

الاتصال الشخصي في عصر شبكات التواصل الاجتماعي

ضرورة اجتماعية في عالم متغير

الدكتور : جمال العيفة

جامعة عنابة، الجزائر

الملخص:

إن الحديث عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل بين الشعوب والأمم والثقافات سواء المتشابهة أو المتقاربة يظل في حاجة إلى مزيد من الاهتمام والدراسة، وإلى تجميع المعلومات وربطها وتنسيقها، ذلك أن مثل هذه التكنولوجيات حديثة العهد، لكنها عميقة التأثير، لواحقها وتطبيقاتها متسارعة الظهور والتطور، لذلك وجب عدم تفويت منافع الخدمات الجليلة التي تقدمها، والتي أضحت تتعدى في أدوارها ووظائفها العديد من المؤسسات التقليدية، لكن دون إغفال الأخيرة، حيث نجد الاتصال الشخصي الذي لا يخفى دوره في المجتمعات التقليدية والانتقالية التي تهيمن فيها الثقافة الشفوية والروابط الشخصية والعائلية التقليدية، حيث تتوفر مساحات واسعة داخل المجتمع لتوظيف هذا النمط الفعال من الاتصال، كالحملات الإعلامية وحملات التوعية والتحسيس وغيرها.

Abstract:

Talking about the use of social networks for communication between peoples, nations and cultures, whether similar or convergent remain in need of more attention and study, so that such technologies are newly, but it has a profound influence and applications emerge and evolve rapidly. So we should not miss the benefits of the great services its provide, and which has become beyond the roles and functions of many traditional institutions, but without losing sight of traditional institutions, where we find personal contact has an important role in traditional societies dominated by oral culture, personal and family ties, where spaces are available and wide within the community to employ this effective style of communication, such as media, awareness campaigns and others.

ظهر في السنوات الأخيرة على المستوى العالمي والعربي مصطلحات ما يسمى بالإعلام الجديد مقابل الإعلام التقليدي، مما جعل العديد من المهتمين والإعلاميين والخبراء يتفائلون بطريقة حذرة، ويتساءلون حول هوية هذا المولود الاتصالي الجديد، و دوره في توطيد العلاقات الاجتماعية، ومستقبله في القريب المنظور...؟.

حيث أصبحت هذه الوسائط تقدم للفرد العادي سلطات لم يكن ليطمح إليها سابقا، فنرى سلطة الاختيار وأسلوب الاستقبال، والتحقق من المصادقية والشفافية، وإنتاج مواد إعلامية مكتملة أو بديلة للإعلام التقليدي.

ووفقا للإحصائيات الدورية، وصل عدد مستخدمي الفايبروك في المنطقة العربية حتى منتصف العام 2012، إلى زهاء 45 مليون شخصاً، بما في ذلك صحفيين وقادة سياسيين وناشطين، في حين وصل عدد المدونين في المنطقة إلى 40 ألفاً⁽¹⁾.

من جهة أخرى نجد الاتصال الشخصي الذي لا يخفى دوره في المجتمعات التقليدية والانتقالية التي تهيمن فيها الثقافة الشفوية والروابط الشخصية والعائلية التقليدية، حيث تتوفر مساحات واسعة داخل المجتمع لتوظيف هذا النمط الفعال من الاتصال، كالحملات الإعلامية وحملات التوعية و التحسيس وغيرها... على الرغم من توفر هذه المجتمعات على أحدث التكنولوجيات التي تستخدم من خلالها شبكات التواصل الاجتماعي.

هل ستساهم الشبكات الاجتماعية في توطيد العلاقات الاجتماعية، وهل يمكن أن تحل محل الاتصال الشخصي التقليدي؟.

سنعالج هذا التساؤل من خلال العناصر التالية:

* تحديد مفهوم الاتصال الشخصي.

* مميزات الإعلام الجديد.

* دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت.

* استعراض كيفية تكييف عملية الاتصال الشخصي من خلال الوسيط التكنولوجي.

أولاً: الاتصال الشخصي

1. مفهوم الاتصال الشخصي:

الاتصال بين البشر ظاهرة إنسانية بدأت وتطورت مع نشأة الحياة الإنسانية وتطورها، فمنذ أن وُجد الإنسان بدأ الاتصال بزميله أو جاره أو زوجته أو صحبه أو أولاده وغيرهم من أعضاء الأسرة أو القبيلة أو المجتمع الموجود في ذلك الوقت. ويذهب بعض التخصّصين في الاتصال الإنساني إلى أن التطور الإنساني والحضارة بصفة عامة يرجع إلى عاملين أساسيين هما تطوير مهارات الاتصال وقدرة الإنسان على التنظيم⁽²⁾.

والاتصال الإنساني في أبسط أشكاله يعني نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من شخص إلى آخر، مرسل يرسل رسالة من خلال وسيلة إلى جمهور متلق بغرض تأثير ما⁽³⁾.

ويرى محمد عودة أن الاتصال الشخصي يعني التبادل الشخصي للمعلومات و الأفكار والأخبار التي تتم بين الأشخاص دون عوامل أو قنوات وسيطة، وفي هذه العملية يمثل أحد الشخصين دور المرسل، بينما يمثل الآخر دور المستقبل⁽⁴⁾.

ويرى دين بارنلاند Dean Barnland أن الاتصال الشخصي هو: "تفاعل الأفراد وجهها لوجه من خلال التبادل اللفظي وغير اللفظي للرموز في المواقف الاجتماعية غير الرسمية"⁽⁵⁾.

أما بيتر هارتلي Peter Hartley فيرى أن الاتصال الشخصي هو: لقاء يتضمن مشاركة اتصالية بين اثنين وجها لوجه⁽⁶⁾.

ويعرفه كل من نورمان ارنست.ج و بورمان نانسي Ernest.G. Bormann, Nancy. Bormann بأنه: "حوار بين عدد صغير من الأشخاص المتصلين مباشرة ببعضهم لتحقيق أهداف معينة"⁽⁷⁾.

وتشير جاكلين كار Carr, j إلى أن الاتصال الشخصي يتكون من عناصر ثلاثة هي:

أ- الأفراد: (مرسلون ومستقبلون) بما لديهم من اتجاهات ومعتقدات وقيم ومدركات وتقديرات لذاتهم.

ب- وسائل هؤلاء الأفراد: (لفظية وغير لفظية).

ج- البيئة: التي تشمل كل المؤسسات والمواقف الاجتماعية، وبما تنطوي عليه من ثقافة تؤثر في المواقف الاتصالية الشخصية⁽⁸⁾.

و يتصف الاتصال الشخصي عموما بوجود مجموعات صغيرة من الناس في ساحة صغيرة نسبيا، بحيث توجد الفرصة للتبادل الاتصالي للرسائل بين المصدر والمستقبل، وفيما بين المستقبلين أنفسهم⁽⁹⁾.

من خلال التعريفات السابقة يمكننا التأكيد على أن الاتصال الشخصي، يحدث داخل البيئة الاجتماعية التي تحتضنه ويتأثر بها، ويكون مرتبطا بالسياقات الاجتماعية المختلفة.

