخدام برنامج spss</u> ، ط. 2).
52	شدان، أبو يعقوب . (2015). <u>اثر مواقع التواصل على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية</u> ، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية
53	صادق، عباس. (2008). <u>الاعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات</u> . (ط.1)، دار الشروق للنشر.
54	صادق، عباس مصطفى، (2007). <u>الصورة الرقمية كعنصر رئيسي في بنية الاعلام الجديد - متطلبات المعالجة والاستخدام في الانترنت والوسائط المتعددة</u> ، ورقة قدمت في مؤتمر ثقافة الصورة بجامعة فيلادلفيا الاردنيه، ابريل 2007
55	طريقة حساب حجم العينة بطريقة روبرت ماسون اوستيف تامبسون اوريتشارد جيجر اوهيريرت اركن. http://faculty.ksu.edu.sa/70810/DocLib18/Forms/AllItems.aspx
56	عبدالحميد، شاكرا (2005). <u>عصر الصورة السلبيات والايجابيات</u> . الكويت: مطابع السياسة
57	عبدالحميد، محمد، وبهنسي، السيد. (2004). <u>تأثيرات الصورة الصحفية النظرية والتطبيق</u> (ط. 1)
58	عبيد، ليال. (2017). <u>التغطية الاعلامية للهبة الشعبية دراسة مقارنة بين تغطية الاعلام الوطني واعلام الحركات الدينية</u> ، رسالة ماجستير من جامعة القدس.
59	عيسى، بهاء . (1999). <u>شاهد التلفزيون عبر الانترنت</u> . مجلة انترنت العالم العربي.
60	فرانك، كليش، (2000). <u>ثورة الانفوميديا</u> ، ترجمة حسام الدين زكريا.
61	فضل، صلاح. (1997)، <u>قراءة الصورة وصورة القراء</u> . (ط.1): القاهرة: دار الشروق
62	قسم التخطيط والاحصاء مديرية التربية والتعليم في محافظة سلفيت 2017

63	قوايدر، مريم . (2012)، أثر الألعاب الالكترونية على السلوكيات لدى الاطفال الجزائريين
64	كنعان، على عبدالفتاح، 2014، الاعلام والمجتمع. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ص 169
65	مجلة كلية العلوم الاسلامية، مبحث النظر عند المتكلمين. https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&ald=54919
66	محاضره حول الانتباه والاحساس والادارك، موقع جامعة بابل - العراق http://www.uobabylon.edu.iq/uobColeges/lecture.aspx?fid=11&lcid=43113
67	مدونة احمد عبده ماهر (http://ahmed1maher1.blogspot.com/2013/02/blog-post_9579.html)
68	مدونة نبيل، 2012 https://goo.gl/cWn82N
69	مطر، أميرة.(2013)، مدخل الي علم الجمال وفلسفة الفن،(ط.1). دار التنوير للطباعة والنشر، ص65.
70	ملايكة، لويس كامل. (1990). <u>العلاج السلوكي وتعديل السلوك</u> ،(ط. 1). دار الفلم للنشر والتوزيع.
71	منشورات اتحاد اذاعات الدول العربية . (2016)، <u>عصر الميديا</u> ، سلسلة بحوث ودراسات اذاعية، ص. 64
72	ندا، ايمن منصور . (2004)، <u>الصورة الذهنية والاعلامية</u> ، عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير . ص 30
73	نشواتي، عبدالمجيد.(2004)، <u>علم النفس التربوي</u> ، (ط.4)، عمان: دار الفرقان للنشر والتوزيع ، ص 472
74	وكالة الانباء والمعلومات الفلسطينية وفا www.wafa.ps
75	ولي، محمد جاسم . (2004) <u>علم النفس</u> ، مطبعة دار الثقافة ، عمان ،ص211
76	ولي، محمد جاسم ،(2007). <u>الصورة وتأثيراتها النفسية والتربوية والاجتماعية والسياسية</u> ، ورقة قدمت في مؤتمر ثقافة الصورة بجامعة فيلادلفيا الاردنيه، المحور الرابع الصورة التحدي والاستجابة، ابريل 2007
77	ولي، محمد جاسم. (2004)، <u>النمو والطفولة</u> ، مطبعة دار الثقافة ، عمان ،ص110

الملاحق

ملحق (1)

المتوسطات الحسابية ودرجة الأثر للمجالات والفقرات مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك المراهقين خلال هبة أكتوبر طلبة المرحلة الثانوية في مدارس سلفيت نموذجاً

