

قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

## استخدام الاسم الغير حقيقي في مواقع التواصل الاجتماعي

### الفييس بوك أنموذجا

دراسة ميدانية - لعينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة مسيلة -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص

اتصال وعلاقات عامة

إشراف الدكتور:

بونييف محمد لمين

إعداد الطالب:

بليزاك إيهاب

مقدمة أمام لجنة المناقشة		
الاسم واللقب	المؤسسة الجامعية	الصفة
	جامعة المسيلة	رئيسا
بونييف محمد لمين	جامعة المسيلة	مشرفا ومقررا
	جامعة المسيلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر وتقدير

بعد شكر الله عز وجل على فضله ونعمه التي من بها علينا، نتقدم بخالص

الشكر ووفاق الاحترام والامتنان إلى:

الأستاذ المشرف "بونيف محمد لمين" لو لا ما قدمته من توجيه رشيد

ورأي سديد فلا أملك عرفانا بما تفضل به علي إلا أن أسدي لك وافر

الشكر والتقدير فحيك الله أستاذي الكريم وسدد خطاك.

والشكر موصول إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة على تحملهم عناء

مطالعة ومناقشة هذه المذكرة.

# الإهداء

إلى من بسمتها غايتي ومن تحت أقدامها جنتي ...

أمي الحبيبة رعاك الله وأسكنك الفردوس الأعلى

إلى من علمني أن الدنيا كفاح وتحدي، والحياة مبادئ وأخلاق ...

أبي حفظه الله

إلى النجوم التي اهتدي بها في ظلمة الحياة عمتي ...

إلى اللآلئ التي زين بريقها حياتي إخوتي

إلى من امتزجت أمالي بآمالهم وأحلامهم بأحلامي رفقاء دربي وسندي ...

أصدقائي صديقاتي

إلى كل الأساتذة الأجلاء تقديرا واحتراما... خاصة الأستاذ بن سباع سعد

إلى كل من نسيهم قلبي ويتذكروهم قلبي ...

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي المتواضع ...

# فهرس المحتويات

.....	شكر وتقدير
.....	الإهداء
.....	فهرس المحتويات
.....	قائمة الجداول
.....	مقدمة

## الفصل الأول

### الإطار المنهجي للدراسة

4.....	1- إشكالية الدراسة:
6.....	2- أهداف الدراسة:
7.....	3- أهمية الدراسة:
7.....	4- أسباب اختيار الموضوع:
8.....	5- منهج الدراسة:
9.....	6- مجتمع وعينة الدراسة:
10.....	7- حدود الدراسة:
10.....	8- أدوات الدراسة:
11.....	9- نظرية الدراسة:
14.....	10- تحديد مفاهيم الدراسة:
16.....	11- الدراسات السابقة:

## الفصل الثاني

### الإطار النظري للدراسة

20.....	أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي:
20.....	1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
21.....	2- التطور التاريخي لموقع التواصل الاجتماعي

22.....	3-خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
24 .....	ثانيا: موقع الفيسبوك
24.....	1-تعريف الفيس بوك:
26.....	2-نشأة الفيس بوك:
27.....	3-مميزات الفيس بوك:
29.....	4-استخدامات موقع الفيس بوك:
30.....	5-إحصاءات موقع الفيس بوك:
30.....	6-إحصائيات موقع الفيس بوك في الجزائر:
31.....	7-ايجابيات وسلبيات موقع الفيس بوك:
35 .....	ثالثا: الأسماء الغير حقيقية والفيسبوك
35.....	1-الخصوصية على موقع الفيس بوك:
36.....	2-دوافع استخدام الفيس بوك:
37.....	3-استخدام الأسماء المستعارة من قبل المستخدمين في الفيس بوك:

### الفصل الثالث

#### الجانب التطبيقي

40 .....	أولا: توزيع أفراد العينة: المحور الأول: البيانات الشخصية
43 .....	ثانيا: تحليل النتائج
62 .....	ثالثا: نتائج الدراسة:
64 .....	رابعا: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:
67 .....	خاتمة:
69 .....	قائمة المراجع:
73 .....	الملاحق

## قائمة الجداول

- الجدول رقم 1 : يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس ..... 40
- الجدول رقم 2: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السن ..... 40
- الجدول رقم 3: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الدراسي. .... 41
- الجدول رقم 4: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير التخصص..... 42
- الجدول رقم 5: حسب يبين توزيع المبحوثين حسب منذ متى وأنت تستخدم الفيس بوك..... 43
- الجدول رقم 6: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المكان المفضل في استخدام موقع الفيس بوك ... 44
- الجدول رقم 7: يبين عدد مرات تصفح موقع الفيس بوك في اليوم ..... 45
- الجدول رقم 8: يبين الوسيلة التي يستخدمها للولوج إلى موقع الفيس بوك ..... 46
- الجدول رقم 9: يبين الوقت الذي يستخدمه في موقع الفيس بوك ..... 47
- الجدول رقم 10: يبين عدد الحسابات التي يمتلكها على موقع الفيس بوك ..... 48
- الجدول رقم 11: يبين طبيعة الاسم المستخدم في الدخول إلى موقع الفيس بوك ..... 49
- الجدول رقم 12: طبيعة الصورة المستخدمة في موقع الفيس بوك ..... 50
- الجدول رقم 13: يبين طبيعة السن المستخدم في موقع الفيس بوك ..... 51
- الجدول رقم 14: يبين طبيعة المستوى الدراسي المستخدم في موقع الفيس بوك ..... 52
- الجدول رقم 15: يبين الدوافع استخدام موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي ..... 53
- الجدول رقم 16: الاشباعات المحققة من استخدام موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي ..... 54
- الجدول رقم 17: الاشباعات الاجتماعية من استخدام الاسم غير حقيقي على موقع الفيس بوك..... 55
- الجدول رقم 18: يبين الاشباعات النفسية من استخدام الاسم غير حقيقي ..... 55
- الجدول رقم 19: يبين الشعور بالغياب عن استخدام موقع الفيس بوك ..... 57
- الجدول رقم 20: يبين استخدام الفيس بوك باسم غير حقيقي غير من السلوكات ..... 58
- الجدول رقم 21: يبين استخدام موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي اثر على القيم ..... 59
- الجدول رقم 22: يبين اثر استخدام اسم غير حقيقي في موقع الفيس بوك على مجالات القيم..... 60
- الجدول رقم 23: يبين اثر استخدام اسم غير حقيقي في موقع الفيس بوك على مميزات القيم ..... 61

# مقدمة

مقدمة:

مع التطور الهائل في عالم تكنولوجيا المعلومات ودخول وسائلها إلى شتى مجالات الحياة والذي أدى إلى تعاضم دورها بشكل غير محدود، فقد باتت الحواسيب الآلية والتقنيات الالكترونية وشبكة الإنترنت لغة العصر التي لا يمكن الاستغناء عنها، ومع انتشار هذه الوسائل الحديثة للتكنولوجيا بين المجتمعات وشيوع استخدامها والتوسع في التعامل من خلالها، أضى لدى كل فرد القدرة على التفاعل والتواصل.

وعلى الرغم من المزايا الهائلة التي تحققت وتتحقق كل يوم بفضل تقنية المعلومات على جميع الأصعدة وفي شتى ميادين الحياة المعاصرة، إلا أن هذه الثورة التكنولوجية قد رافقها بروز العديد من المشكلات والسلبيات جراء سوء الاستخدام بعض المستخدمين والتي تتصف بخطورتها وسهولة ارتكابها وعبورها للحدود الوطنية، والتي من بينها استخدام الاسم غير حقيقي في موقع الفيسبوك، فقد مكنت التقنيات الحديثة والانترنت من خلق فرص جديدة للمستخدمين واستغلالها على نحو غير مشروع وبطرق من شأنها أن تلحق الضرر بمصالح الأفراد والمؤسسات مثل القرصنة، والاحتيال، والتخريب للكمبيوتر.

وبظهور وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي وهي عبارة عن مواقع اجتماعية الكترونية ينشئ فيها الأفراد حسابات خاصة بهم تحمل معلومات عنهم تمكنهم من مشاركة أفكارهم وصورهم مع جميع المشتركين، دون حدود في جميع أنحاء العالم، كما تسهل عملية التواصل والتفاعل بين الأفراد، إلا أنه لا يخضع للرقابة التي يمكن أن توفر حماية كافية لجميع المستخدمين التي تحفظ خصوصيتهم ونقل من استغلال معلوماتهم، وبالتالي احتمالية تعرضهم لمختلف الهويات الحقيقية والمزيفة، كما يمكن أن يعتمد المستخدم على ما تقدمه هذه المواقع من خدمات فهي لا تلعب إلا دور مساعد له من أجل تنفيذ خطته بأحكام.

وبما أن الشريحة الأكبر التي تستخدم هذه التقنيات ومواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفاييس بوك هي فئة الشباب الجامعي، باعتبارها فئة لها خصائصها التي تميزها عن باقي أفراد المجتمع كونهم الفئة الأكثر نشاطا واستخداما لهذه المواقع، وحبا للاكتشاف خاصة فيما

يخص التحديثات الجديدة، وتنوع أدوار مواقع التواصل الاجتماعي الذي يغوصون فيه باحترافية، ناهيك على أنها وسيلة للتفاعل والتواصل مع الغير، لذا سنحاول في دراستنا هذه معرفة واقع استخدام الاسم الغير حقيقي في أوساط الطلبة الجامعيين بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بمسيلة .

ومن اجل الإحاطة بهذا الموضوع قسمت هذا البحث إلى فصلين:

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة تطرقت فيه إلى إشكالية الدراسة والتساؤلات المندرجة تحتها أهداف الدراسة وأهميتها، أسباب اختيار الموضوع كذلك تحديد نوع الدراسة والمنهج، أداة جمع البيانات، مجتمع البحث وعينة الدراسة، تحديد مفاهيم الدراسة، إضافة إل ذلك تم التطرق إلى الأساليب الإحصائية والدراسات السابقة.

أما الإطار النظري فتناولت فيه مواقع التواصل الاجتماعي من حيث النشأة، الخصائص، ثم إعطاء نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقة الفيس بوك بالهوية الافتراضية بالتطرق إلى أشكال الاسم الغير حقيقي.

أما فيم يخص الإطار التطبيقي للدراسة الذي يعبر عن إجابة للإشكالية والتساؤلات المطروحة في الدراسة فقد خصصناه في عرض وتحليل كمي وكيفي لبيانات الدراسة الميدانية التي تناولنا فيه 04 محاور:

المحور الأول يضم: البيانات الشخصية الخاصة بالمبحوثين

المحور الثاني: ما هي أنماط وعادات استخدام الطلبة لموقع الفيس بوك للاسم غير حقيقي

المحور الثالث: دوافع والأشباع المحققة للطلبة في استخدام موقع الفيس بوك بالاسم غير حقيقي

المحور الرابع: اثر استخدام الطلبة لموقع الفيس بوك باسم الغير حقيقي.

ليتم في الأخير مناقشة نتائج الدراسة.

# الفصل الأول

## الإطار المنهجي للدراسة

## 1- إشكالية الدراسة:

أتاحت التكنولوجيا الحديثة لوسائل الإعلام والاتصال آفاق كبيرة على المستوى الاجتماعي والثقافي والسياسي، مما كان الأثر كبير على نمط الاتصال للحياة البشرية، وبهذا التأثير أصبح استخدامها حقلا خصبا.