2. خصائص الاتصال الشخصي:

يتضمن الاتصال الشخصي مواجهة مباشرة بين المرسل والمستقبل دون وجود قنوات وسيطة، ومن أهم مميزاته:

أ- المرونة: تتجلى المرونة في عملية الاتصال الشخصي في كون التأثير المرتد أو رجع الصدى فيه كبير⁽¹⁰⁾.

ذلك أن رجع الصدى لديه دور بالغ الأهمية، حيث يحيط المرسل علما بأن رسالته قد لاقت تفسيرا، كما أنه يحقق الانسجام بين المرسل والمستقبل، ويترك للمرسل فرصة لتعديل رسالته، مما يزيد من كفاءة هذا النمط من الاتصال في تحقيق درجة عالية من الإقناع.

وفي ضوء المرونة التي يتصف بها الاتصال الشخصي يرى روجرز أن المصادر الشخصية للمعلومات تكون هامة جدا في مرحلة التقييم الداخلة في نطاق عملية التبني للأفكار المستحدثة لعدة أسباب منها:

* أن الاتصال الشخصي يسمح بتبادل الأفكار من ناحيتين و الشخص الواقع عليه الاتصال (المتلقي) قد يحظى من القائم بالاتصال بمعلومات إضافية أو بتمحيص لهذه المعلومات التي تدور حول الفكرة المستحدثة.

* إمكان تصديق ما تأتي به المصادر الشخصية من معلومات، حيث أنه عندما يكون المصدر معروفا على نطاق واسع، فمن الأمور المتوقعة أن يُنظر إليه باعتباره جديرا بالثقة.

* قد يكون للاتصال الشخصي فاعلية أكبر في مواجهة أي معارضة للفكرة المستحدثة أو كره لها من جانب الشخص المتلقي، وذلك على العكس من المصادر غير الشخصية أو الجماهيرية التي يمكن أن تكون أكثر قابلية لأن يتحاشاها الإنسان أو يتجاهلها من المصادر الشخصية⁽¹¹⁾.

ب- التلقائية:

حيث يتم الاتصال الشخصي بشكل عفوي، غير مقصود وغير رسمي، أي لا تنظمه قواعد أو تقاليد أو سلطة، وعليه فالاتصال الشخصي يتميز بالخصائص التالية وفق هذا العنصر:

* عدم تقيده بقواعد وإجراءات مسبقة، إذ أن العملية بأكملها تتم عبر الاتصالات الشخصية اليومية للأفراد.

* أن الاتصال الشخصي يعتمد على وعي الفرد المشترك في العملية الاتصالية ومدى تقييمه للأمر.

* أن لقادة الرأي دور هام في هذه العملية التي تتم على مستوى كل الطبقات ولا تقتصر على طبقة محددة⁽¹²⁾.

غير أن العفوية لا تعني إطلاقا الصدفة، بل يمكن أن تخضع عملية الاتصال الشخصي للتخطيط المسبق.

2. نطاق الاتصال الشخصي:

إن فعالية الاتصال الشخصي بحكم طبيعته يرتبط بصغر حجم الجماعة التي يتم في إطارها الاتصال، وإذا ما تجاوز حجم جماعة الاتصال حدا معيناً تحول نمط الاتصال إلى الشكل الأقرب إلى الجماهيري، أو تُفتت الجماعة إلى جماعات اتصالية أصغر تمارس الاتصال الشخصي، وهذا ما أكدته العديد من تجارب علم النفس الاجتماعي.

وتشير نتائج بحوث علم النفس الاجتماعي أنه يصعب جدا إقامة تفاعل شخصي مباشر بين أفراد جماعة يزيد عدد أفرادها عن خمسة عشر فردا، وكلما قل العدد عن ذلك كان التفاعل أفضل.

وإذا زاد حجم الجماعة حدا معيناً لاحظنا أحد أمرين:

➤ إما أن تقسم الجماعة إلى أصغر، يتحادث أفراد كل شلة مع بعضهم البعض في موضوع أو آخر.

➤ أما إذا كان ثمة موضوع هام يجذب اهتمام أفراد الجماعة جميعا، وقد يكون هذا الموضوع هو السبب المعلن لاجتماعهم، فإنهم عند بلوغ الجماعة حدا معيناً يكفون عن الحديث معا ويبدؤون في الانتظام وفقا لقواعد اتصالية معينة: كالاستماع إلى محاضرة أو الموسيقى أو غير ذلك...

ذلك أن الاتصال الشخصي بحكم طبيعته يقتضي أن يتواجد أفراد جماعة الاتصال معا بحيث يتبادلون التأثير الاتصالي عن قرب⁽¹³⁾.

لكن مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي أصبح بإمكان التواصل المرئي عبر الهاتف أن يحاكي إلى حد بعيد عملية الاتصال الشخصي.

3. أهمية الاتصال الشخصي:

مما لا شك فيه أن الاتصال الشخصي يعتبر الأساس لأغلب العمليات الإعلامية والاتصالية في أي مجتمع. وتؤكد اتجاهات البحوث الحديثة أهمية الاتصال الشخصي، وتنسب إليه مقدرة عظيمة على التأثير في الأفراد قد تفوق أكثر بكثير وسائل الإعلام العامة.

وتعتبر المقدرة على ممارسة الاتصال الشخصي شرطا في نجاح العمليات الإعلامية المختلفة. وقد أجرى كانتريل وألبورت عدة تجارب لقياس قوة التجاوب لكل وسيلة من وسائل الاتصال، فكانت النتيجة هي فوز الاتصال الشخصي بالمرتبة الأولى.

ونستطيع القول بناء على هذه النتيجة أن الاتصال الشخصي يتمتع بقوة نفوذ وفاعلية في توجيه الأفراد قد تفوق قوة ونفوذ وفاعلية وسائل الاتصال الأخرى، وإن كان هذا لا يعني بأي حال من الأحوال التقليل من أهمية وتأثير وسائل الاتصال العامة، وذلك لأنها تؤدي دورا مكملًا لدور الاتصال الشخصي في توجيه الرأي العام.

ويحصر كل من أ. كاتز E.Katz و ب. ف لازارسفيلد Paul.F.Lazarsfeld العوامل التي تجعل من الاتصال الشخصي قوة لها تأثيرها وفعاليتها في توجيه الرأي العام فيما يلي:

أ. من السهل أن ينصرف الفرد عن المواد الإعلامية التي لا تتفق مع آرائه وميوله التي تنشرها أو تذيعها وسائل الاتصال الجماهيرية، بينما ليس من السهل أن يتجنب الفرد الحديث مع زميل أو قريب أو صديق له.

ب. يتيح النقاش المباشر مرونة أكبر في عرض وجهات النظر والتأثير في الأفراد.
ج. في حالة الاتصال الشخصي المباشر، يصبح من السهل تقدير رد الفعل مباشرة وتغيير أسلوب المواجهة تبعاً لذلك.