رقم البند	الفقرات	الانحراف المعياري	متوسط الاستجابة	درجة الأثر	النسبة المئوية
المجال الأول:الاتجاه العاطفي					
1	أشعر بالغضب عند مشاهدتي صور الأطفال التي تجسد جرائم الاحتلال.	1.13	4.35	كبيرة جدا	87
2	أشعر بالامتعاض من بعض الصور التي تحتوي على دماء الأطفال على الحواجز	1.19	4.10	كبيرة	82
3	تزيدني صور مسيرات استرداد جنثامين الشهداء كراهية تجاه الاحتلال.	0.86	4.53	كبيرة جدا	90.6
4	الفيديوهات المنشورة من قبل الاحتلال حول تصفية الأطفال على الحواجز تبعث في نفسي الرغبة في تحدي الاحتلال.	1.16	4.14	كبيرة	82.8
5	تعزز الصور والفيديوهات التي تنشر على مواقع التواصل الاجتماعي من رغبتني في العمل من اجل قضيتنا الفلسطينية.	0.86	4.26	كبيرة جدا	85.2
6	اشعر بالفخر والاعتزاز لان معظم الشهداء خلال هبة أكتوبر في مثل عمري.	1.07	4.04	كبيرة	80.8
7	اشعر بالخوف عندما اسمع عن تصفية شبل أو زهره من أشبال وزهرات فلسطين.	1.39	3.28	متوسطة	65.6
8	ينتابني السخط عند مشاهدتي صور هدم منازل المواطنين من قبل قوات الاحتلال.	1.15	4.18	كبيرة	83.6
9	اشعر بالفخر عند مشاهدتي فيديوهات تجسد عمليات الدهس أو الطعن.	1.39	3.84	كبيرة	76.8
10	اشعر بالإحباط عندما أرى عمليات اعتداء جيش الاحتلال على المواطنين في البيوت والشوارع	1.20	4.01	كبيرة	80.2
11	اشعر بالخطر عند مشاهدتي لصور جنود الاحتلال على حواجز المدن الفلسطينية.	1.39	2.98	متوسطة	59.6

رقم البند	الفقرات	الانحراف المعياري	متوسط الاستجابة	درجة الأثر	النسبة المئوية
12	ينتابني إحساس بالفرح عند مشاهدتي لصور النجاح والتفوق للفلسطينيين بشكل عام	0.77	4.62	كبيرة جدا	92.4
13	تؤثر في نفسي مشاهدتي لصور الاعتقالات ومداومة منازل المواطنين.	1.10	4	كبيرة	80
14	زادت الفيديوهات من تقني بان الاحتلال زائل مهما طال الزمن.	1.01	4.37	كبيرة جدا	87.4
81	الدرجة الكلية للمجال الأول	0.61	4.05	كبيرة	
المجال الثاني:الاتجاه المعرفي					
15	جعلتني الفيديوهات المنشورة من قبل الاحتلال حول تصفية الأطفال على الحواجز أكثر إدراكا لأهداف الاحتلال .	1.05	4.16	كبيرة	83.2
16	صور قتل الشباب على الحواجز العسكرية عززت لدي أهمية تغيير أدوات المواجهة مع جيش الاحتلال.	1.06	3.99	كبيرة	79.8
17	أعطتني صور حواجز الاحتلال على الطرق قدرة أكبر على فهم معنى الحرية.	1.01	4.16	كبيرة	83.2
18	أعطتني صور المظاهرات ضد الاحتلال فكرة أفضل عن الصراع الفلسطيني الإسرائيلي.	0.87	4.19	كبيرة	83.8
19	تساهم الصورة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال هبة أكتوبر في رفع المستوى التعليمي لدي.	1.08	3.85	كبيرة	77
20	أبرزت الصور المتداولة حقائق بان الاحتلال يمارس الإرهاب بحق أطفالنا.	0.94	4.38	كبيرة جدا	78.6
21	قدمت الصور لي إمكانية المقارنة بين ادوار ومواقف الفصائل الفلسطينية في هبة أكتوبر.	0.98	3.89	كبيرة	77.8
22	تمنح الصور الشخص المعلومات الكافية عن أهداف الشعب الفلسطيني.	1.02	3.93	كبيرة	78.6
23	مواكبة الصور ساعدت في زيادة معلوماتي الشخصية وعدلت بعض المفاهيم لدي.	0.91	4.03	كبيرة	80.6
24	شجعتني الصورة على الرغبة في التحصيل المدرسي.	1.14	3.94	كبيرة	78.8