إن هذا التطور السريع في التكنولوجيا المتقدمة شكات عصرا جديدا من عصور الاتصال والتفاعل بين الأشخاص وفي وفرة المعلومات التي تقدمها لمستخدميها كما وفرت لهم فضاءا مرنا ملائما للتعارف وتبادل الآراء والمعارف والأفكار والرغبات، لا سيما بعد ظهور ما يسمى بالمواقع التواصل الاجتماعي أو الافتراضية وانتشار استخدامها الواسع.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم التقنيات الاتصال الحديثة التي ظهرت في العقود الأخيرة والتي ساهمت في إظهار تغيرات جذرية خاصة على مستوى الاتصال الاجتماعي بين الأفراد والجماعات، وهذا نتيجة لتعدد الخدمات التي تتيحها والتطبيقات التي توفرها للمستخدم، وإنها تحمل الكثير من التغيرات الخاصة في أنماط الاتصال الاجتماعي بين الأفراد في ظل تحول الفضاء العام للاتصال مما جعلها تحقق رهانات مكنت الفاعلين من تجاوز الاكراهات المرتبطة بها، والتي تتمثل في التخلص من الحضور الجسدي والمكاني، وان ما يحدث من التواصل بين المستخدمين تزامنيا مع الصور والأسماء تصنع هوية عبر رموز افتراضية ومن بين المواقع التي نالت شهرة وأكثر استخداما نجد موقع الفيس بوك.

يعتبر موقع الفيس بوك من أكثر المواقع استخداما خاصة لدى فئة الشباب الذين وجدوا ضالتهم فيه من خلال المساحات الافتراضية الواسعة للتعبير عن أفكارهم وآرائهم واتجاهاتهم وحتى مشكلاتهم وهذا من خلال إنشاء صفحات خاصة بهم بهدف تحقيق التواصل والتفاعل الاجتماعي.

وبالرغم من أن موقع الفيسبوك أتاح فرص عديدة للتواصل، جعلنا لا ننكر حقيقة أن موقع الفيس بوك قد عاد إلى العالم اجمع بايجابيات عديدة والتي من بينها انه شمل عملية التعرف على الأصدقاء في أحزانهم وأفراحهم مما جعله أشبه بقرية صغيرة حيث أصبح بفضله أن يتعرف الفرد ويتواصل مع الأشخاص آخرين من أماكن مختلفة، سواء قريبة أو بعيدة بكل سهولة أما من الناحية السلبية فان موقع الفيس بوك له دفتر خطير والمتمثل في عزل الأفراد عن الآخرين وتفكيك العلاقات بينهم والبقاء الطويل مع هذا الموقع الافتراضي، مما جعله يشكل بدوره منصات مستحدث يقدم الفرد من خلالها نفسه ليتحول من فرد حقيقي إلى فرد افتراضي ينتمي إلى مجمع افتراضي والذي يتمثل في استخدام الفرد للهوية غير حقيقية عبر هذا الموقع.

والهوية التي يربطها الفرد عبر موقع الفيس بوك ما هي إلا ارتباط الوجود والأصالة لان الفرد دائما في تغير وعدم ارتباط وجود الذات البشرية والذي جوهرها الانتماء، وباعتبارها قاعدة للاستقرار لفضاء الاجتماعي في شكل التفاعل بين الذات والمجتمع بطريقة غير ثابتة وغير حقيقية متعددة الهويات والجوانب والأوجه والقوالب التي يجياها الفرد ويتردد عليها عبر مواقع التواصل الاجتماعي عامة وموقع الفيس بوك خاصة.

ورغم الانفتاح اللامحدود والمتسارع على ما يقدمه الاتصال الرقمي من بدائل قد يعمل على تغيير ملامح هوية المستخدم والتي تتبنى على خلفيات وصياغات لها من علاقة في إطار الحراك التداولي للغة والمصطلحات والرموز والإشارات مما جعل الأفراد يعتمدون عليها والتواصل الشخصي بطابع آخر يتجاوز فيه المستخدم نسق حدود الزمان والمكان وخاصة على موقع الفيس بوك وما تجد فيه الكثير من الهويات المجهولة والآخر يظهر بشكل صريح وتفاقم ظاهرة الستر عن الهوية والاسم الحقيقي لدى مستخدمي موقع الفيس بوك.

إن ظهور الأفراد عبر موقع الفيس بوك بخلفيات وهويات مستعارة تحت ألقاب وأسماء وصور وبيانات لا علاقة لها بهويتهم الحقيقية والتي أضحت فيها الاسم المستعار أو الاسم غير حقيقي لدرجة تقمص الأفراد هويات وأسماء غير حقيقية.

وعليه من كل ما سبق ذكره، تسعى هذه الدراسة إلى البحث عن الأسباب والعوامل التي تؤدي إلى استخدام الطلبة للاسم الغير حقيقي عبر موقع الفيس بوك وخاصة لدى طلبة الجامعة، اللذين يعتبرون من الطبقات المثقفة والنخبة، وهو ما دفعنا إلى طرح الاشكالية لهذه الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

فيما تتجلى العوامل التي تؤدي إلى استخدام الطلبة لموقع الفيس بوك للاسم الغير حقيقي؟

وتندرج تحت التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي أنماط وعادات استخدام الطلبة لموقع الفيس بوك للاسم غير حقيقي؟
- ماهي دوافع والاشباكات المحققة للطلبة في استخدام موقع الفيس بوك بالاسم غير حقيقي؟

- ما أثر استخدام الطلبة لموقع الفيس بوك باسم الغير حقيقي؟

## 2- أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى محاولة التعرف على:

- فهم طبيعة وخلفيات التي تؤدي بالطالب الجامعي لاستخدام اسم غير حقيقي عبر موقع الفيس بوك
- معرفة الأسباب والعوامل لاستخدام الاسم الغير حقيقي في موقع الفيس بوك
- معرفة الأنماط والعادات من استخدام الاسم الغير حقيقي في موقع الفيس بوك
- معرفة الاشباكات المحققة من استخدام الاسم الغير حقيقي في موقع الفيس بوك

- معرفة الأثر الذي يتركه الاسم الغير حقيقي لدى الطالب الجامعي عبر موقع الفيس بوك.

### 3- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة إلى أنها تتطلع على إعادة بعث مفهوم الاستخدام الحقيقي للاسم عبر موقع الفيس بوك والذي اخذ الكثير من الدراسات من قبل الباحثين والمختصين في المجال الاجتماعي، كما تسعى الدراسة إلى معرفة التغيرات والعوامل والأسباب التي تؤدي بالطالب الجامعي في استخدامه للاسم الغير الحقيقي لموقع الفيس بوك ومدى تأثيره على هوية المستخدم وكذلك البحث عن المعايير الحقيقية في استخدام موقع الفيس بوك بالتطلع في مختلف الأنماط والعادات والأشباع التي يحققها الطالب الجامعي في استخدامه للاسم الغير حقيقي

### 4- أسباب اختيار الموضوع:

إن لكل موضوع عند اختياره أسباب ذاتية وأخرى موضوعية والتي تتجلى في:

#### 4-1- الأسباب الذاتية:

- الرغبة الشخصية في دراسة الموضوع
- الفضول العلمي للتعرف على طبيعة استخدام موقع الفيس بوك وأهميتها للطالب الجامعي وانعكاساتها على هويته
- الرغبة في معرفة الأسباب التي ساهمت في استخدام الطلبة للاسم الغير حقيقي على موقع الفيس بوك
- تسليط الضوء على ملامح الاسم الغير حقيقي عبر موقع الفيس بوك.

#### 4-2- الأسباب الموضوعية:

- أهمية الاسم على موقع الفيس بوك وما يحمله من دلالات على الهوية ومدى ارتباطاتها بالإعلام الجديد

- التأثير الكبير الذي تتركه مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب عامة والطالب الجامعي خاصة.
  - تأثير التفاعل اليومي ومدى ارتباط الشباب بتكوين علاقات افتراضية داخل شبكة التواصل الاجتماعي
  - طبيعة الاسم الغير الحقيقي لدى المستخدم لهويته.
- 5- منهج الدراسة:**

يعد منهج الدراسة الأصل بل الأساس في البحث العلمي وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي وبالضبط المسح بالعينة وهو أنسب منهج لدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة أو موقف أو أفراد أو أوضاع معينة لاكتشاف حقائق جديدة، أو التحقق من صحة حقائق قديمة وآثارها، والعلاقة التي تتصل بها وتفسيرها وكشف الجوانب التي تحكمها ( محمد شفيق، 2011، ص 100)

ومنهج المسح الاجتماعي هو أحد المناهج الرئيسية التي تستخدم في البحوث الوصفية ويتناول الدراسة العلمية للظواهر الموجودة في جماعة معينة في كل مكان معين متناولا أشياء موجودة بالفعل وفي الوقت الحاضر ( محي محمد مسعد، 2000، ص 44)

وهو منهج قائم على تصوير الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في إطار وضعها الراهن وضمن ظروفها الطبيعية، فهو يعتبر أحد المناهج الأساسية للدراسات الوصفية ( أحمد بن مرسل، 2005، ص 290 ) .

وقد تم استخدام منهج المسح الاجتماعي لاقترب هذا المنهج من طبيعة الدراسة الوصفية فهو من أكثر المناهج ملائمة لموضوع هذا البحث لأنه يعتمد على الوصف والتحليل والتفسير التي عن طريقها يمكن الوصول إلى معرفة دوافع وأسباب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها المختلفة لدى طلبة الجامعة ومن ثم وضع مقترحات وحلول لتدعيم الايجابيات والحد من السلبيات عن هذا الاستخدام .

وبما أن موضوع دراستنا حول استخدام الطلبة الجامعيين للاسم الغير حقيقي في موقع الفيس بوك فهو موضوع من الواقع والمنهج الوصفي يدرس الظاهرة بكافة أبعادها في الواقع كما يهدف إلى اكتشاف حقائق جديدة وتفسيرها وهذا ما تسعى في إليه دراستنا وبالتالي المنهج الوصفي أنسب منهج لهذه الدراسة.

## 6- مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع البحث من طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة وقد اشتملت الدراسة على الإناث والذكور إضافة إلى وجود دراسات تناولت هذا الموضوع وكذلك صعوبة توفر مراجع حول الموضوع وقد اعتمدت الدراسة على العينة القصدية نظرا لأن مجتمع البحث يتكون من قسم علوم الإعلام والاتصال وقد بلغ الحجم الكلي للعينة 70 موزعة على طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال.

**العينة القصدية:** تعرف العينة القصدية تحت أسماء متعددة العينة العرضية أو العينة العمدية أو العينة النمطية وهي أسماء تشير كلها إلى العينة، التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة، التي تمثله تمثيلا صحيحا، وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة ( أحمد بن مرسل، 2005، ص 198 )

شرط أن يكون المبحوث تستخدمون موقع الفيسبوك وعلى وعي تام مع هذه المواقع وقد تم تحقيق هذا الشرط عن طريق سؤال المبحوثين قبل توزيع الاستمارات عليهم إذا كانوا يستخدمون تويتر وعليه تم استبعاد من لا يتعامل مع هذه المواقع من الدخول في العينة وجرى عليه جمع البيانات من المبحوثين خلال تواجدهم في المحاضرات الدراسية أو في أماكن أخرى داخل الجامعة وذلك بعد أن وضحت لهم أهداف الدراسة وطلبت منهم المصادقية والوضوح والحرية في المشاركة أو عدمها وبعد المراجعة تم استبعاد الاستمارات

الناقصة أو المتناقصة في إجاباتها لعدم صلاحيتها للتحليل حيث تم توزيع استمارات عوضاً منها إلى أن بلغ العدد الإجمالي للاستمارات الخاضعة لتحليل 60 استمارة .

7- حدود الدراسة: والتي تتمثل في:

7-1- الحدود المكانية: أجريت الدراسة في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

7-2- الحدود الزمانية: أجريت الدراسة في الموسم الجامعي 2019-2020

7-3- الحدود البشرية: والتي تتمثل في طلبة الذين يزاولون دراستهم عبر مختلف أطوار

وتخصصات العلمية بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة .

8- أدوات الدراسة:

تعتبر عملية جمع البيانات خطوة مهمة في إجراء الدراسة لا يمكن الاستغناء عنها،

لذلك على الباحث أن يختار أداة لجمع البيانات قبل الشروع في البحث .

وقد اعتمدنا على استمارة الاستبيان الموجهة لجمهور الطلبة الجامعيين أي جامعة

محمد بوضياف بالمسيلة.