د. من السهل أن يقتنع الأفراد بوجهات نظر أفراد معروفين لديهم وموضع ثقة، بينما ليس من اليسير أن يقتنعوا بما يقوله أفراد مجهولين لديهم عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية.

هـ. يستطيع القائم بالاتصال الشخصي أن يحقق أهدافه بتصرفه النموذجي مع الفرد الذي يتصل به، دون حاجة إلى استخدام أسلوب التحريض المباشر الذي قد ينفر منه بعض الأفراد⁽¹⁴⁾.

وتبدو أهمية الاتصال الشخصي في ما تشير إليه الإحصائيات من أن هناك عشرون مليون اجتماع يوميًا بالولايات المتحدة الأمريكية؛ يتم فيها نقاش مختلف القضايا والآراء بين الأفراد والجماعات لاتخاذ القرارات المناسبة والوقوف على كل المستجدات، والتعرف على البيئة المحيطة⁽¹⁵⁾.

وقد أثبتت الدراسات أن 70٪ من اتصالاتنا اليومية تتم بالاتصال الشفوي المباشر، وأن من بين كل عشر دقائق نقضها في حالة يقظة هناك سبع دقائق نمارس فيها الاتصال الشخصي بشكل كبير⁽¹⁶⁾.

كما خلصت الدراسات إلى أن أكثر أنواع الاتصال تأثيراً هي الاتصال الشخصي المتمثل في المحادثات الشخصية في المرتبة الأولى، يليها المناقشات الجماعية، ثم الاجتماعات غير الرسمية في المرتبة الثالثة، وفي المرتبة الرابعة التلفزيون، يليه الاجتماعات الرسمية في المرتبة الخامسة، وكانت السينما والتليفون والإذاعة في المرتبة السادسة والسابعة والثامنة على التوالي.

ومما يزيد من قدرة الاتصال الشخصي التأثيرية تتمعه بقدرة فريدة على تحريك كل حواس الإنسان بخلاف الوسائل الأخرى⁽¹⁷⁾. كما تتأتى أهمية الاتصال الشخصي؛ ليس فقط من عجز الاتصال الرأسي الهابط عن الإقناع،

ولكن لأنه يتيح الفرصة المتكافئة أمام جميع الأفراد للتعبير عن آرائهم، حيث ينطوي الاتصال الشخصي على الحق في الاتصال وهو ما ورد في الفقرة (19) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، حيث أشار إلى أن كل فرد له الحق في حرية التعبير، وهذا الحق يشمل الحرية لاعتناق الآراء بلا تدخل، وكذلك الحرية في البحث عن المعلومات واستقبالها⁽¹⁸⁾.

كما يمكن رصد أهمية الاتصال الشخصي في ميدان العلاقات العامة لكسب العملاء والأصدقاء، ذلك أن الاتصال الشخصي يفتح مجالات للأخذ والرد بين أخصائي العلاقات العامة والشخص الذي يتصل به، ولذلك ينبغي عليه أن يقيم اتصالات شخصية لبقاة بقاء الرأي في المجتمع الذي تخدم في إطاره المؤسسة التي يعمل بها، كرجال الفكر والإعلام ورجال الدين والمعلمين ورؤساء الاتحادات العمالية وغيرها...

لأن هؤلاء لهم تأثير على عدد كبير من الجماهير، ويكونون العمود الفقري لاتجاهات المجتمع.

ولذلك يظل أقصى أمل لأخصائي العلاقات العامة أن يتصل بأفراد جمهوره فردا فردا لمعرفة اتجاهات وآراء كل واحد منهم تجاه المؤسسة التي يعمل بها، وعرض الحقائق عليه ومحاولة إقناعه والتفاهم معه⁽¹⁹⁾. أما في المجال السياسي فتبرز أهمية الاتصال الشخصي في عديد المواقف، منها ما أشارت إليها دراسة لازارسفيلد وزملائه سنة 1940 و التي أشارت إلى تفوق الاتصال الشخصي وقدرته التأثيرية على الناخبين، وأنه كان أكثر تأييدا وإقناعا في تأييد المرشحين.

وهو ما حدا بالرئيس الأمريكي الأسبق بيل كلينتون إلى زيادة كمية مناقشاته مع أفراد الشعب الأمريكي، وعقد لقاءات مستمرة معهم يتم من خلالها عرض الآراء والأفكار ومناقشتها قبل انتخابات الرئاسة الأمريكية لسنة 1992.

4. قدرة الاتصال الشخصي على تغيير الاتجاهات والسلوك:

لا يماري أحد في أن التغييرات في الاتجاهات والأفعال مسألة في غاية الأهمية، ويؤدي الاتصال الشخصي دورا في هذا المجال، حيث يؤكد ويلبور شرام أن الاتصال المباشر من شخص لشخص حتى في أكثر الدول رقيا وتقدما يحظى بالأولوية على الوسائل الجماهيرية، ويرجع ذلك إلى أن عملية اتخاذ القرارات تحتاج في حالات كثيرة إلى حدوث تغييرات جذرية في الاتجاهات والمعتقدات والقواعد الاجتماعية التي يتمسك بها الأفراد، ويشدد تمسكهم بها، وليس هناك في بحوث الإعلام ما يثبت أو يشير إلى فاعلية وسائل الإعلام الجماهيرية في تغيير الاتجاهات الراسخة لدى الأفراد، بل أن دافيد ماننج وايت D.M.White يؤكد أن النتائج التي تراكمت من الحرب العالمية الثانية وحتى الآن أوضحت أن الآثار التي تمارسها الاتصالات الجماهيرية من حيث التغييرات في الآراء والاتجاهات والأفعال ضئيلة جدا على خلاف ما كان متوقعا⁽²⁰⁾.

وفي بعض الأحيان تعتبر لغة الاتصال الشخصي بين شخصين انعكاسا لنواياهما، وتنقل انطبعا لأحاسيس الفرد وقدرته على التصرف في الموقف، وقد أشارت بعض التجارب إلى أن الفرد في عملية الاتصال الشخصي، يكون تأثيره في التفاعل الاجتماعي وجهها لوجه أكثر من الأشكال الأخرى للاتصال⁽²¹⁾. وفي السياق ذاته يرى بعض العلماء أن الاتصال الشخصي يؤثر على الأفراد ليس عن طريق ما يقال، ولكن أيضا عن طريق النفوذ الشخصي، عندما يكون مصدر التوجيه لا يقل في الأهمية عن المضمون ذاته⁽²²⁾.

من خلال ما سبق يمكننا التأكيد أن الاتصال الشخصي، تظل فاعليته وقدرته في تغيير السلوك نسبية، حسب الأشخاص والمواقف ومضامين الاتصال، وغيرها من المحددات التي يمكنها ضبط هذا النوع الهام من الاتصال.

ثانياً: شبكات التواصل الاجتماعي

إن شبكات المحادثة يمكن وصفها بأنها، تساعد على إنشاء صداقات وعلاقات بين الناس لهم هوايات متقاربة، وتشكل منهم تجمعات صغيرة تؤدي بدورها نشاطات مهمة لهم ولمن حولهم.