رقم البند	الفقرات	الانحراف المعياري	متوسط الاستجابة	درجة الأثر	النسبة المئوية
25	جميع الصور التي أشاهدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي لها نفس التأثير علي.	1.29	3.27	متوسط	65.4
26	الصور التي أشاهدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعادل ألف كلمه بالنسبة لي.	1.17	3.53	كبيرة	70.6
27	استخدم الفيديوهات التي أشاهدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في دراستي.	1.16	3.42	كبيرة	68.4
28	تحتوي بعض الفيديوهات على ماده تقنيه تزيدني معرفة بالتكنولوجيا.	1.08	3.89	كبيرة	77.8
78	الدرجة الكلية للمجال الثاني				
	المجال الثالث: الجانب السلوكي				
29	تزيد صور الشهداء على الحواجز من دافعتي للمشاركة في المظاهرات ضد الاحتلال.	1.04	4.20	كبيرة جدا	84
30	تحدي الشباب لقوات الاحتلال تعزز رغبتني في تقليد ما يفعلون .	1.10	3.84	كبيرة	76.8
31	يزيدني انتشار الحواجز وعرقلة الحياة اليومية من قبل الاحتلال إصرارا على الاشتباك مع تلك الحواجز .	1.07	3.91	كبيرة	78.2
32	تعلمني الصورة المنشورة عبر مواقع التواصل كيفية التصرف على الحواجز .	0.98	3.93	كبيرة	78.6
33	تجعلني مشاهدتي للصور قادراً عل تحديد وسيلة المواجهة.	1.04	3.92	كبيرة	78.4
34	شجعتني صور الشهداء على المشاركة في الهبة.	1.04	3.91	كبيرة	78.2
35	تجعلني صور الاعتقال أتصرف بشكل أكثر هدوءاً.	1.26	3.45	كبيرة	69
36	جعلتني صورة الهبة التي أشاهدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر عنفا.	1.29	3.25	متوسط	65
37	أثرت صورة الهبة التي أشاهدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في احترامي للأهل.	1.18	3.92	كبيرة	78.4
38	أثرت صورة الهبة التي أشاهدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في عدم احترامي للأهل.	1.45	2.51	قليلة	50.2
39	زادت الصورة التي أشاهدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي التوتر الداخلي (القلق والنرفزة) لدي.	1.22	3.38	متوسط	67.6

النسبة المئوية	درجة الأثر	متوسط الاستجابة	الانحراف المعياري	الفقرات	رقم البند
45.6	قليلة	2.28	1.47	دفعتي الصورة التي أشاهدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى التدخين.	40
75	كبيرة	3.75	1.12	أعتقد أن ما أراه من صور يؤثر في أخلاقي وسلوكي بشكل ايجابي.	41
52	قليلة	2.60	1.41	أعتقد أن ما أراه من صور يؤثر في أخلاقي وسلوكي بشكل سلبي.	42
69.8	كبيرة	3.49	0.69	الدرجة الكلية للمجال الثالث	
76.2	كبيرة	3.81	0.52	الدرجة الكلية للفقرات الكلية	

أقصى درجة للاستجابة (5).

ملحق رقم (2) أسماء محكمي الإستبانة

الجامعة	المؤهل العلمي	الاسم	الرقم
جامعة القدس	دكتوراه	احمد رفيق عوض	1
جامعة القدس المفتوحة	دكتوراه	نافز ايوب	2
جامعة القدس المفتوحة	دكتوراه	منى البلبيسي	3
جامعة القدس المفتوحة	دكتوراه	هشام دوكلات	4
وزارة التربية والتعليم	ماجستير احصاء	مروان زهد	5

بسم الله الرحمن الرحيم

ملحق رقم (3) الاستبيان

الطلبة الاعزاء

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ،،،

يقوم الباحث بدراسة ميدانية تتناول موضوع مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك المراهقين خلال هبة أكتوبر طلبة المرحلة الثانوية في مدارس سلفيت أنموذجا، وذلك للتعرف على طبيعة تأثير الصورة على الاتجاه العاطفي والمعرفي والسلوكي لدى طلبة المرحلة الثانوية.