الاستبيان: هو أداة أو وسيلة لجمع البيانات في شكل استمارة تتكون من مجموعة من الأسئلة

للمبحوثين ليقوم المبحوث بالإجابة بنفسه عليها ( مدحت أبو ناصر، 2004، 169 )

كما يعرف أيضا على أنه: أداة ووسيلة لجمع البيانات في شكل استمارة مطبوعة تتكون من

قائمة من الأسئلة توجه إلى الأفراد المفحوصين للإجابة عنها بأنفسهم وذلك من أجل

الحصول على معلومات حول موضوع .

تتضمن استمارة الاستبيان عدة أنواع من الأسئلة: الأسئلة المفتوحة، الأسئلة محددة الخيارات،

أسئلة ذات خيارين، أسئلة بصيغة استفهامية، أسئلة بشكل جملة.... ( دلال القاضي ومحمد

البياتي، 2007، ص 137 )

الاستبيان هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع

المبحوث في إطار الخطة الموضوعية لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات

تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانب المختلفة .

يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية خاصة في علوم الإعلام والاتصال حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها لنفسه في المجال المبحوث، لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها . ( أحمد بن مرسل، 2005، ص 220 ) .

ويشمل استبيان دراستنا على المحاور التالية:

المحور الأول: البيانات الشخصية

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع الفيس بوك

المحور الثالث: دوافع استخدام الطلبة لموقع الفيس بوك

المحور الرابع: الاشباعات التي يحققها موقع الفيس بوك لطلبة الجامعيين .

## 9- نظرية الدراسة:

### نظرية الاستخدامات والاشباعات:

نظرية الاستخدامات والاشباعات قدم هذا المدخل للمرة الأولى في عام 1959م حينما تحدث عالم الاتصال المعروف " إلهيو كاتز " katez Eliho عن ضرورة تغيير الخط الذي تسير فيه بحوث الاتصال والتركيز على كيفية تعامل الناس مع وسائل الإعلام بدلا من الحديث عن تأثيرها على الجمهور واقترح على الباحثين ضرورة التحول إلى دراسة المتغيرات التي تلعب دورا وسيطا في هذا التأثير من خلال البحث عن إجابة السؤال: ماذا يفعل الجمهور مع وسائل الإعلام ؟ فدراستي تشهد معرفة دوافع إقبال الطلبة الجامعيين نحو مواقع التدوين المصغر "تويتر " .

وتقوم هذه النظرية على عدد من الفروض يمكن تلخيصها فيما يلي:

• السلوك الاتصالي سلوك هادف وذو دوافع، حيث يسعى جمهور وسائل الإعلام بإيجابيته لتحقيق أهداف محددة من خلال استخدام هذه الوسائل ( مكأوي، وحسن السيد، 2003، ص

**(239)** فجمهور المتلقين هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة، وبالتالي فإنها تتناسب مع دراستي لأنها تدرس علاقة الجمهور بوسائل الإعلام ( عبد المجيد، 2006، ص 209-210)

• إضافة إلى أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون بعملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الإعلام لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم .

• استخدام وسائل الاتصال عند الحاجة التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع حاجات الجمهور .

• يستطيع الأفراد دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم بالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات ( بن مسعود البشير، 2003، ص 78)

ويحقق منظور الاستخدامات والاشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي:

1- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع اختيار واستخدام الوسائل التي تشبع حاجاته .

2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة، والتفاعل الذي يحدث نتيجة لهذا التعرض .

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري .

حسن وليلى السيد، 1998، ص 214 )

أهم الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباعات:

• أن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدوافع والإشباع، الهدف الوظيفية وهذه المفاهيم ليس تعريفات محددة وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي تحصل عليها من تطبيق النظرية تبعا لاختلاف التعريفات .

• أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية ونفسية واجتماعية وتختلف أهميتها من فرد لآخر، ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى .

• تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوعن سائل الإعلام استخدام معتمد ومقصود وهاذف والواقع يختلف في أحيان كثيرة ذلك فغير فهناك أيضا استخدام غير هادف (مصطفى

يوسف كافي، 2015، ص 216 )

إسقاط النظرية على الدراسة:

يمكننا من خلال منظور الاستخدامات والاشباعات معرفة آراء الطلبة الجامعيين عن طريق اختيارهم وتعرضهم لمحتويات موقع الفيس بوك دون المواقع الأخرى بالاسم الغير حقيقي، وهو ما نجده في المقابل ضمن الاستخدامات والاشباعات في الفكرة الخاصة بأن المتلقي يقوم باستمرار باختيار الوسائل الإعلامية .

بما أن جمهور الطلبة الجامعيين فإنهم سيقومون باختيار ما يناسبهم ويتوافق مع رغباتهم واهتماماتهم، أي أنهم ليسوا جماهير سلبية بل جماهير فعالة، وهذه الميزة ركزت عليها نظرية الاستخدامات والاشباعات في وصفها لهؤلاء الجماهير " بالجمهور النشط " .

إن موقع الفيس بوك يتنافس مع بقية المواقع في جذب الجماهير وهي المسلمة التي اتجه إليها كاتز في هذه النظرية بالتنافس وسائل الإعلام مع الوسائل الأخرى لإشباع حاجات الجماهير .

إن اتجاه الطلبة الجامعيين نحو موقع الفيس بوك نظرا لخصائصه المتعددة بغض النظر عن المضامين التي يقدمها بإمكانه إثبات مدى اهتمام الطلبة بالموقع وهو ما تعكسه مسلمة نظرية الاستخدامات والاشباعات المتمثلة في استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية .

استفادت هذه الدراسة من نموذج الاستخدامات والاشباعات من خلال التعرف على فروضها وأهدافها من شأنها أن توصلنا إلى معرفة مدى استخدام الطلبة الجامعيين للاسم الغير حقيقي في موقع الفيس بوك والاشباعات التي يحققها لهم .

## 10- تحديد مفاهيم الدراسة:

يعتبر تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية أمرا لا بد منه في الدراسات والبحوث العلمية ويرجع ذلك إلى أن المفاهيم تتعدد في البحوث الاجتماعية والإعلامية والنفسية تبعا لتلك التمتع وخصائصها وكما أن الباحثين أنفسهم اختلفوا حول إعطاء مفهوم واحد لظاهرة معينة . وبذلك اختلف المفاهيم من باحث إلى آخر، وفي دراستنا هذه سنتطرق إلى المفاهيم التالية:

1- الاستخدام 2- الإشباع 3- مواقع التواصل الاجتماعي 4 - موقع الفيس بوك 5- الطالب الجامعي .

## لغويا:

## 1- الاستخدام:

لغة: مصدر يغني عن الجمع إلا أنه عندما يدل على التنوع فإنه يجوز جمعه بالألف والتاء ليكون استخداما .

## 2- الاشباع:

مأخوذة من شبعه بمعنى أكل ما يكفيه فهو شبعان كما أنه يقال سبع عقله، فهو شبيع ومشبع ضد الجوع، كما جاء في قاموس الأداء بمعنى ممتلئ بطنه من الطعام والمكتفي والذي ملئ الأمر . (بن فارس بن زكريا، 1402هـ، ص 241)

## اصطلاحيا:

أما الاستخدامات والاشباع في الاصطلاح الإعلامي فإن الباحثين لم يتمكنوا من الوصول إلى المفهوم المحدد والدقيق للنظرية بحيث يكون تعريفا اصطلاحيا فقال " ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات وحاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه المادة " ( بن عبد الله محيا، 1994، ص 100)

وقد جاء في الموسوعة الإعلامية لمحمد منير حجاب في تعريف الاستخدامات والاشباع إن الاستخدامات كما يتضح من اسمها معروفة، أما الإشباع فهو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع وتدل الكلمة أيضا على الحالة التي يتم فيها ذلك تشكل فكرة الاستخدام

والاشباعات إحدى الركائز الأساسية التي تركز عليها المدخل الوظيفي، فنظرية الاستخدامات والاشباعات إحدى الركائز الأساسية أن تشرح كيف يستعمل الناس وسائل الإعلام وكيف يشبعون رغباتهم من خلال هذا الاستعمال ( منير حجاب، 2003، ص 214 / 215 )

إجرائيا:

يقصد بها استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيس بوك من أجل تلبية حاجاتهم مختلفة وإشباعات معرفية، اجتماعية، نفسية، وغيرها .

مواقع التواصل الاجتماعي:

- **الموقع لغة:** يعرف بأنه مكان أو مساحة يتم تخصيصها على شبكة الإنترنت وهو يحتوي على الكثير من المعلومات كما أنه يجب أن يقدم خدمات تفاعلية أخرى للمستخدم .
- **التواصل الاجتماعي لغة:** بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد من الناس ( أقارب، زملاء، أصدقاء ..... ) عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع ( ربحي عليان، 2003، ص 127 )
- **اصطلاحا:**

هناك عدة تعاريف للباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي حيث يعرفها:

**موقع ويكيبيديا:** تتصف تلك المواقع ضمن الجيل الثاني للويب وتسمى مواقع الشبكات الاجتماعية تقوم على المستخدمين بالدرجة الأولى وإتاحة التواصل بينهم سواء كانوا أصدقاء تعرفهم على أرض الواقع أو كانوا أصدقاء عرفتهم في العالم الافتراضي .

**تعرفها هبة محمد خليفة بأنها:** صفحات على الويب التي يمكن إن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام التي من شأنها أن تساعد على تفاعل الأعضاء مع بعضهم البعض ويمكن أن تشمل هذه المميزات المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة ( علي خليل شقرة، 2014، ص

( 127 )

إجرائيا: هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع للتفاعل والتواصل بين الأفراد على شبكة الإنترنت يتصفحها الطلبة الجامعيين من أجل تلبية رغباتهم وإشباع حاجاتهم .

### 11- الدراسات السابقة:

من خلال اطلاع الباحث على الدراسات السابقة التي لها علاقة بالموضوع الدراسة الحالية توصل إلى الدراسات التالية:

**الدراسة الأولى:** دراسة فاروق 2016 بعنوان " تأثير المواقع الافتراضية على الهوية لدى الطالب الجامعي "

تهدف الدراسة إلى الكشف عن تأثير استخدام المواقع الافتراضية على الهوية لدى الطالب الجامعي، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستعمل الباحث في دراسته على الاستبيان والمكونة من 17 عبارة، وطبقت على عينة قوامها 80 طالب وطالبة من طلبة السنة الثانية تخصص علم الاجتماع .

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن اغلب المبحوثين يستخدمون أسماء مستعارة ومجهولة، وأن اغلبهم يرون أن مراقبة الأهل لأبنائهم عند استخدامهم لمختلف المواقع الافتراضية تساعد على الحد من الآثار السلبية لهذه المواقع.

**الدراسة الثانية:** دراسة بن يحيى حميدة 2012 بعنوان " الهوية الافتراضية للطالب الجامعي على شبكة الإنترنت شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجا "

هدفت الدراسة إلى معرفة الأسباب تشكيل الهوية الافتراضية داخل شبكة الفيسبوك لدى الطالب الجامعي، واعتمدت على المنهج التجريبي، واستعملت الاستبيان كأداة للدراسة، وطبقت الدراسة على عينة قوامها 20 طالبا وطالبة من الجامعة .

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن:

قيام الأشخاص بطلبات صداقة من أشخاص لا يعرفونهم برغم المعايير الموضوعة من طرف إدارة الفيسبوك تجاه المستخدمين، وإن الأفراد يختارون اصداقهم في المجتمع الافتراضي على حسب ما يخدم مصالحهم وأهدافهم، الهدف من إرسال طلبات الصداقة هو إنشاء علاقات غرامية افتراضية من خلال شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك رغم أن هذا يتحدى سلطة التقاليد والقيم، يوفر الفيسبوك فرصة للجنسين في الترفيه والتعارف والتواصل وحتى الزواج.