فمثلاً: منتدى قسم الإعلام يجمع في صفوفه مستويات متقاربة من الإعلاميين، يبحثون ويناقشون في مواضيع ذات اهتمام مشترك، وتنمي بالتالي قدراتهم المهنية والمعرفية، وكذلك شبكات النساء الإلكترونية التي غالباً ما تناقش هموم الأمومة والطفولة وشؤون المرأة، والعنف المنزلي ضدها في مختلف المجتمعات، وكذلك المنتديات الرياضية التي تعمل على تنمية طاقات الشباب وتسخيرها في رياضات متعددة، وتزيد من ثقافتهم الرياضية.

ولا يمكن إغفال حقيقة أن شبكات التواصل قربت المسافات بين الشعوب، وأصبح العالم بفضلها أقل من قرية صغيرة، فتدفقت المعلومات والأخبار من شتى أنحاء المعمورة، وازدهرت الثقافات والمعارف والعلوم، وساهمت في إنشاء علاقات حقيقية بين الناس⁽²³⁾. غير أن هذه القضايا تظل نسبية حسب توفر كل مجتمع على شبكة الانترنت ودرجة نفاذه فيها.

1. دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت

من المتعارف عليه أنه بظهور أي وسيلة إعلامية جديدة فإنها تساهم في خلق دوافع جديدة وإشباع جديدة وسط جماعات الجمهور المتنوعة، وبالتالي يتعين على الباحث تحديد هذه الأبعاد الجديدة لدوافع المستعملين وإشباع حاجاتهم، وبالرغم من أن دوافع استعمال الإنترنت - والشبكات الاجتماعية بصفة خاصة- قد تتنوع وسط الأفراد المستعملين والوضعيات والحركات الإعلامية، إلا أن معظم دراسات الاستعمالات و الإشباعات تبحث انطلاقاً من بعض أو كل الأبعاد التالية: الاسترخاء، والمرافقة، والعادة، وتمضية الوقت، الترفيه والتفاعل الاجتماعي، والمراقبة الإعلامية، والإثارة، والهروبية....⁽²⁴⁾.

يمكن حصر أهم الحاجات التي تدفع الأفراد لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الآتي:

أ. اكتشاف الذات: بمعنى البحث عن كيف يكون رد فعل الآخرين خاصة عند الإنانث، وكيف يظهرن في عيون الناس، وهذا بفضل السرية التي يتميز بها استعمال الإنترنت، مما يدفع المستعملين إلى الكشف عن بعض مظاهر ذواتهم، لأن عواقب هذا الكشف منعدمة أو محدودة.

ب. التعويض الاجتماعي: أي تجاوز الخجل ونقائص الشخصية على العموم، وبصفة خاصة عند الإنانث والمنطوين نفسانيا.

ج. التيسير الاجتماعي: ويشير إلى أن استعمال الانترنت يسهل تكوين العلاقات الاجتماعية، وبصفة خاصة عند المراهقين الأكبر سنا، لأن المعروف هو أنه كلما تقدم المراهق في السن قل عدد أصدقائه⁽²⁵⁾.

د. التعلم و توسيع المعارف: هناك من يكون دافعه من المناقشة الإلكترونية تنمية معارفه وتطويرها في مجال معين، من خلال تبادل الخبرات والمعارف بين الأفراد.

هـ. استكشاف الهوية ولعب الأدوار (identity play): هناك من يعتمد إلى تغيير هويته للتعامل مع عدة أشخاص، ويستخدم شخصية مستعارة تختلف من فرد لآخر، لكي يتعرف على نظرة الناس ورأيهم عن تلك الشخصية التي قدمها لهم، وبالتالي فهو يحاول أن يكتشف مختلف الشخصيات، من خلال لعب أدوار مختلفة، فالعوالم الافتراضية تفسح المجال للفرد أن يضع هويته موضع استكشاف وتجريب، وذلك بأن يلعب دورا معيناً مع كل علاقة (...)، ولذلك أطلق بعض علماء النفس على هذه العوالم الافتراضية اسم ورشات هوية (identity work shops)، أو كما يسميها تومبسن "Thompson" مجتمعات كشف الذات "société de révélation de soi"⁽²⁶⁾.

وفي هذا الإطار يشير "Livingstone and Bober" إلى أن المراهقين الأكبر سنا يستعملون الإنترنت في غالب الأحيان من أجل الاتصال بشبكتهم الشخصية

القائمة، بينما المراهقون الأقل سنا فيستعملون الإنترنت من أجل الاتصال بالغرباء، ويلعبون بهوياتهم، بمعنى أنهم قد يؤديون أدوار هويات متعددة أثناء التفاعل مع الآخر".

و. تحقيق الإنتماء الاجتماعي (social involment): بحيث أن الفرد يحاول دائما أن يجد الجماعة التي لها نفس اهتماماته، ولها خصائص تتوافق مع شخصيته، وبالتالي فإن إشباع دافع الانتماء يؤدي إلى إقامة روابط اجتماعية وتوثيقها مع هؤلاء الأشخاص الذين يتصل بهم ويدردش معهم.

ي. التحرر العاطفي (emotional release): أو كما يسميه البعض التنفيس العاطفي، حيث يطلق الأفراد العنان لانفعالاتهم، ويعبرون بحرية عن المشاعر المكبوتة ويوحدون بكل ما كانوا يخفونه ويتسترون عليه.

ك. الاسترخاء والتخلص من الإحباط (relaxation): يمكن الاسترخاء والاستراحة عبر النقاش الإلكتروني، خاصة إذا ما كان الحديث يتم مع أشخاص لهم نفس الانشغالات والمشاكل، فالتعبير الحر يساعد كثيرا على التخلص من القلق والتوتر والإحباط، وتشير بعض المصادر أن هناك حوالي 06% من الأمريكيين المحبطين يمارسون العلاج بواسطة الانترنت (net-therapie) بمدة 10 ساعات يوميا، وهذا لأن النقاش مع أشخاص لهم نفس المشاكل والأسباب التي جعلتهم يصابون بهذا الشعور، يساعد كثيرا في نسيان هذه المشاكل والتخلص من تأثيرها ولو لوقت مؤقت.

ل. الحصول على المعلومات (information seeking): يستطيع الأفراد أن يتحصلوا على معلومات قيمة وهامة من خلال الاتصال مع الآخرين، ...

ف. الانتماء والمرافقة (inclusion/companioship): حيث أن المرء بطبعه الاجتماعي غالبا ما يبحث عن أصدقاء أو الجماعة التي يرافقها ويندمج فيها.

ق- تمضية الوقت (pass time): وهذا يكون في حالة الفراغ والإحساس بالضجر والقلق، مما يجعل الفرد يحاول أن يقتل الوقت بأي وسيلة.

هذا وقد ذهبت "برادلي" "Broadly" إلى تعريف الشبكات الاجتماعية على أنها: "موقع ويب، أو أي نوع آخر من الاتصال عبر الإنترنت الذي يسمح للأفراد بالتفاعل مع بعضهم البعض"⁽²⁷⁾.