يأتي هذا البحث لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في بناء المؤسسات وتنمية الموارد البشرية من جامعة " القدس " بإشراف د. أحمد رفيق عوض

أرجو التكرم بتعبئة فقرات الاستبانة أدناه حسب وجهة نظركم وذلك مساهمة منكم في إثراء البحث العلمي والمساعدة في تحقيق أهداف البحث علما أن المعلومات والبيانات ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

الباحث

زاهر "محمد نعيم" زهد

القسم الأول: بيانات معبئ الاستبانة
ضع اشارة صح اما الخيار المناسب

- الجنس
 ذكر انثى
- هل يوجد لديك جهاز حاسوب ؟
 نعم لا
- هل لديك جهاز موبايل ذكي؟
 نعم لا
- هل يوجد لديك اشتراك انترنت ؟
 نعم لا
- هل يوجد لديك شريحة انترنت ؟
 نعم لا
- هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي ؟
 دائما أحيانا نادرا
- عدد مواقع التواصل الاجتماعي المشترك فيها .
 1-2 3-4 5-6 اكثر من 6
- متوسط ساعات استخدامك مواقع التواصل الاجتماعي.
 1-2 اكثر من 2-4 اكثر من 4-6 اكثر من 6-8 اكثر من 8 ساعات
- أكثر مواقع التواصل الاجتماعي متابعة لديك، رتبها من 1 الى 6. حيث 1 هو الاكثر و6 هو الاقل.
 فيس بوك تويتر يوتيوب انستجرام جوجل بلاص سناب شات
- اسباب استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي، رتبها من 1 الى 6. حيث 1 هو الاكثر و6 هو الاقل.
 البحث عن معلومات وقت الفراغ الاجتماعي صداقات العصر (الموضه) اراء الاخرين للتسلية وقضاء للتواصل تكوين مواكبة الاستفادة من

- أكثر الصفحات الاخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي متابعة لديك هي، رتبها من 1 الى 6. حيث 1 هو الاكثر و6 هو الاقل.

تلفزيون فلسطين شهاب معا دنيا الوطن شبكة قدس الاخبارية جريدة القدس

- هل للصور التي تشاهدها تأثير على دراستك الشخصية؟

نعم لا

- نوع الصورة التي تجلب انتباهك، رتبها من 1 الى 6. حيث 1 هو الاكثر و6 هو الاقل.

الرياضي الدينية التعليمية الفنية الرومنسيه الاحداث اليومية

- ما اكثر الفيديوهات التي تستهويك لمتابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي رتبها من 1 الى 6. حيث 1 هو الاكثر و6 هو الاقل.

المسلسلات والافلام الدينية التعليمية الاجتماعية المسابقات السياسية (الدراما)

القسم الثاني:

المجال الاول: مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي على الجانب العاطفي لطلبة المرحلة الثانوية خلال هبة اكتوبر.

معارض بشده	معارض	محايد	موافق	موافق بشده	الرقم	الفقرة
					1	أشعر بالغضب عند مشاهدتي صور الاطفال التي تجسد جرائم الاحتلال.
					2	أشعر بالامتعاض من بعض الصور التي تحتوي على دماء الاطفال على الحواجز
					3	تزيدني صور مسيرات استرداد جثامين الشهداء كراهبه تجاه الاحتلال.
					4	الفيديوهات المنشورة من قبل الاحتلال حول تصفية الاطفال على الحواجز تبعث في نفسي الرغبة في تحدي الاحتلال.
					5	تعزز الصور والفيديوهات التي تنشر على مواقع التواصل الاجتماعي من رغبتني في العمل من اجل قضيتنا الفلسطينية.
					6	اشعر بالفخر والاعتزاز لان معظم الشهداء خلال هبة اكتوبر في مثل عمري.
					7	اشعر بالخوف عندما اسمع عن تصفية شبل او زهره من اشبال وزهرات فلسطين.
					8	ينتابني السخط عند مشاهدتي صور هدم منازل المواطنين من قبل قوات الاحتلال.
					9	اشعر بالفخر عند مشاهدتي فيديوهات تجسد عمليات الدهس او الطعن.
					10	اشعر بالاحباط عندما ارى عمليات اعتداء جيش الاحتلال على المواطنين في البيوت والشوارع
					11	اشعر بالخطر عند مشاهدتي لصور جنود الاحتلال على حواجز المدن الفلسطينية.
					12	ينتابني احساس بالفرح عند مشاهدتي لصور النجاح والتفوق للفلسطينيين بشكل عام
					13	تؤثر في نفسي مشاهدتي لصور الاعتقالات ومداومة منازل المواطنين.
					14	زادت الفيديوهات من ثقتي بان الاحتلال زائل مهما طال الزمن.

المجال الثاني: مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي على الجانب المعرفي لطلبة المرحلة الثانوية خلال هبة أكتوبر.