**الدراسة الثالثة:** دراسة ركبي آمال كريمة 2014 بعنوان " الفيسبوك وعلاقته بتشكيل الهوية الافتراضية بمدينة تقرت "

هدفت الدراسة إلى محاولة التعرف على الهوية المشككة عبر موقع الفيسبوك، واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي، واستعملت الأدوات الملاحظة والمقابلة واستمارة، هذه الأخيرة التي طبقت على عينة قوامها 130 مبحوث، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

إن تنوع خدمات الفيسبوك وقوة التفاعلات بين مستخدميه إلا أن ذلك لم يؤدي إلى إي إنتاج من الهويات بل ساعد على إعادة إنتاج لهوية حقيقية، وإن الفيسبوك أدى إلى اندماج الفرد في النشاطات الاجتماعية مع الجماعة الاجتماعية الحقيقية.

**الدراسة الرابعة:** دراسة حمداني حورية وحمداني نسرین 2017 بعنوان " تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الشباب الجزائري الفيسبوك أنموذجاً بولاية غليزان .

هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير موقع الفيسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الشباب، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبيان كأداة لهذه الدراسة، واشتملت الدراسة على عينة قوامها 120 فرد من الجنسين، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

ان اغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك من الشباب يتواصلون باستخدام هوية افتراضية وذلك من اجل التصرف بكل حرية وجرأة دون أن يتعرف المستخدم الآخر عن هويته الحقيقية.

# الفصل الثاني

## الإطار النظري للدراسة

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي:

### 1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

تعرف على انها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات، والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية تصنف هذه المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني للويب (web 2.0) وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم "بناء المجتمعات" وبهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف على أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في شبكة الإنترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه في شبكة الإنترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه ومشاركة صورة ومذكراته وملفاته مع العائلة وأصدقائه وزملاء العمل. (وائل مبارك خضر فضل الله، 2011، ص7)

ويعرفها راضي زاهر: "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها" (زاهر راضي، 2003، ص23)

- ويعرفها محمد عواد: بأنها "تركيبية اجتماعية الكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد باسم العقدة (node) بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص".

- وتعرفها هبة محمد خليفة بالقول: "الشبكات الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء كلما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات ويمكنهم أيضا من التواصل المرئي

والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم " (محي الدين إسماعيل محمد الديهي، 2015، ص346)

## 2- التطور التاريخي لموقع التواصل الاجتماعي

يرجع ظهور مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي إلى عالم الاجتماع جون بارنز في عام 1954 حيث كانت تتمثل في نوادي المراسلة العالمية التي تستخدم في ربط علاقات الأفراد في مختلف الدول باستخدام الرسائل المكتوبة إلا أن ظهور شبكة الإنترنت ساعد على انتشار هذا المفهوم بشكل واسع من خلال التطبيقات والمواقع الالكترونية التي تركز على بناء شبكات اجتماعية تربط ذوي الاهتمام والنشاط المشترك بحيث يكون لكل مشترك حساب خاص يحتوي على ملف شخصي وسياسة حماية لحسابه، تسمح للمستخدمين بتبادل وتشارك المعلومات والبيانات والأفكار والرؤى .

وفي عام 1995 ظهر موقع the glob.com في أمريكا كأول موقع للتواصل الاجتماعي ثم تلاه في نفس العام موقع geocities وموقع tripod حيث كانت تركز هذه المواقع على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات وفي نفس العام ظهرت مواقع كانت تهدف لربط الأفراد من خلال عناوين البريد الالكتروني وكان أهمها موقع [www.classmales.com](http://www.classmales.com). ويربط الاتصال بين الزملاء .

وفي عام 1997 ظهر موقع six degress .com الذي يركز على الروابط غير المباشرة والملفات الشخصية للمستخدمين والرسائل المتبادلة المدمجة ضمن قائمة أصدقاء ومنح المستخدمين إمكانية التحكم في المحتوى والتواصل وما بين عام 2002 و2003 زاد الإقبال على شبكات التواصل الاجتماعي في مختلف أرجاء العالم من خلال ظهور عدة مواقع هي التي ساعدت على ذلك الأول موقع friedster الذي ظهر عام 2003 الثاني موقع face book الذي أنشأه مارك زوكربيرج mark zuckerberg ليجمع زملاءه في جامعة هارفارد الأمريكية وأصبح بسرعة كبيرة أهم مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى العالم

ومن ثم جاء بعده في عام 2005 موقعين هما my space و bebo حيث كان موقع my space هو الأكثر إقبالا وبهذا بدأ الانتشار العريض لشبكات التواصل الاجتماعي على

شبكة الإنترنت (إبراهيم أحمد الدوي، ص 4.)

وفي عام 2008 أيضا ظهرت عدة مواقع أخرى ( twister ) و(youtube) لتستمر ظاهرة مواقع الاجتماعية في التنوع والتطور تلك المواقع الاجتماعية أصبحت محل الدراسة للكثير من الدارسين في مجال المجتمعات والباحثين في عدد من المواضيع مل الخصوصية والهوية ورأس المال المجتمعات واستعمالات المراهقين (أحمد كاظم خنتوش، 2017.ص12)

### 3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي .

لمواقع التواصل الاجتماعي خصائص عديدة تنتشر عبر العالم ويمكن أن نذكر منها

مايلي:

- **التفاعلية والتشاركية:** يتسم التواصل عبر الشبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية سواء ما يتعلق بشخصيته أو ما يتعلق بموطنه التي يرغب بتقديمها إلى الآخرين، وتسمح شبكات التواصل الاجتماعي للأعضاء بمشاركة تلك المنشورات أو التعليق عليها أو إبداء الإعجاب لها ويكون بمقدور العضو الذي قام بالنشر مشاهدة ردود الآخرين ومدى تفاعلهم والرد عليهم مباشرة ( ماهر عودة الشمايلة وآخرون، 2014، ص85)

- **التواصل والتعبير عن الذات:** أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي قنوات اتصال جاذبة لا تعتمد على نشر محتوى معين، وأصبحت حاجة للمهتمين في الاتصال مع

الآخرين والتعبير عن الذات ( ناصر محمد الأنصاري، 2013، ص 21)

- **الحضور الدائم غير المادي:** توفر هذه الشبكات إمكانية التواصل بين مستخدم وآخر دون الحاجة لأن التقيا في وقت متزامن، وذلك من خلال ترك رسالة نصية أو صورة أو معلومة أو غيرها من مجالات اهتمام الشخص الذي بمقدوره أن يرد عليه

- بنفس الطريقة كما يمكن أن يتوصلا مباشرة سواء من خلال الدردشة النصية أو الشفهية باستعمال الميكروفون (حسين محمود هتيمي، 2014، ص 98)
- **الانفتاح:** معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مقترحة لردود فعل والمشاركة أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى. (مصعب حسام الدين قتلوني، 2014، ص 26)
- **التوفير والاقتصادية:** اقتصادية في الوقت والجهد والمال في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على شبكات التواصل الاجتماعي وليس حكرا على أصحاب الأموال، أو حكرا على جماعة دون أخرى (عباس صادق مصطفى، 2008، ص 117)
- **إنشاء مجموعات** تتيح مواقع التواصل الاجتماعي خاصية إنشاء مجموعة يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة ومن خلالها يتم التواصل بين مجموعة ذات اهتمام مشترك .
- **إزالة القيود المفروضة على العالم الحقيقي:** تتمتع مواقع التواصل الاجتماعي تميزه لإزالة القيود المفروضة على السلوك الاجتماعي والتعاوني والمتمثلة في اللغة، الموقع الجغرافي وقيود الزمان والمكان (ديهمي زينب، 2012، ص 86)
- **سهولة الاستخدام:** لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومعظم الشبكات توفر الصفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع (ماهر عودة الشمايلة وآخرون، 2014، ص 86)
- **خاصية الأهداف العامة:** تتيح هذه الخاصية للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما جار حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء به .
- **خاصية الإعلان:** تمكن للمستخدمين من الإعلان عن أي منتج يودون الإعلان عنه والبحث عن أي منتج يرغبون في شرائه (وائل مبارك فضل الله، 201، ص 8)

- الأصدقاء الشخصية أو الصفحات الشخصية: ومن خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف إلى اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس وتاريخ الميلاد والبلد والاهتمامات والصور الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات .
- ألبومات الصور: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها ( أسامة غازي المدني، 2015، ص 399)

### ثانيا: موقع الفيسبوك

#### 1- تعريف الفيس بوك:

يعد الفيس بوك من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى العالم، ولقد تم إطلاقه في فبراير 2004، ومن مؤسسيه مارك زوكربيرج mark zuckerberg الذي كان طالبا في جامعة هارفارد من ابرز مؤسسي هذه المواقع، فقد كان له دور بارز في تسهيل تبادل المعلومات بين الطلاب في الجامعة عبر شبكة التواصل الاجتماعي، وقد أحدثت مواقع تحولت لاحقا للمواقع الذي بات أشهر مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك. ( فهمي، 2017ص9).

ويعتبر موقع الفيس بوك للتواصل الاجتماعي ذرة تلك المواقع، فهو أكثر من ساهم في نشر ثقافة التواصل الاجتماعي بين الناس من مختلف الطبقات والاتجاهات والأديان حل العالم، وذلك بسبب خصائصه التي يسرت وشجعت الناس على الاشتراك والتواصل عبرها.

ويعرف الفيس بوك FACEBOOK بانه: " موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كشائيات) أن يبرز نفسه، وان يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، إنشاء روابط تواصل مع الآخرين".

وعرف في قاموس الاعلام والاتصال على انه: " موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة البروفایل وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه ليشمّل كل الأشخاص.

ويعرف الفيس بوك على انه موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي أي انه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين أن يبرز نفسه وان يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين (محمد منتصر، 2013، ص 20).

كما يعرف موقع الفيس بوك موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية أي انه يتيح عبره الأشخاص العاديين أو الاعتباريين كالشركات إبراز أنفسهم أو تعزيز مكانتهم عبر أدوات المواقع للتواصل مع الأشخاص آخرين ضمن نطاق هذا الموقع أو عبر التواصل مع التواصل الأخرى وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين (عباس مصطفى، 2008، ص 20).

كما يعتبر موقع فيسبوك واحد من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعي وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء (خالد غسان يوسف، 2013، ص 34).

وتذكر أمال عساني: أن موقع الفيس بوك يعتبر من احد المواقع الافتراضية أو التخيلية التي نشأت على الإنترنت والذي يجمع الملايين من المشتركين من مختلف بلدان العالم والفيس بوك يعد عالم تخيلي بحق فهو يحتوي على الدردشة إضافة إلى العديد من التطبيقات التي تتيح للفرد أن يعبر عن نفسه بشتى الطرق وان يتعرف على حياة الآخرين والبيانات الشخصية المتعلقة بهم، كذلك يمكنه أن يضع صورته وصورة أفراد عائلته (أمال عساني، 2015، ص 47).

كما يعرف موقع الفيس بوك على انه: " يعتبر من أشهر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وأكثرها شيوعا في الوقت الحالي ويعتبر أداة لتوصيل فهو لا يمثل منتدى

اجتماعي وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتهم مايشاء (محمد السيد حلأوة ورجاء عبد العالي، 2011، ص 113).

## 2- نشأة الفيس بوك:

أسس هذا الموقع مارك زاكريج سنة 2004 وهو احد طلبة هارفارد الذي أصبح فيما بعد يعد اصغر ملياردير في العالم وهذا بغرض التواصل بين الطلبة في هذه المجموعة، ومن ثم انتشر استخدامه بين الطلبة في الجامعات مثل بريطانيا، أمريكا وكندا وليتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية آلة موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة الفيس بوك التي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لاستدراك 21 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام ليتحدى أي موقع للتواصل الاجتماعي ويصبح الأول على صعيد العالم، وبلغ عددهم حسب إحصائيات سنة 2011 بلغ العدد 800 مليون مشترك.