2. إقامة علاقات جديدة:

سهل إنشاء الشبكات الاجتماعية على الإنترنت من إمكانية البحث عن صداقات مع أفراد من مختلف أنحاء العالم، إما من خلال الاسم، الوظيفة... وبالتالي بإمكان المستخدم ربط علاقات جديدة، مع أشخاص من مختلف الثقافات يقاسمونهم الأفكار والاهتمامات دون اعتبار لعوامل العرق أو الجنس أو الدين، وهذا ما تؤكدته الفكرة الأساسية التي يقوم عليها عمل الشبكات الاجتماعية على الإنترنت أي "الدرجات الست للانفصال" فهي تتيح إمكانية الاتصال بأي شخص في العالم عبر ست خطوات اجتماعية.

ومن هنا قد تنشأ إما علاقات حميمة تستمر لمدة طويلة أو علاقات عارضة تنتهي بمجرد نهاية اللقاء الأول، فالعلاقات العارضة هي التي يتبادل فيها أطراف العلاقة كلاماً يمكن أن يتبادله أي إنسان مع أي إنسان آخر، فليس فيها ما يوحي بوجود أهمية تذكر لهذه العلاقة بالنسبة لأي من المتحدثين، زد على ذلك أن هذه المحادثة تنقصها الموضوعات التي تتعلق بشخصية المتحدثين أو حتى بموضوع الحديث، أو بمعنى آخر لا يدلي أي من المتحدثين بمعلومات عن شخصيته وآرائه ومعتقداته إلا بشكل سطحي لا يعول عليه، كما نلاحظ بوضوح خلو هذه المحادثة من التعبير عن حقيقة ما يشعر المتحدثون.

ولكننا نلاحظ أن المشاركين في العلاقات الحميمة يتبادلون المعلومات فيما يتعلق بحياتهم الشخصية وآرائهم عن الحياة والموت و المرض، وشعورهم نحو الآخرين ونحو أنفسهم"⁽²⁸⁾.

وغالباً ما يتميز هذا النوع من العلاقات والتفاعلات الافتراضية بالعفوية، وصدق البيانات المتبادلة، خاصة ما كان منها شخصياً، بحيث يتم التعبير بحرية عن

كل شيء يرغب فيه أطراف هذه العلاقة، ومع استمرار الاتصالات بطريقة جديدة بين شخصين، تنشأ نوع من الثقة المتبادلة، والتي تتحول مع مرور الوقت إلى علاقة وطيدة، تنتهي في كثير من الأحيان بالالتقاء المباشر (وجها لوجه)، حتى ولو كانت مسافة طويلة تفصل بينهما⁽²⁹⁾.

وعادة ما تكون العلاقات الحميمة طويلة المدى حيث يسعى الطرفان للحفاظ على العلاقة، بينما العلاقات العارضة هي عادة قصيرة المدى، حتى إذا انتهت "فلن تكون لذلك إلا نتائج محدودة وخسائر شخصية يسيرة لأن هذه العلاقات... لا تحدد بوضوح التصور والأفعال التي يتوقعها الطرف الآخر، فإذا انزعجنا من شخص ما في إحدى اللقاءات الافتراضية فإننا يمكننا تجاهله بسهولة ووقف الاتصال به.

فالشباب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يستفيد من الأنشطة والبرامج المتاحة له، ويتفاعل مع غيره من الناس من السلوك، ويكتسب خبرات إيجابية من خلال ذلك التفاعل والأنشطة، ويحاول أن ينمي لنفسه الإحساس بالمسؤولية والاعتماد على الذات من خلال هذه العمليات والأنشطة وهو يقوم بذلك من خلال المشاركة مع الآخرين من الجماعات الأخرى على صفحات الفيس بوك⁽³⁰⁾، من خلال هذه الأنشطة المتاحة، وبذلك يتبادل أنواعاً السلوك الإنساني مع غيره فيفيد ويستفيد من غيره.

ثالثاً: الاتصال الشخصي في عصر التقنية: الحقائق والتجليات

إن تحليل وضعية الاتصال الشخصي في مجتمع التقنية تستدعي معرفة السياق العام الذي يتحرك فيه هذا المجتمع، باعتباره ينتمي إلى مصاف مجتمعات العالم الثالث المتسمة بالتخلف في جميع مجالات الحياة.

فمعرفة بعض المؤشرات الاتصالية المتعلقة بالمجتمع العربي عموماً، سيساعدنا على استجلاء واقع وحقيقة الاتصال الشخصي في المجتمع الجزائري، مثل المستوى التعليمي، حجم امتلاك واستخدام وسائل الإعلام خاصة السمعية

البصرية. وفي هذا السياق يميز دانيال ليرنر Daniel Lerner في دراساته عن المجتمعات التقليدية بين ثلاثة أنواع من الأنساق الاجتماعية هي: الأنساق التقليدية والحديثة والانتقالية، واعتبر أن المعيار الحاسم في تصنيف المجتمعات المختلفة هو وسائل الاتصال من حيث:

مدى انتشارها، ونوعية المضمون الذي يروجه بين الناس، وهي الوسائل التي توظف من أجل تحقيق التكامل الاجتماعي، فالمجتمع التقليدي لا يعرف سوى وسائل الاتصال الشفهية، وتتخذ صورة التعليمات (الأوامر والنواهي)، أما النمط الحديث من المجتمعات فلديه العديد من وسائل الاتصال الجماهيرية؛ كالصحافة والسينما والإذاعة والتلفزيون التي تخاطب جمهورا كبيرا، والطابع العام على تلك الوسائل هو الطابع الإخباري وليس الإرشادي والتوجيهي، والمجتمعات الانتقالية تقع على مكان متصل Continuum يربط بين هذين النمطين⁽³¹⁾.

وفي المجتمع الشعبي تسيطر المناقشة على وسائل الاتصال الجماهيري، بينما تكون السيطرة لوسائل الاتصال الرسمية في المجتمع الجماهيري ويصبح الجمهور مجرد أسواق لوسائل الاتصال، فالجماهير تتعرض للمضامين والمحتويات التي تغطيها وسائل الاتصال. وبين هذين النموذجين نجد العديد من المجتمعات تقرب أو تبتعد عن أي منهما بنسب مختلفة⁽³²⁾.

ومن حيث التركيبة الاجتماعية نجد المجتمعات العربية، وعلى الرغم من بعض التحولات تؤدي فيه العائلة والقبيلة والطائفة دورا محسوسا في حياة الأفراد وسلوكهم، إذ تعتبر في بلدان عربية كثيرة واحدا من أهم مصادر التجنيد النخبوي على المستوى المركزي والمحلي⁽³³⁾.

كما أن الإنسان العربي عضو في عائلة أكثر منه فرد مستقل، فهو مسؤول عن تصرفات أفراد عائلته؛ بالإضافة إلى مسؤولياته عن تصرفاته الخاصة، وكون العائلة وحدة إنتاجية اجتماعية اقتصادية، يجعل القرارات شأنا عائليا وليس شأنا فرديا؛ خاصة في القرارات المتعلقة بالزواج والطلاق وتنشئة الأطفال.