معارض بشده	معارض	محايد	موافق	موافق بشده	الرقم	الفقرة
					15	جعلتني الفيديوهات المنشورة من قبل الاحتلال حول تصفية الاطفال على الحواجز اكثر ادراكا لأهداف الاحتلال .
					16	صور قتل الشباب على الحواجز العسكرية عززت لدي أهمية تغيير ادوات المواجهة مع جيش الاحتلال.
					17	اعطتني صور حواجز الاحتلال على الطرق اكبر على فهم معنى الحرية.
					18	اعطتني صور المظاهرات ضد الاحتلال فكرة افضل عن الصراع الفلسطيني الاسرائيلي.
					19	تساهم الصورة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال هبة أكتوبر في رفع المستوى التعليمي لدي.
					20	أبرزت الصور المتداولة حقائق بان الاحتلال يمارس الارهاب بحق اطفالنا.
					21	قدمت الصور لي امكانية المقارنة بين ادوار ومواقف الفصائل الفلسطينية في هبة أكتوبر.
					22	تمنح الصور الشخص المعلومات الكافية عن اهداف الشعب الفلسطيني.
					23	مواكبة الصور ساعدت في زيادة معلوماتي بالشخصيه وعلدت بعض المفاهيم لدي.
					24	شجعتني الصورة على الرغبة في التحصيل المدرسي.
					25	جميع الصور التي اشاهدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي لها نفس التأثير علي.
					26	الصور التي اشاهدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعادل الف كلمه بالنسبة لي.
					27	استخدم الفيديوهات التي اشاهدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في دراستي.
					28	تحتوي بعض الفيديوهات على ماده تقنيه تزيدني معرفة بالتكنولوجيا.

المجال الثالث: مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي على الجانب السلوكي لطلبة المرحلة الثانوية خلال هبة أكتوبر.

معارض بشده	معارض	محايد	موافق	موافق بشده	الرقم	الفقرة
					29	تزيد صور الشهداء على الحواجز من دافعتي للمشاركة في المظاهرات ضد الاحتلال.
					30	تحدي الشباب لقوات الاحتلال تعزز رغبتني في تقليد ما يفعلون .
					31	يزيدني انتشار الحواجز وعرقلة الحياة اليومية من قبل الاحتلال اصرارا على الاشتباك مع تلك الحواجز .
					32	تعلمني الصورة المنشورة عبر مواقعالتواصل كيفية التصرف على الحواجز .
					33	تجعلني مشاهدتي للصور قادرًا عل تحديد وسيلة المواجهة.
					34	شجعتني صور الشهداء على المشاركة في الهبة.
					35	تجعلني صور الاعتقال اتصرف بشكل اكثر هدوءاً.
					36	جعلتنيصورة الهبة التي اشاهدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي اكثر عنفا.
					37	أثرت صورة الهبة التي اشاهدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في احتراميلأهل.
					38	أثرت صورة الهبة التي اشاهدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في عدم احتراميلأهل.
					39	زادت الصورة التي اشاهدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي التوتر الداخلي (القلق والنرفزة) لدي.
					40	دفعتني الصورة التي اشاهدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي الى التدخين.
					41	أعتقدأن ما أراه من صور يؤثر في أخلاقي وسلوكي بشكل ايجابي.
					42	أعتقدأن ما أراه من صور يؤثر في أخلاقي وسلوكي بشكل سلبي.

ملحق رقم (4)

من اكثر الفيديوهات انتشارا على مواقع التواصل الاجتماعي خلال هبة اكتوبر

<https://www.youtube.com/watch?v=aA-pTSIIjZY>

فيديو عملية الجرافة في القدس ... الشهيد محمد
جعايبص

<https://www.youtube.com/watch?v=vwrGe9eP88k>

فيديو من داخل غرفة التحقيق مع الفتى الأسير
أحمد مناصرة تظهر تعنيف قوات الاحتلال له

<https://www.youtube.com/watch?v=ufgx6OCaFws>

فيديو لحظة اعدام جنود الاحتلال للشاب
الفلسطيني عبد الفتاح الشريف في مدينة الخليل

<https://www.youtube.com/watch?v=GvuKbciaB-0>

فيديو جندي إسرائيلي يجهز بدم بارد على شاب
مصاب من الخليل (الشهيد عبدالفتاح الشريف)

<https://www.youtube.com/watch?v=zHy7uwuMRANM>

فيديو ينفي الرواية الاسرائيلية لفتاة العفولة اسراء
عابد التي أعدمتم بدم بارد ولم تكن تحمل سكين

<https://www.youtube.com/watch?v=bqjxhxdan68>

فيديو اخر للحظة إعدام الطفلة هديل عواد
وإصابة نورهان عواد بعد محاولتهما تنفيذ عملية
طعن في القدس