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء والعائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الالكترونية ومنبر لعرض الأفكار السياسية وتكوين تجمعات سياسية الكترونية عجزت عنها اعتي الأحزاب الفعلية على أرض الواقع، وكذلك ليصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمد على الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها وكذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الالكترونية لنقل أخبارها والترويج لكتابها وغيرها من وسائل الإعلام، ليتعدى موقع الفيس بوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض، ويتوقع أن يصل عدد مشتركيه في سنة 2013 إلى قرابة نصف مليار مشترك وليصبح مستقبلا اكبر تجمع الكتروني بشري على وجه الأرض (حنان شعشوع، 2014، ص 31-32).

## 3- مميزات الفيس بوك:

يتضمن موقع الفيس بوك كشبكة اجتماعية بعدد من الخصائص والسمات التي تتيح للمستخدمين التواصل مع بعضهم البعض والتي تتمثل في:

- **خاصية لوحة الحائط:** وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم.

- **خاصية الصور:** وهي التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الموقع.
- **خاصية الحالة:** تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في أية وقت الحالي.

- **خاصية التعليقات:** وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات (**حسين شقيق**)، (2013، ص185).

- **الملف الشخصي:** فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المضلة لك، وكلها معلومات مفيدة من تجل سهوله التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات لشركات التي تريد أن تعلن لك سلعاها بالتحديد .

- **إضافة صديق:** وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وان يبحث عن أي فرد موجود علي شبكة الفيس بوك بواسطة بريده الالكتروني.

- **إنشاء مجموعة:** تستطيع من خلالها خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الانترنت أن تنشئ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية... الخ، وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

- **النكزة:** منها يتاح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخبر المستخدم بان يقوم بالترحيب به. (يوسف المقداد، 2013.ص.35).
- **التغذية الإخبارية:** التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة والأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.
- **الهدايا:** ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية
- **السوق:** وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين الذي يقوم بنشر الإعلانات مبنوبة مجانية.
- **انشاء صفحة خاصة على الموقع:** وهي ميزة تسمح للمستخدم بإنشاء صفحة خاصة بموضوع معين ويكون اسم الدومين الخاص بها منتهيا بالفايس بوك ويتيح ل كان تروج لفكرتك أو منتجك أو حزبك أو جريدتك ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة ولنكها ليست متخصصة كما في المدونات وكذلك يتيح أدوات الترويج للصفحة مع الفايس بوك والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل لصفحتك على الفايس بوك تدفع مبالغ يوميا أو شهريا أو سنويا يتراوح بين بضعة سنتان إلى الآلاف بل الملايين في حالة الإعلان لمئات المشتركين على الموقع لكي يتمكنوا من رؤيته(خالد غسان يوسف، مرجع سابق، ص 36).

لذلك تحتل شبكة الفيسبوك حاليا من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي (غوغل ومايكروسوفت)، وهو موقع الكتروني يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، وقد وصل عدد المشتركين فيه بعد ست سنوات من عمره أكثر من 800 مليون مشترك من كافة أنحاء

العالم، وكما هو معروف في الكثير من الوسائل الإعلامية ووسائل التواصل الاجتماعية، إن هناك من استغله في الجانب السيئ، وهناك من استفاد منه للتواصل بالصور والتعليقات مع أصدقائه في شتى أنحاء العالم(الديهي، 2015، ص465).

#### 4- استخدامات موقع الفيس بوك:

أورد محمد سيد ريان حينما أجاب على السؤال لماذا يستخدم الناس الفيس بوك في النقاط التالية:

- يساعد على التواصل الاجتماعي من خلال قضاء الوقت مع الآخرين
- يساعد على اكتشاف الأشخاص والأفكار والمواقف والقدرات الشخصية.
- سرعة التبادل المعلومات والأخبار
- يمكن من استخدام التطبيقات والاستقصاءات والمشاركة مع الآخرين.
- يمكن استخدامه في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني
- حلول الأعمال والدعاية لفرد أو لجهة أو منظمة أو شركة والخدمات المرتبطة بها.
- الحصول التغذية الراجعة وآراء الناس في الخدمات أو المنتجات أو الأفكار المعروضة.
- جلب الزوار والمعجبين لموقع الشخص أو الجهة بربطه مع صفحة الفيس بوك
- الحصول على الحافز الاجتماعي وتشجيع الآخرين.
- الاهتمام بالأحداث ذات الاهتمام المشترك والترويج لمناسبات مهمة ومؤثرة.
- تبادل التهاني والتوصيات والمذكرات المشتركة بين الأشخاص.
- الاحتفاظ بالمواضيع المطروحة للنقاش والملاحظات.
- الخصوصية مع اتخاذ الاحتياطات اللازمة من خلال قوائم سهلة (حسين شفيق، مرجع سابق، ص 194).

## 5- إحصاءات موقع الفيس بوك:

من الإحصاءات لموقع الفيس بوك والتي نشرتها مدونة ديجتال بيز سنة 2011 والتي

بينت ما يلي:

- بلغ متوسط عدد الأصدقاء لكل مستخدم 130 صديق.
- ما نسبته 48 من مستخدمي الفيس بوك تتراوح أعمارهم بين 17/34 سنة يقومون بالاطلاع عليه بعد استيقاظهم من النوم ومنهم 28 يفعلون ذلك حتى قيامهم من على السرير.
- نسبة المستخدمين من اللذين أعمارهم 35 سنة فما فوق تزيد باطراد وهي تمثل حاليا أكثر من 3 من إجمالي المستخدمين.
- المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم 18-24 سنة هي الأسرع نموا بنسبة 48 سنويا.
- 82 من المستخدمين الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية موجودون على الفيس بوك ويمثل مستخدمو الموقع من خارج الولايات 800 من إجمالي المستخدمين.
- مليون تطبيق يتم تركيبها يوميا
- أكثر من 200 مليون شخص يدخلون على الموقع نفسه بواسطة هواتفهم الجواله
- 48 من الشباب ذكروا بان الفيس بوك أصبح مصدرهم لاستقاء الأخبار
- في كل 20 دقيقة على الفيس بوك تتم مشاركة مليون رابط وتتم قبول 2 مليون شخص كما يتم إرسال حوالي 3 ملايين رسالة.(بدر الدين بلعباس، 2015، ص 45).

## 6- إحصائيات موقع الفيس بوك في الجزائر:

كشف موقع سوسيال باك انه مع بداية عام 2012 سجلت الجزائر نسبة في ارتفاع دخول الفيس بوك قدرت نسبتهم ب 8.20 مقارنة بعدد السكان في الجزائر وب 60.32 بالنظر إلى مستخدمي الإنترنت حيث بلغ عدد مستخدمي الفيس بوك مليونين و 835 ألفا وأشار أن عدد الذكور الجزائريين الذين يستخدمون الفيس بوك أكثر من عدد الإناث حيث بلغ عدد الذكور ب 68 في حين بلغ عدد الإناث ب 32 بالمائة

## 7- إيجابيات وسلبيات موقع الفيس بوك:

لا يستطيع احد إغفال الآثار المرتبطة بالإقبال الكبير للشباب باختلاف مستوياتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، فهناك بعض الآثار الايجابية والسلبية التي تؤثر في هذه الشريحة الكبيرة من المجتمع، ونذكر فيما يلي هذه الآثار:

## • إيجابيات موقع الفيس بوك:

يعتبر الفيس بوك موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، وهو النافذة التي يطل منها الشباب على العالم الخارجي، ويستطعون من خلاله ممارسة العديد من الأنشطة التي تساعدهم على التقرب والتواصل بينهم وتفتح لهم أبواب تمكنهم من إطلاق إبداعاتهم ومشاريعهم التي تحقق أهدافهم وتساعد على المجتمع على النمو، وذلك من خلال ما يسمى بالمجموعات، وهناك بعض المميزات لموقع الفيس بوك هي:

- إلغاء الحاجز الزمان ومن ثم سرعة التأثير.
- إلغاء حاجز المكان ومن ثم سعة الانتشار.
- إلغاء إمكانية تكميم الأفواه ومن ثم تحقيق مناخ الحرية (خاصة حرية التعبير) تفعيل آلية الشورى (بوجه من الوجوه)
- التشجيع على إبداء الرأي دون خوف عقاب أو تسلط، وهذا من اكبر المحفزات على الإبداع والاجتهاد والتجديد (بمعانيها الواسعة الشاملة).
- تفعيل آلية الضبط الاجتماعي فأى انحراف في الرأي أو خلل في الرؤية أو التقصير في الفعل ينشر على هذه الصفحات الالكترونية، سيجد من يقومه ويرشده.
- يحفز على التفكير الإبداعي وبأنماط وطرق مختلفة بسبب التواصل مع أشخاص مثقفين ومن بيئات مختلفة.
- يعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين وتعلم أساليب تواصل الفعال.
- يساعد على التعلم وذلك عن طريق تبادل المعلومات مع الآخرين.
- يساعد في تنشيط المهارات لدى المستخدم.

- يحقق قدرا لا بأس به من الترفيه والتسلية.
- يساعد في الحصول على وظيفة مناسبة. (العريشي، 2015، ص63).
- العالمية حيث استطاعت أن تلغي الحواجز المكانية والزمانية وسمحت للتواصل سهولة ويسر في بيئة افتراضية تقنية تجمع مجموعة من الأفراد .
- تساعد على تبادل الآراء والأفكار ومعرفة ثقافات الشعوب .
- تمكن من ممارسة العديد من الأنشطة التي تساعد على التقرب والتواصل مع الآخرين . (إبراهيم أحمد الدوي، ص 7)
- التواصل مع العالم الخارجي وتبادل الآراء والأفكار ومعرفة ثقافات الشعوب وتقريب المسافات .
- تفتح أبواب يمكن من خلالها إطلاق الإبداعات والمشاريع التي يحقق الأهداف وتساعد المجتمع على النمو
- أسرع وسيلة لتلقي الأخبار والمعلومات .
- فضاء كبير للنقاش حول مختلف القضايا .
- أدت إلى ظهور صحافة المواطن .
- تدعم انتشار الإعلام الرقمي .
- تساعد طالبين العلم والباحثين . (فتحي، حسين عامر، 2011، ص204)
- سلبيات موقع الفيس بوك:

من سلبيات الموقع نذكر ما يلي:

**الإدمان والعزلة الاجتماعية:** فلا شك أن صفحة الفيس بوك من ابرز مواقع التواصل الاجتماعي فهي مغرية وتجذب الشباب بشكل خطير جدا وينتهي بها الأمر إلى الإدمان الذي يؤدي إلى العزلة عن المجتمع مما يؤدي إلى هدر في الطاقات ويبدو الوقت بلا قيمة ولا معنى وخصوصا لدى الشيلي الذي ترك يواجه الفراغ والبطالة والعجز والإحباط وفقدان الأمل في مستقبله، فيبحث عن تسلية وقته في حجات الدردشة التي تتحول مع الوقت إلى إدمان

أشبه بإدمان المخدرات لا يمكن الخلاص منه فيظل منهم مرتبطا أمام هذه الشبكة بالساعات المتواصلة التي تزيد أحيانا عشر ساعات في اليوم الواحد.

- **السرقة العلمية:** يقوم بعض الأشخاص بسرقة أفكار الغير التي قام بنشرها على صفحة الفيس بوك ثم يدخل بعض التعديلات عليها وينسبها لشخصه.

- **الإخلال بالنظام العام:** يمكن استخدام صفحة الفيس بوك في زعزعة الاستقرار والأمن عن طريق ترويج وإفزاز الأفراد وإشاعة الفوضى وتفويض حالة الأمن والاستقرار، أو منع السلطات العامة من ممارسة صلاحياتها أو تعطيل تطبيق الدستور والقوانين وتفويض النظام العام، ما يترتب عليه تشتيت الجهود وانخفاض الروح المعنوية لمواطنينا بالإضافة إلى الانتقام من المجتمع وتهديد امن وسلامة أفراده بسبب مشكلات نفسية واجتماعية تجلب الحقد في صدور بعض المستخدمين على المجتمع وتجعلهم يخرج عن قواعد الضبط الاجتماعي (صارة، 2015، ص54).