كما يُفترض في العلاقات بين أعضاء الأسرة أن تقوم على التعاون والمودة والتضحيات أو الالتزام التام الشامل وغير المحدود في جميع المجالات ودون تحفظ⁽³⁴⁾.

ومن جهة أخرى يحتل الأب التقليدي قمة هرم السلطة في العائلة، فيتوجه إلى أفرادها بالأوامر والنصائح والإرشادات والتهديدات، بينما يتوجهون إليه هم بالاستجابة والتأكيد على الطاعة والاحترام. ومما يلفت النظر أن صورة الأب هذه تعممت في المجتمع، فينظر الناس بالمنظور نفسه إلى الأستاذ وصاحب العمل والقادة والحاكم وغيرهم، ويتصرف هؤلاء في مواقعهم وكأنهم الأب.

أما ما يتعلق بمؤشرات المستوى التعليمي والثقافي وانتشار وسائل الاتصال الجماهيرية، فإذا عقدنا مقارنة بين حالة التربية والتعليم في الدول المتقدمة والدول العربية نجد أن الطلبة في اليابان يدرسون فعليا 220 يوما من أصل 365 يوما وهو عدد أيام السنة، أما في الولايات المتحدة الأمريكية فيدرسون فعليا 175 يوما من أصل 366 يوما، في حين أن الطالب في الدول العربية يدرس فقط 150 يوما في السنة⁽³⁵⁾.

أما عن مؤشر استهلاك ورق الصحف فقد تراجع في العالم العربي لكل فرد من 3.3 كغ سنة 1985 إلى 207 كغ سنة 1995، وفي الفترة نفسها ارتفع في أوروبا من 55.7 كغ إلى 82.2 كغ. تكشف أحدث الإحصاءات... أن الفرد الأوربي الواحد يقرأ بمعدل 35 كتاباً في السنة، أما في الدول العربية فإنّ كل 80 شخصاً يقرءون كتاباً واحداً في السنة⁽³⁶⁾.

وهو ما يؤكد ارتفاع نسبة من يعتمدون على سلوك المشاهدة في عالمنا العربي مقابل من يُقبلون على تجربة القراءة. أما عن المنشورات فتشير الإحصائيات إلى أن مصر وحدها تنشر من العناوين ما يعادل منشورات كل البلدان العربية.

وإذا قارنا بين إنتاجنا وإنتاج البلدان المصنفة التي لنا علاقات وطيدة معها، فإننا نلاحظ أن مصر تنشر كتابا لكل واحد وعشرين ألف نسمة (21000) في حين أن المملكة البريطانية تنشر كتابا لكل سبعة آلاف نسمة، أي ثلاثة أضعاف ما تصدره مصر، في حين أن تونس والجزائر والمغرب الأقصى تصدر كلها كتابا واحدا لكل سبعين ألف نسمة، وفرنسا كتابا واحدا لعشرة آلاف نسمة⁽³⁷⁾.

وقد كان متوسط الكتب المترجمة لكل مليون شخص من العرب في السنوات الأولى من الثمانينيات يساوي حوالي 4.4 كتب أي أقل من كتاب واحد كل سنة، بينما بلغ 519 كتابا في المجر و920 كتابا في أسبانيا. ويؤكد تقرير التنمية البشرية العربية لعام 2011 أن الإنتاج الأدبي العربي يعاني من قلة عدد القراء بسبب الأمية وضعف القدرة الشرائية للقارئ العربي، فلا يتجاوز الإنتاج العربي في مجال الكتب 1.1% من الإنتاج العالمي على الرغم من أن العرب يشكلون 5% من عدد سكان العالم⁽³⁸⁾.

وتبين الإحصائيات التي صدرت عن المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم أن عدد الأميين في الوطن العربي بلغ 68 مليوناً أي ما نسبته 43% من عدد السكان، وأن المواطن العربي لا يقرأ أكثر من 7 دقائق في السنة، كما أن 90% من الطلبة العرب لا يمتلكون ثقافة معلوماتية.

وفي المقابل لم يكن هناك اهتمام كاف بالعديد من مظاهر الاتصال الأخرى، وفي مقدمتها الاتصال الشخصي وكان من الممكن الاستفادة من تجارب بعض البلدان الإفريقية والآسيوية والأمريكية الجنوبية؛ كمصر ونيجيريا والهند والبرازيل التي اعتمدت في الحملات الإعلامية التي باشرتها على الاتصال المباشر من أجل بلوغ أقصى الأهداف بأيسر السبل وأفضل النتائج، خاصة فيما يتعلق بقضايا مثل تنظيم النسل أو الإقناع بضرورة استخدام المستحدثات التكنولوجية في الزراعة على وجه الخصوص.

قياس التأثير الشخصي عبر الوسائط التكنولوجية الحديثة:

إذا كان قياس التأثير في عمليات الاتصال الشخصي التقليدية له معايير ومستوياته، وحققت بعض الموضوعية، فإن قياس التأثير بدقة داخل الشبكات الاجتماعية ليس أمراً يسيراً. كيف يتم قياسه؟ وكيف يتم التحقق من جدوى هذه القياسات وصحتها؟، البعض يعتمد على عدد المتابعين في تويتر "followers"، أو عدد الذين سجلوا إعجابهم "Like" بصفحة فيس بوك، ولكن قد تكون هذه المقاييس ليست دقيقة وكافية.

توجد الآن العديد من الخدمات والأدوات التي توفر بيئة مناسبة وملائمة للقياس «أعني قياس التأثير داخل الشبكات الاجتماعية»، هذه الأدوات تختصر الكثير من الوقت والجهد فهي تتيح معرفة مدى هذا التأثير على الناس وتبين مواقعهم وتقسيمهم حول العالم، أشار عاصم الشتوي إلى أبرزها⁽³⁹⁾:

* موقع «Klout»:

يقيس مدى التأثير بالاعتماد على استخراج ردود الأفعال، في كل مره تقوم بإنشاء محتوى أو ارتباطات يقوم «klout» بقياس تأثيرها على المتابعين والزوار حسب ردود أفعالهم مبيناً القيمة على مقياس يتراوح بين 1- 100، باستخدام بيانات من تويتر و فيس بوك و لنكدإن و فورسيكوير. بالإضافة إلى مستوى تأثير هؤلاء الأشخاص على متابعيهم ومداهما على ارتباطاتهم. أيضاً مبيناً القيمة على مقياس يتراوح بين 1 - 100، الجدير بالذكر أنه يتوفر إضافة لمتصفح كروم وفيرفوكس من هذا الموقع -.

موقع «PostRank»: يقوم على مبدأ مراقبة ومتابعة وجمع البيانات حول الأحداث وتحليلها، حدوث الارتباطات، حول المحتوى على شبكة الانترنت، متى وأين تمت هذه الارتباطات أو التعليقات. مثل الإضافة إلى المفضلة أو عمل تويت أو النشر على الفيس بوك أو غيرها من مواقع المشاركة التي تشمل أكثر من 20 شبكة اجتماعية.

يضاف إلى ذلك محاولة تتبع مدى تأثير الأشخاص المستقبليين لهذا المحتوى، أين هم وما الذي لفت انتباههم. ومن خلال مجموعة من الأدوات المجانية المعروضة في هذا الموقع يمكن للناشر الحصول على معلومات عن أفضل مقال بشكل عام عن طريق مقارنات بين مواضيع الناشرين وتحليل محتوى مواضيعهم، وأفضل مقال أو خبر متواجد في موقعه بشكل خاص. كما يساعد هذا الموقع في البحث عن أفضل المواقع والمواضيع والأخبار.

الجدير بالذكر أن PostRank انضمت حديثاً لمجموعة Google والذي يترتب عليه تطوير الخدمات التي يقدمها هذا الموقع في مجال إحصائيات الشبكات الاجتماعية. ليس هذا فقط .. يقوم أيضا بتزويدك بتوقعات حول نسبة زيادة أو نقصان المعجبين والمعلقين على حالتك في الفترة المقبلة. كما يمكنه اطلاعك على الأشخاص الذين انضموا لقائمة المتابعين أو الأشخاص الذين فقدت متابعتهم لمواضيعك من خلال عرض هذه النتائج عند دخولك للموقع أو إرسالها إلى بريدك الإلكتروني.

قد تكون هذه الخدمات والمواقع غير كافية لدى البعض، في سبيل الحصول على معلومات ذات تفاصيل ودقة أكثر، أو يفضل آخرون أدوات وأساليب أخرى، فيمكنهم الاستعانة بخدمات أخرى من خلال المواقع التالية: Twylah , Crowdbooster , SproutSocial , EmpireAvenue , PeerIndex , Appinions , MyWebCareer .

كل هذه الأدوات والخدمات يمكن استخدامها في قياس مدى التأثير وقوة الانتشار، المفكرين والكتاب، المدونات، التسويق الإلكتروني للتطبيقات وغير ذلك، من يسعون إلى إيجاد ما يوفر لهم وصولاً وتأثيراً أكبر.

لكن يجب الانتباه إلى الطابع التقريبي والتجريبي لمثل هذه المقاييس، ذلك أن العلاقات الإنسانية مهما حاولنا قياسها بالوسائل التقنية الحديثة، فإن هذه

الأخيرة تظل قاصرة عن تفسير العديد من المواقف والسلوكيات الظاهرية، فضلا عن الغوص في أعماق النفس البشرية.

مما سبق يمكننا التوقف عند النتائج الأولية التالية:

أولاً: إن الاهتمام بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومتابعة آخر صيحاتها التي قد تصل بنا إلى حد الانبهار، لا يجب أن تُثني عن الاهتمام بعملية الاتصال الشخصي، مهما بدت لنا بدائية أو تقليدية أو روتينية، أو هي مجرد تحصيل حاصل، كما يعتقد الكثيرون.

ثانياً: إن المزج بين كل من الاتصال التقليدي والإعلام الجديد، تحتاج دراسته من الناحية الأكاديمية إلى مقاربات جديدة تأخذ بعين الاعتبار الضرورة الاجتماعية لكلا النوعين.

ثالثاً: إن شبكات التواصل الاجتماعي قدمت للاتصال الشخصي خدمات جليلة، أدناها تقليص المسافات، وضمان نسبة كبيرة من الخصوصية في عدم اطلاع العديد الآخرين على ما يدور بين شخصين مثلاً - عدا الشركة التي ترعى الاتصال - التي يمكنها معرفة كل تفاصيل هذا التواصل، سواء كان مرئياً أو مكتوباً، لذا يظل من الواجب الاهتمام بكلا النمطين من الاتصال من أجل الوصول إلى مقاربة تكاملية.

فقد أكد العديد من خبراء الاتصال على أن أقوى أساليب التأثير في الجماهير هي تلك التي تجمع بين الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي، وأن التكامل بينهما يكون أكثر ضماناً للتأثير القوي والإقناع الفعال، حيث يتم التأكيد على أن استخدام أكثر من نوع من الاتصال في الموقف الاتصالي الواحد يتيح لنا مضاعفة عدد المزايا الاتصالية الشخصية، ومن ثم مضاعفة فاعلية عملية الاتصال نفسها.

رابعاً: لا بد من الانتباه إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي، هي نتيجة لتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال، التي هي غريبة المنشأ بالأساس، وبالضرورة

ستحمل في طياتها بعض قيم صانعيها، لذا وجب التفكير في تكييف هذه الوسائط عند استخدامها في مجال الاتصال لتراعي خصوصيات المستخدمين الثقافية، ذلك أن دراسة الاتصال مهما كان نوعها لا يمكن فصلها عن سياقها الاجتماعي والحضاري الذي تحدث فيه.

خاتمة:

إن العملية الاتصالية سواء كانت شخصية أو جماهيرية، ومن خلال ما سبق تتأثر بالتطورات التقنية، وتحاول التكيف معها. إن الحديث عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل بين الشعوب والأمم والثقافات سواء المتشابهة أو المتقاربة، يظل في حاجة إلى مزيد من الدراسات الميدانية، وإلى تجميع المعلومات وربطها وتنسيقها، ذلك أن مثل هذه التكنولوجيات حديثة العهد، لكنها عميقة التأثير، لواحقها وتطبيقاتها متسارعة الظهور والتطور، لذلك وجب عدم تفويت منافع الخدمات الجليلة التي تقدمها، والتي أضحت تتعدى في أدوارها ووظائفها العديد من المؤسسات التقليدية، لكن دون إغفال الأخيرة.

ولا يجب التوقف عند من يقوم بشيطنه هذه الوسائط المهمة، لخدمة أغراض سلطوية أو فتوية أو مصلحة تتجاهل الخدمات الجليلة التي تقدمها مثل هذه التكنولوجيات. كما يجب الابتعاد عن البكائيات التي تصاحب كل ظهور لنوع جديد من التكنولوجيا، والتعامل بإيجابية مع كل تطور تكنولوجي يمكنه تقديم الإضافة التي تختصر الزمان والمكان والجهد والتكلفة.

في الإطار ذاته، ومن الناحية الرسمية، فإن الحكومات العربية ركزت غداة الاستقلال مباشرة على تقوية وسائل الإعلام السمعية البصرية التي لا تزال تحتكرها إلى يومنا هذا عدا بعض الاستثناءات؛ وبدرجة أقل الصحافة المكتوبة، مانحة لها الدعم الكافي مقابل مردود ضعيف في عمومها على مستوى الرسالة والأداء معا.