- **انتهاك الخصوصية:** في صفحة الفيس بوك، لا سرية لحق ولا خصوصية لإنسان، وكيف يمكن للمرء أن يحافظ على حقوقه الخاصة والعامة وهو يضعها أمام الملايين من البشر وهو لا يدري الصالح منهم، والمحسن من المسيء، وهذه المسألة تكفي لكي يبقى المرء في حالة من الاضطراب مما يؤثر في سلوكه وأخلاقه ودوره في الحياة .

وانتهاك الخصوصية من أبشع ما يحدث للمرء على التواصل الاجتماعي، حيث الكثير من العلاقات والمكالمات التي تحدث بين المشتركين، يمكن الاطلاع عليها من الجهات الخاصة بإرادة هذه الشبكات، أو من خلال الهاكرز، ويمكن عند الحاجة توظيف هذه المعلومات وابتزاز أصحابها .

- **فوضى المعلومات والمضامين:** وتعدم تقريبا في صفحة الفيس بوك سبل الرقابة على المنشورات، الأمر الذي أفسح المجال لنشر مضامين سلبية أو مخالفة للشرع، وللغزو الفكري والثقافي، ومحاولات التغريب وتهديد الهوية الثقافية للمجتمعات الإسلامية، والترويج للمنتجات الغربية، والإعلانات الهتبطة، وتشجيع السلوكيات الضارة .

- فضاء مفتوح للإساءة للآخرين: في عالم الفيس بوك، ليس ثمة معلومة محققة سوى ما يكون من مصادره الأصلية، وكل ما ينشر على صفحات المشتركين يبقى في دائرة الشك إلى أن يثبت عكسه، وهذا من المخاطر التي جعلت شبكات التواصل ساحة مفتوحة للمغرضين لنشر الأكاذيب والإشاعات.

- **الثرثرة الإلكترونية:** وهي من أخطر ما يقع فيه مستخدمو صفحة الفيس بوك، لهذه الثرثرة صور كثيرة من بينها نشر معلومات أو صور عن وجهة آمنة معينة ومخططاتها وعتادها، دون وعي امني، مما يشكل خطرا يتهدد هذه الجهة وأبنائها والمحيطين بها.  
( مصطفى بشير بوبكر، 2015، ص 48).

- **الاستدراج الإلكتروني:** وهذه وسيلة تمارسها الجهات المعادية من خلال صفحات خداعة عبر الادعاء بقدرتها على تقديم مساعدات وحلول لتحسين أوضاع الشباب وإيجاد فرص عمل أهم، أو من خلال صفحات تهدف إلى التطبيع وإسقاط الشباب تحت مسميات التعايش والسلام.

- **الهندسة الاجتماعية:** وهذا الفن الحديث، يستخدمه رجال المخابرات والمعنيون في التعرف على طبيعة التفكير لدى الناس، وتحصيل أكبر قدر ممكن من المعلومات عنهم، وبالتالي استغلالها في إسقاطهم في وحل أفكار مشوهة تدفع نحو التطرف أو الاقتتال أو رداءة الخلق والبعد عن الدين، كل ذلك تحت مسميات الصداقات، والعلاقات العاطفية الوهمية .

- **بث الشائعات:** عمدت المخابرات العالمية إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في بث الشائعات، من اجل زعزعة الجبهات الداخلية في البلدان المختلفة، خاصة أثناء الحروب، والتحريض على التنظيمات والجهات الأمنية، وتنفير المواطنين منها.

- **الجروبات المشبوهة:** أصبح تبادل الحوارات والمعلومات العسكرية ضمن جروبات يتم إنشائها من قبل شباب، عبر شبكات التواصل الاجتماعي، أمرا اعتياديا، وأصبحت المعلومات الأمنية والعسكرية تتداول في هذه الجروبات من الجميع، بدافع التفاخر أو سرعة التواصل

وتوسيعه، مع غياب الحس الأمني وتجاهل المخاطر المترتبة على ذلك (غازي، 2017، ص 21).

ومن سلبيات موقع الفيس بوك نجد:

- الإدمان عندما يعتاد الشخص على استعمال هذه الشبكات عندما يصاب بالإدمان وبالتالي في وقت لاحق يصاب بأمراض مختلفة كنقص البصر والقلق وعدم الاستقرار .
- الانعزال على العالم الافتراضي مع زيادة استخدام الشبكات الاجتماعية قلت الحاجة للتعامل مع الناس على أرض الواقع ( عبد الرازق الدليمي، 2011، ص 18)
- عدم رقابة على مضامينها .
- كثرة الإشاعات والمبالغة .
- بعض النقاشات التي تبتعد عن الاحترام وتقبل الآراء الأخرى .
- انعدام الخصوصية ما يؤدي إلى أضرار مختلة .
- غياب مصادر في عالم الشبكات الاجتماعية تغيب المصادر الموثوقة للمعلومات وتغيب حقوق الملكية الفردية . ( دهيمي زينب، 2012، ص 20)

ثالثاً: الأسماء الغير حقيقية والفيسبوك

### 1- الخصوصية على موقع الفيس بوك:

يتيح الفيس بوك ميزة الخصوصية يتميز بها عن باقي مواقع التواصل الاجتماعي وذلك عن طريق اختصارات الخصوصية التي تدرج تحت علامة القفل بجوار الصفحة الرئيسية وذلك أعلى الفيس بوك وتدرج منها ثلاث خيارات وهي من يستطيع رؤية محتوى المستخدم؟ ومن يستطيع الاتصال به؟ وكيف يستطيع منع الأشخاص من مضايقته؟

**رؤية المحتوى:** وهنا يختار ما يريد ان يرى منشوراته القائمة حيث يمكن اختيار خاصية الأصدقاء أي ستظهر للأصدقاء فقط (نانسي متولي، 2018، رابط نت).

**اختيارات الإرسال:** وهنا تسمح للمستخدم من يستطيع إرسال الرسائل ومن يستطيع إرسال طلبات الصداقة يقوم اختيار أما العامة أو أصدقاء الأصدقاء.

منع المضايقة: وهنا تقوم بحضر الشخص الذي يضايقه.

الظهور أون لاين أو أوف لاين: وهي ميزة تضيفي للخصوصية مؤقتة للمستخدمين وذلك من خلال رغبة المستخدم التحدث والردشة مع الشخص واحد وقد يرغب في رؤية الآخرين في حالة الوجود أو النشاط المتواجد في الدردشة لتجنب الحديث إليهم وتتم هذه العملية عن طريق الضبط على الإعدادات المتقدمة ثم القيام باختيار قائمة الأصدقاء الذين يريد الظهور إليهم في حالة الحضور أو الغياب.

## 2- دوافع استخدام الفيس بوك:

تمثل العلاقات الإنسانية بين الأفراد الوسط العاطفي والمعرفي الذي يبني الإنسان من خلاله أهدافه وقيمه في الحياة فنمط التعامل مع الغير ونوع العلاقة التي يبنها الفرد من قوة وضعف سلبية أو ايجابية سطحية أو عميقة هزلية أو جدلية ونوع ارتباطها بالأسرة والقربة والصدقة أو العواطف أو المصالح ونتائج كل علاقة من ذلك وأثارها على اتجاهات الفرد أو قيمة سلبية أو ايجابية وما تورثه هذه من ايجابية تدعم الفرد وتنمية أو مشاكل تسبب في الضرر المباشر أو الغير المباشر له، كما يسعى الشباب إلى تكوين علاقات إنسانية واجتماعية خاصة بهم خارج محيط الأسرة والعائلة وقد يكون ذلك نتيجة افتقارهم لدفيء الأسري أو نتيجة لمعاناتهم من مشاكل نفسية أو أسرية وقد أوضحت دراسة قامت بها يونغ عن إدمان الإنترنت والتي أجريت على 496 مبحوث والتي بينت من خلالها دوافع الفرد إلى استخدام الإنترنت بصفة عامة والفيس بوك بصفة خاصة وهي:

- الوحدة

- الاستياء في العلاقات الزوجية (محمد السيد حلاوة ورجاء عبد العالي، ص76).

- التوتر العصبي الناتج عن العمل

- الملل

- الكآبة

- المشاكل المالية

- الاستياء من المشاكل الزوجية

- المشاكل الأسرية

- القلق

- الحياة الاجتماعية المحدودة

### 3- استخدام الأسماء المستعارة من قبل المستخدمين في الفيس بوك:

يعد الاسم الذي يختاره كل مستخدم من أهم ملامح الهوية الافتراضية في الفيس بوك فالأسماء المستعارة تضع أصحابها في بعض الأحيان في القوالب ولتلتزمهم سلوكيات وأخلاقا وتضعهم في موضع العتاب واللوم إذا ما أتوا تصرفا لا يليق بالأسماء التي يحملونها ولا بد أن للمختصين في علم النفس وعلم الاجتماع وجهات نظر مهمة في التأثيرات النفسية والاجتماعية للأسماء على أصحابها وصاحباتها (بهاء الدين حمد مزيد، 2001، ص17).

وبالتالي فإن الاسم المستعار التي نجدها في الفيس بوك من قبل مستخدميه وصورهم لا تكاد هذه التتويجات لا تتجاوز حالات أربعة والتي تتمثل في:

- اسم حقيقي مع صورة غير شخصية: ويستخدمها الأشخاص الذين يعيشون ظروف اجتماعية أو نفسية خاصة أو تسعى إلى تحقيق غايات لا يليق بأصحابها الإعلان عنها أو عن أنفسهم وربما تجتمع الظروف الخاصة مع الغايات الغير اللائقة.

- مع ذلك نجد الشباب والرجال يختارون أسماء نسائية طمعا في جذب البنات والنساء والفتيات يستخدمن أسماء لذكور تجنباً لتداعي الذكور الطامعين عليهم أو تقاديا لرقابة والمستخدم المستعير لهذه الأسماء لا يتوقف عند تجلبه شهرة الاسم من مكانة اجتماعية افتراضية قد تتحول إلى واقع بل تتعداه إلى الدخول في حالات النقص أو تسويق الذات بما لا يتم عن حقيقة هذا الشخص ومكوناته.

فالمحادثة عبر الدردشة تعطي الشخص الفرصة للكلام على أشياء لا يستطيع قولها مباشرة بسبب الهويات المزيفة التي يستعملها المستخدم وبالتالي لا تستطيع الأطراف الأخرى

التعرف على الشخصية الحقيقية له ولا يعرفون سوى اسمه المستعار. (جبريل حسن وسلمي بنت عبد الرحمن، 2015، ص 106).

- اسم حقيقي مع صورة شخصية: الأشخاص الذين يضعون أسمائهم وصورهم الشخصية نجد معظمهم من الشخصيات عامة والمتقنون وأساتذة وباحثون وبعض الأفراد الذين يستخدمون صورهم الشخصية، لأسباب متباينة منها ارتباط هذه الصورة بمناسبات وشخصيات في لحظات تاريخية محددة (بهاء الدين حمد مزيد، ص 17).

- اسم حقيقي مع صورة غير شخصية: ويتم عبر هذه الخاصية للمستخدم أن يعطي اسمه الحقيقي ولكن ليست صورته الحقيقية ونجد هذه في حالات قليلة من الذكور وتكثر عن الفتيات فمن الذكور من يستخدم اسمه الحقيقي ويضع صورة زعيم أو نجم أو شيخ أحيانا يبقى الاسم الحقيقي من صورة شخصية إلى صورة غير شخصية.

- اسم غير حقيقي مع صورة شخصية: نادرا لان الصورة الشخصية دليل على صاحبها فما الداعي إلى التخلي وراء الأسماء المستعارة.

إن الكلام عن الأسماء الحقيقية لا بد من التعرّيج على الألقاب ومنها الشاعر، الكاتب وتلك الألقاب التي يختارها البشر لأنفسهم (بهاء الدين حمد المزيد، مرجع سابق، ص 20).

تضفي على حياتهم معنى وتجعل لها غايات وأهداف وتعين غيرهم على فهم ميولهم وقد يضع مستخدم الفيس بوك كنيات مثلا أبو ولهذه الاختيارات دلالة على شخصيات أصحابها كذلك .