بالمقابل لم يكن هناك اهتمام كاف بالعديد من مظاهر الاتصال الأخرى، وفي مقدمتها الاتصال الشخصي الذي كان يمكن الاستفادة منه في مجالات الاتصال الاجتماعي والتوعية والتوجيه، ماعدا بعض المحاولات المعزولة في السبعينيات من القرن الماضي، أو استغلال وتجنيد بعض جمعيات المجتمع المدني للترويج لبعض المشاريع المجتمعية الظرفية كالاتخابات وغيرها... وهو ما يتناسب

مع طبيعة هذه المجتمعات التي لا تزال يولي أهمية قصوى للصلات والروابط الاجتماعية والتقليدية، المبنية في أغلبها على الاتصال المباشر بين أفراد المجتمع.

وكان من الممكن الاستفادة من تجارب بعض البلدان الإفريقية والآسيوية والأمريكية الجنوبية؛ كنيجيريا والهند والبرازيل التي استخدمت في الحملات الإعلامية التي باشرتها الاتصال المباشر بواسطة قادة الرأي؛ من أجل بلوغ أقصى الهدف بأيسر السبل وأفضل النتائج، خاصة فيما يتعلق بتنظيم النسل والإقناع بضرورة استخدام المستحدثات التكنولوجية في الزراعة على وجه الخصوص، أين يبرز بشكل جلي الدور الهام لقادة الرأي.

❖ هوامش البحث:

(1) وصول عدد مستخدمي الفيس بوك في الوطن العربي الى 45 مليون 2012 متاح على الرابط التالي:

<http://arabic.arabianbusiness.com/business/technology/2012/jul/17/25>

5715/ تاريخ الإطلاع 10 نوفمبر 2012.

(2) محمد عبد الرؤوف كامل، مقدمة في علم الإعلام والاتصال بالناس، (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، 1995)، ص 17.

(3) المرجع السابق، ص 24..

(4) محمد عودة، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1998)، ص 111..

(5) وليد وادي النيل مسعد حجازي، علاقة الاتصال الشخصي بين المراهقين باكتساب المعرفة من الصحف: دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2000، ص ص 50-51.

(6) Peter Hartley, **Interpersonal Communication**, (London and New York: Routledge, 1993), p5.

(7) Ernest. Bormann, Nancy. **Bormann, Speech communication**, A basic Approach, 4th Ed, (New York: Harper and Row publishers, 1986), pp114-115.

(8) Carr, j.b, **communicating and relating**, (U.S.A: the Benjamin / cumming Publishing, INC? 1979).

(9) فرج الكامل، تأثير وسائل الاتصال: الأسس النفسية والاجتماعية، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1985)، ص 106.

(10) فؤادة عبد المنعم البكري، الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال، (القاهرة: عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 2003).

(11) جيهان أحمد رشتي، الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1989)، ص ص 99-100.

(12) Wilbur Schramm, The process and effects of Mass Communication, the University of Illinois Press? Urbana, 1961, pp405-406.

(13) قدرى حنفى، الاتصال الشخصي حاجة إنسانية، بحوث الاتصال... ص ص 50-56.

(14) E.Katz and Paul.F.Lazarsfeld, Personal Influence: he part played by people in the flow of mass communication, Glencoe, Illinois: the free press, 1964), pp4-9.

(15) Larry A. Samuar, Jack Mills, "Oral Communication Speaking across Cultures ", 9th Ed, United States American, Brown Denchmark, 1995, pp340-341.

(16) سامي عبد العزيز، مهارات الاتصال الشخصي، مجلة النيل، علمية ربع سنوية، قسم البحوث بمركز النيل للإعلام والتعليم والتدريب بالقاهرة، السنة العاشرة، أكتوبر 1989، ص ص 67.

(17) محمد كامل الكردي، العلاقات العامة: علم الإعلام وفن الاتصال، (القاهرة: مكتبة عين شمس، 1997)، ص ص 114..

18-O'Sullivan- Rayn and Kaplan, M. (Undated)," **Communication Methods to promote grass- roots participation**", UNESCO: Communication and society: b, p3.

(19) محمد عمر متولي أحمد العطار، الاتصال الشخصي في ميدان العلاقات العامة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أسيوط كلية الآداب بسوهاج، قسم الصحافة، 1980، ص ص 11-10.

(20) محمود عودة، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي... مرجع سابق، ص ص 88-89.

(21) Allan Mazur and Others, **Physiological Aspects of Communication**, University of Chicago press, 1980, p81.

(22) Charles, R.Wright, Mass Communication: A sociological perspective, (New York, INC, 1959), p189.

(23) محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين: دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية أنموذجاً، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية الأكاديمية العربية في الدانمارك 2012.

(24) عزي (عبد الرحمن)، بومعيزة (السعيد)، الإعلام والمجتمع، الورسم للنشر والتوزيع: الجزائر، 2010 ص ص 82-83.

(25) المرجع نفسه.

(26) بعزیز (إبراهيم)، متدييات المحادثة والردشة الاللكترونية دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2008/2007.

(27) Carla Mooney, **Online Social Networking**, Gale: New york, 2009, p 10.

(28) روبن (برنت)، الاتصال والسلوك الإنساني، (ترجمة: نخبة من أعضاء قسم وسائل وتكنولوجيا التعليم)، معهد الإدارة العامة: المملكة العربية السعودية، 1991.

(29) بعزیز إبراهيم، مرجع سابق.

(30) حسني عوض، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب: تجربة مجلس شبابي عرار أنموذجاً، 2012: <http://www.qou.edu/arabic/index.jsp?pageId=3469> . تاريخ الاطلاع: 14 أكتوبر 2012.

(31) محمد الجوهري، مقدمة في علم اجتماع التنمية... ص ص 211-213.

(32) حلیم بركات، المجتمع العربي المعاصر: بحث استطلاعي اجتماعي، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1984)، ص ص 220-280.

(33) المرجع السابق، ص 176.

(34) المرجع نفسه، ص 180.

(35) برنامج الأمم المتحدة الإنمائي 2011، تقرير التنمية البشرية 2011، الاستدامة والإنصاف، مستقبل أفضل للجميع، متاح على الرابط التالي:

[http://www.un.org/ar/esa/hdr/pdf/hdr11/HDR_2011_AR_Complete.](http://www.un.org/ar/esa/hdr/pdf/hdr11/HDR_2011_AR_Complete.pdf)

pdf تاريخ الاطلاع: 13 نوفمبر 2012.

(36) برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، متاح على الرابط لتالي:

<http://www.undp.org/content/undp/fr/home/librarypage/corporate/annual-report-2011-2012--the-sustainable-future-we-want.html>

تاريخ الاطلاع: 09 نوفمبر 2012.

(37) برنامج الأمم المتحدة الإنمائي 2011... مرجع سابق.

(38) برنامج الأمم المتحدة الإنمائي 2011... المرجع السابق.

(39) عاصم الشتوي، لانتشار والتأثير في الشبكات الاجتماعية، أساليب وأدوات قياسه، متاح على الرابط التالي:

[http://www.tech-wd.com/wd/2011/08/28/proliferation-and-influence-in-social-networks.](http://www.tech-wd.com/wd/2011/08/28/proliferation-and-influence-in-social-networks) / تاريخ الاطلاع: 8 نوفمبر 2012