ولما يختار بعض الأشخاص في الفيس بوك اللقب المهني قبل الاسم ويستخدم آخرون أسمائهم دون ألقاب، لذلك تفسيرات ربما يكون الإصرار عن اللقب تعبيراً عن شخصية رسمية مثل جامعة أو تبسيط بدون مبررات مقنعة وربما يكون راجع لسوء معاملة خصوصا في المجتمعات العربية، وإن استخدام الأسماء المستعارة راجع إلى جملة من الغايات فبعض هذه الأسماء تخفي هويتها خجلا أو حذر القيود الاجتماعية أو تجنباً لفخاخ الشبكة العنكبوتية (بهاء الدين بن مزيد، مرجع سابق، ص 20).

# الفصل الثالث الجانب التطبيقي

أولاً: توزيع أفراد العينة: المحور الأول: البيانات الشخصية

1- توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 1 : يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

النسبة %	التكرار	الجنس
34,70%	52	ذكر
65,30%	98	أنثى
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 150 فرداً، نلاحظ أن 52 فرداً يمثلون حجم الذكور بنسبة بلغت 34,70%، أما حجم الذكور فقد بلغ 98 فرداً يمثلون حجم الإناث بنسبة قدرت بـ 65,30%، وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة من جنس الإناث.

2- توزيع أفراد العينة حسب متغير السن: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 2: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السن

النسبة %	التكرار	السن
26,00%	39	سن 18-22
61,30%	92	سنة 23-27
12,70%	19	أكبر من 28 سنة
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 150 فرداً، نلاحظ أن عدد الذين بلغت أعمارهم ما بين 18-22 سنة يقدر بـ 39 فرداً بنسبة بلغت 26,00 %، أما حجم الذين بلغت أعمارهم ما بين 23-27 سنة فقدر حجمهم بـ 92 فرداً بنسبة 61,30 %، وأما الذين بلغت أعمارهم أكبر من 28 سنة فقدر حجمهم بـ 19 ونسبته 12,70 %، وهذا ما يوحي أن اغلب أفراد العينة من ذوي السن 23-27 سنة.

3- توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 3: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الدراسي.

النسبة %	التكرار	المستوى الدراسي
12,70%	19	السنة الثانية ليسانس
24,70%	37	السنة الثالثة ليسانس
19,30%	29	السنة أولى ماستر
43,30%	65	السنة الثانية ماستر
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 150 فرداً، نلاحظ أن 19 فرداً لديهم مستوى السنة الثانية ليسانس بنسبة بلغت 12,70 %، ثم الأفراد ذوي المستوى التعليمي الثالثة ليسانس الذي بلغ عددهم 37 فرداً بنسبة قدرت بـ 24,70 %، في حين بلغ عدد الأفراد ذوي مستوى السنة أولى ماستر بـ 29 ونسبة قدرت بـ 19,30 %، أما الأفراد ذوي مستوى السنة الثانية ماستر بلغ عددهم 65 فرداً بنسبة قدرت بـ 43,30 %، وعليه فإن اغلب أفراد العينة من مستوى التعليمي ثانية ماستر.

4- توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 4: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير التخصص.

النسبة %	التكرار	التخصص
16,66%	25	علم النفس
23,33%	35	علم الاجتماع
30,00%	45	إعلام واتصال
20,00%	30	تاريخ
10,00%	15	علوم إسلامية
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 150 فرداً، نلاحظ أن 25 فرداً من تخصص علم النفس بنسبة بلغت 16,66%، ثم الأفراد ذوي تخصص علم الاجتماع الذي بلغ عددهم 35 فرداً بنسبة قدرت بـ 23,33%، في حين بلغ عدد الأفراد ذوي تخصص إعلام والاتصال بـ 45 وبنسبة قدرت بـ 30,00%، أما الأفراد ذوي تخصص تاريخ بلغ عددهم 30 فرداً بنسبة قدرت بـ 20,00%، وفي الأخير ذوي التخصص علوم إسلامية الذي بلغ عددهم 15 فرداً بنسبة قدرت بـ 10,00%، وعليه فإن أغلب أفراد العينة من ذوي التخصص علوم الإعلام والاتصال.

ثانيا: تحليل النتائج

تحليل نتائج المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي:

5- توزيع أفراد العينة حسب متغير منذ متى وأنت تستخدم الفيس بوك: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 5: حسب يبين توزيع المبحوثين حسب منذ متى وأنت تستخدم الفيس بوك

النسبة %	التكرار	البدائل
08,66%	13	اقل من سنة
23,33%	35	من سنة إلى ثلاث سنوات
68,00%	102	أكثر من ثلاث سنوات
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً، على السؤال " منذ متى وأنت تستخدم الفيس بوك ؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " اقل من سنة " وقد بلغ عددهم (13) فرداً بنسبة مئوية بلغت 08,66%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " من سنة إلى ثلاث سنوات " والبالغ عددهم (35) بنسبة مئوية قدرت بـ 23,33%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 68,00% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " أكثر من ثلاث سنوات " والبالغ عددهم (102)، مما يعني أن اغلب إجابات أفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك منذ أكثر من ثلاث سنوات.

6- توزيع أفراد العينة حسب المكان المفضل في استخدام موقع الفيس بوك: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 6: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المكان المفضل في استخدام موقع الفيس بوك

النسبة %	التكرار	البدائل
40,00%	60	البيت
06,66%	10	مقهى الإنترنت
50,00%	75	الجامعة
03,33%	05	الأماكن العمومية
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " ما هو المكان المفضل في استخدام موقع الفيس بوك؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " البيت " وقد بلغ عددهم (60) فرداً بنسبة مئوية بلغت 40,00%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " مقهى الإنترنت" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 06,66%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 50,00% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " الجامعة " والبالغ عددهم (75)، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الأماكن العمومية" والبالغ عددهم (05) بنسبة مئوية قدرت بـ 03,33%، ما يعني أن أفراد العينة يقرون بأن المكان المفضل في استخدام موقع الفيس بوك هو الجامعة.

7- توزيع أفراد العينة حسب عدد مرات تصفح موقع الفيس بوك في اليوم: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 7: يبين عدد مرات تصفح موقع الفيس بوك في اليوم

النسبة %	التكرار	البدايل
13,33%	20	مرة واحدة
20,00%	30	مرتين
23,33%	35	ثلاث مرات
43,33%	65	أكثر من ثلاث مرات
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " كم عدد مرات تصفح موقع الفيس بوك في اليوم؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " مرة واحدة " وقد بلغ عددهم (20) فرداً بنسبة مئوية بلغت 13,33%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " مرتين " والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ 20,00%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " ثلاث مرات " والبالغ عددهم (35) بنسبة مئوية قدرت بـ 23,33%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 43,33% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " أكثر من ثلاث مرات " والبالغ عددهم (65)، ما يعني أن أفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك أكثر من ثلاث مرات في اليوم.

8- توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة التي يستخدمها للولوج إلى موقع الفيس بوك: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 8: يبين الوسيلة التي يستخدمها للولوج إلى موقع الفيس بوك

النسبة %	التكرار	البدائل
83,33%	125	الهاتف الذكي
06,66%	10	كمبيوتر
10,00%	15	لوحة الكترونية
النسبة %	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " ما هي الوسيلة التي يستخدمها للولوج إلى موقع الفيس بوك؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " الهاتف الذكي " وقد بلغ عددهم (125) فرداً بنسبة مئوية بلغت 83,33%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " كمبيوتر " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 06.66%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 10,00% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " لوحة الكترونية " والبالغ عددهم (15)، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بان الوسيلة التي يستخدمونها للولوج إلى موقع الفيس بوك هي الهاتف الذكي.

9- توزيع أفراد العينة حسب الوقت الذي يستخدمه في موقع الفيس بوك: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 9: يبين الوقت الذي يستخدمه في موقع الفيس بوك

النسبة%	التكرار	البدائل
10,70%	16	ساعة
37,30%	56	ساعتين
52,00%	78	أكثر من ثلاث ساعات
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " كم من الوقت الذي تستخدمه في موقع الفيس بوك في اليوم "؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبدائل " أكثر من ثلاث ساعات " وقد بلغ عددهم (78) فرداً بنسبة مئوية بلغت 52,00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبدائل " ساعة " والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية قدرت بـ 10.70%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 37,30% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبدائل " ساعتين " والبالغ عددهم (56)، مما يعني أن الأفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك بوقت أكثر من ثلاث ساعات .

10- توزيع أفراد العينة حسب عدد الحسابات التي يمتلكها على موقع الفيس بوك: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 10: يبين عدد الحسابات التي يمتلكها على موقع الفيس بوك

النسبة %	التكرار	البدائل
53,33%	80	حساب واحد
13,33%	20	حسابين
33,33%	50	أكثر من حسابين
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " كم عدد الحسابات التي تمتلكها على موقع الفيس بوك؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبدائل " حساب واحد " وقد بلغ عددهم (80) فرداً بنسبة مئوية بلغت 33,33%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدائل " حسابين " والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.33%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 33,33% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبدائل " أكثر من حسابين " والبالغ عددهم (50)، مما يعني أن أغلب الأفراد العينة يملكون حساب واحد على موقع الفيس بوك .

11- توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الاسم المستخدم في الدخول إلى موقع الفيس بوك: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 11: يبين طبيعة الاسم المستخدم في الدخول إلى موقع الفيس بوك

النسبة	التكرار	إذا كان اسم غير حقيقي	النسبة %	التكرار	بدائل السؤال
35,71%	30	اسم انسان عادي	56,00%	84	اسم غير حقيقي
22,66%	34	اسم شخصية مشهورة			
17,85%	15	اسم شيء مادي			
03,33%	05	قول او حكمة			
	00		44.00%	66	اسم حقيقي
100%	150	المجموع			المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " ما طبيعة الاسم المستخدم في الدخول إلى موقع الفيس بوك؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " اسم غير حقيقي " وقد بلغ عددهم (84) فرداً بنسبة مئوية بلغت 56,00%، وتوزعت إجاباتهم إذا كان اسم غير حقيقي على البديل " اسم انسان عادي " والبالغ عددهم (30) وبنسبة قدرت (35,71%)، في حين جاءت إجابات الأفراد على البديل " اسم شخصية مشهورة " والبالغ عددهم (34) وبنسبة بلغت بـ 22,66%، أما البديل "اسم شيء مادي" فتكراره 15 ونسبته 17.85%، ثم البديل "قول او حكمة" بتكرار 05 وبنسبة 03,33%، أما باقي الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " اسم حقيقي" والبالغ عددهم (66) بنسبة مئوية قدرت بـ 44.00%، مما يعني أفراد العينة يقرون بأن الاسم المستخدم في الدخول إلى موقع الفيس بوك هو الاسم غير حقيقي.

12- توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الصورة المستخدمة في موقع الفيس بوك: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 12: طبيعة الصورة المستخدمة في موقع الفيس بوك

النسبة	التكرار	إذا كانت الصورة غير حقيقية	النسبة %	التكرار	بدائل السؤال
38,09%	40	صورة إنسان لا اعرفه	70,00%	105	صورة غير حقيقية
47,61%	50	صورة شخصية مشهورة			
09,52%	10	صورة شيء مادي			
04,76%	05	صور الطبيعة			
	00		30.00%	45	صورة حقيقية
100%	150	المجموع			المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " ما طبيعة الصورة المستخدمة في موقع الفيس بوك؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " صورة غير حقيقية " وقد بلغ عددهم (105) فرداً بنسبة مئوية بلغت 70,00%، وتوزعت إجاباتهم إذا كان اسم غير حقيقي على البديل " صورة إنسان لا اعرفه " والبالغ عددهم (40) وبنسبة قدرت (38,09%)، في حين جاءت إجابات الأفراد على البديل " صورة شخصية مشهورة " والبالغ عددهم (50) وبنسبة بلغت بـ 47,61%، أما البديل "صورة شيء مادي" فتكراره 10 ونسبته 09.52%، ثم البديل "صور الطبيعة" بتكرار 05 وبنسبة 04,76%، أما باقي الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " صورة حقيقية" والبالغ عددهم (45) بنسبة مئوية قدرت بـ 30.00%، مما يعني أفراد العينة يقرون بأن الصورة المستخدمة في موقع الفيس بوك هي صورة غير حقيقية.

13- توزيع أفراد العينة حسب طبيعة السن المستخدم في موقع الفيس بوك: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 13: يبين طبيعة السن المستخدم في موقع الفيس بوك

النسبة	التكرار	إذا كان السن غير حقيقي	النسبة %	التكرار	بدائل السؤال
%25,00	30	تقص شخصية اصغر سنا	%80.00	120	السن غير حقيقي
%16,66	20	تقص شخصية اكبر سنا			
%50,00	60	للتسليه والترفيه			
%08,33	10	من اجل دخول مواقع أخرى			
			%20,00	30	السن حقيقي
%100	105	المجموع	النسبة %	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " ما طبيعة السن المستخدم في موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " السن غير حقيقي " وقد بلغ عددهم (120) فرداً بنسبة مئوية بلغت 80,00%، وتوزعت إجاباتهم على البديل " تقص شخصية اصغر سنا " والبالغ عددهم (30) وبنسبة قدرت (25,00%)، في حين جاءت إجابات الأفراد على البديل " تقص شخصية اكبر سنا " والبالغ عددهم (20) وبنسبة بلغت بـ 16,66%، أما البديل "للتسليه والترفيه فتكراره 60 ونسبته 50.00%، ثم البديل من اجل دخول مواقع أخرى بتكرار 10 وبنسبة 08,33%، أما باقي إجابات الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " السن حقيقي " والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ 20.00%، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بأن السن المستخدم في موقع الفيس بوك هو السن غير حقيقي.

14- توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المستوى الدراسي المستخدم في موقع الفيس بوك: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 14: يبين طبيعة المستوى الدراسي المستخدم في موقع الفيس بوك

النسبة	التكرار	إذا كان المستوى التعليمي غير حقيقي	النسبة %	التكرار	بدائل السؤال
54,88%	73	تقمص شخصية علماء	88.66%	133	المستوى الدراسي غير حقيقي
22,55%	30	للإطاحة بالجنس الآخر			
18,79%	25	للتسلية والترفيه			
03,75%	05	من اجل دخول مواقع أخرى			
			11,33%	17	المستوى الدراسي حقيقي
100%	105	المجموع	النسبة %	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " ما طبيعة المستوى الدراسي المستخدم في موقع الفيس بوك "؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " المستوى الدراسي غير حقيقي " وقد بلغ عددهم (133) فرداً بنسبة مئوية بلغت 70,00%، وتوزعت إجاباتهم على البديل "تقمص شخصية علماء " والبالغ عددهم (73) وبنسبة قدرت (54,88%)، في حين جاءت إجابات الأفراد على البديل " للإطاحة بالجنس الآخر " والبالغ عددهم (30) وبنسبة بلغت بـ 22,55%، أما البديل للتسلية والترفيه فتكراره 25 ونسبته 18.79%، ثم البديل من اجل دخول مواقع أخرى بتكرار 05 وبنسبة 03,75%، أما باقي اجابات الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " المستوى الدراسي حقيقي " والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ

11.33%، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بأن المستوى الدراسي المستخدم في موقع الفيس بوك هو غير حقيقي.

تحليل نتائج المحور الثالث: الاشباعات ودوافع استخدام الفيس بوك بالاسم الغير حقيقي:

15- توزيع أفراد العينة حسب الدوافع استخدام موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 15: يبين الدوافع استخدام موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي

النسبة%	التكرار	البدائل
13,33%	20	الترفيه والتسلية
23,33%	35	التثقيف والتعليم
26,66%	40	الدرشة
16,66%	25	التواصل والتعارف
15,33%	23	تشكيل علاقات مع الجنس الآخر
04,66%	07	تغيير ورفض الواقع المعاش
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " ماهي الدوافع استخدام موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي "؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " الترفيه والتسلية " وقد بلغ عددهم (20) فرداً بنسبة مئوية بلغت 13,33%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " التثقيف والتعليم " والبالغ عددهم (35) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.33%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 16,66% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " الدرشة " والبالغ عددهم (40)، أما الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " التواصل والتعارف " والبالغ

عدددهم (25) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.66%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " تشكيل علاقات مع الجنس الآخر " والبالغ عددهم (23) بنسبة مئوية قدرت بـ 15.33%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 4.66% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " تغيير ورفض الواقع المعاش " والبالغ عددهم (07)، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بان دوافع استخدام موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي هي الدردشة.

16- توزيع أفراد العينة حسب الاشباعات المحققة من استخدام موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 16: الاشباعات المحققة من استخدام موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي

النسبة %	التكرار	البدائل
36,00%	54	اجتماعية
64,00%	96	نفسية
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " ما هي الاشباعات المحققة من استخدام موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي "؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " اجتماعية " وقد بلغ عددهم (54) فرداً بنسبة مئوية بلغت 36,00%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " نفسية " والبالغ عددهم (96) بنسبة مئوية قدرت بـ 64.00%، وعليه أن أفراد العينة يقرون بان الاشباعات المحققة من استخدام موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي هي نفسية.

17- توزيع أفراد العينة حسب الاشباعات الاجتماعية من استخدام الاسم غير حقيقي على موقع الفيس بوك: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 17: الاشباعات الاجتماعية من استخدام الاسم غير حقيقي على موقع الفيس بوك

النسبة %	التكرار	البدايل
37,33%	56	إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية
06,66%	10	الهروب والانسحاب من الواقع المعاش
36,00%	54	تكوين العلاقات الاجتماعية
20,00%	30	التفاعل من اجل الترابط الاجتماعي
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " في رأيك فيما تمثل الاشباعات الاجتماعية من استخدام الاسم غير حقيقي على موقع الفيس بوك"؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية " وقد بلغ عددهم (56) فرداً بنسبة مئوية بلغت 37,33%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " الهروب والانسحاب من الواقع المعاش " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 06.66%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 36,00% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " تكوين العلاقات الاجتماعية " والبالغ عددهم (54)، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " التفاعل من اجل الترابط الاجتماعي " والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ 20.00%، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بان الاشباعات الاجتماعية من استخدام الاسم غير حقيقي على موقع الفيس بوك هي إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية.

18- توزيع أفراد العينة حسب الاشباعات النفسية من استخدام الاسم غير حقيقي: بعد

المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 18: يبين الاشباعات النفسية من استخدام الاسم غير حقيقي

النسبة %	التكرار	البدائل
26,66%	40	تسلية الذات
23,33%	35	التفريغ العاطفي
33,33%	50	حل المشاكل النفسية
16,66%	25	الشعور بالراحة النفسية
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " ما هي الأشباعات النفسية من استخدام الاسم غير حقيقي على موقع الفيس بوك؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " تسلية الذات " وقد بلغ عددهم (40) فرداً بنسبة مئوية بلغت 26,66%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " التفريغ العاطفي " والبالغ عددهم (35) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.33%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 33,33% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " حل المشاكل النفسية" والبالغ عددهم (50)، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " الشعور بالراحة النفسية" والبالغ عددهم (25) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.66%، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بأن الأشباعات النفسية من استخدام الاسم غير حقيقي على موقع الفيس بوك هي حل المشاكل النفسية.

تحليل نتائج المحور الثالث: اثر استخدام الاسم غير حقيقي في موقع الفيس بوك:

19- توزيع أفراد العينة حسب الشعور بالغياب عن استخدام موقع الفيس بوك: بعد

المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 19:يبين الشعور بالغياب عن استخدام موقع الفيس بوك

النسبة %	التكرار	البدائل
26,66%	40	الشعور بالقلق
40,00%	60	الشعور بفوات أمور مهمة
06,66%	10	الشعور بالإحباط
16,00%	24	الشعور بالفراغ
10,66%	16	عدم الشعور بشيء
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " في رأيك ما هو شعورك عند الغياب عن استخدام موقع الفيس بوك ؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " الشعور بالقلق " وقد بلغ عددهم (40) فرداً بنسبة مئوية بلغت 26,66%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " الشعور بفوات أمور مهمة" والبالغ عددهم (60) بنسبة مئوية قدرت بـ 40.00%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 06,66% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " الشعور بالإحباط " والبالغ عددهم (10)، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " الشعور بالفراغ " والبالغ عددهم (24) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " عدم الشعور بشيء " والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية

قدرت بـ 10.66%، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بأن يتمثل شعورهم عند الغياب عن استخدام موقع الفيس بوك في الشعور بفوات أمور مهمة.

20- توزيع أفراد العينة حسب استخدام الفيس بوك باسم غير حقيقي غير من السلوكات: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 20: يبين استخدام الفيس بوك باسم غير حقيقي غير من السلوكات

النسبة %	التكرار	البدائل
46,66%	70	نعم
33,33%	50	لا
20,00%	30	أحيانا
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " استخدام الفيس بوك باسم غير حقيقي غير من السلوكات "؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم (70) فرداً بنسبة مئوية بلغت 46,66%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا " والبالغ عددهم (50) بنسبة مئوية قدرت بـ 33.33%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 20,00% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " أحيانا " والبالغ عددهم (30)، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بأن استخدام الفيس بوك باسم غير حقيقي غير من سلوكاتهم .

21- توزيع أفراد العينة حسب استخدام موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي اثر على القيم: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 21: يبين استخدام موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي اثر على القيم

النسبة %	التكرار	البدائل
45,33%	68	نعم
34,66%	52	لا
20,00%	30	أحيانا
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " هل استخدام موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي اثر على قيمك؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم (68) فرداً بنسبة مئوية بلغت 45,33%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " لا " والبالغ عددهم (52) بنسبة مئوية قدرت بـ 34.66%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 20,00% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " احيانا " والبالغ عددهم (30)، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بأن استخدام موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي اثر على قيمهم.

22- توزيع أفراد العينة حسب اثر استخدام اسم غير حقيقي في موقع الفيس بوك على أنواع القيم: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 22: يبين اثر استخدام اسم غير حقيقي في موقع الفيس بوك على مجالات القيم

النسبة %	التكرار	البدائل
20,00%	30	نفسية
26,66%	40	اجتماعية
33,33%	50	أخلاقية
13,33%	20	وطنية
06,66%	10	دينية
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " في رأيك فيما يتجلى اثر استخدام اسم غير حقيقي في موقع الفيس بوك على أنواع القيم ؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نفسية " وقد بلغ عددهم (30) فرداً بنسبة مئوية بلغت 20,00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " اجتماعية " والبالغ عددهم (40) بنسبة مئوية قدرت بـ 26.66%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 33,33% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " أخلاقية " والبالغ عددهم (50)، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " وطنية " والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.33%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " دينية " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 06.66%، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بان اثر استخدام اسم غير حقيقي في موقع الفيس بوك على أنواع القيم يتجلى في القيم الأخلاقية.

23- توزيع أفراد العينة حسب اثر استخدام اسم غير حقيقي في موقع الفيس بوك على مميزات القيم: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 23: يبين اثر استخدام اسم غير حقيقي في موقع الفيس بوك على مميزات القيم

النسبة%	التكرار	البدائل
20,00%	30	عدم حفظ السر
13,33%	20	الكذب
06,66%	10	تعزيز روح الانتماء
13,33%	25	الخيانة
16,66%	12	الغش
08,66%	13	الفتنة
08,66%	13	التسامح
10,66%	16	الشعور بالانتماء
07,33%	11	ارتكاب الجرائم
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " في رأيك فيما يتجلى اثر استخدام اسم غير حقيقي في موقع الفيس بوك على مميزات القيم؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبدل " عدم حفظ السر" وقد بلغ عددهم (30) فرداً بنسبة مئوية بلغت 20,00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبدل " الكذب " والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.33%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 06,66% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبدل " تعزيز روح الانتماء " والبالغ عددهم (10)، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبدل

" الخيانة " والبالغ عددهم (25) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.33%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " الغش " والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.66%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " الفتنة والتسامح " والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـ 08.66%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " الشعور بالانتماء " والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية قدرت بـ 10.66%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " ارتكاب الجرائم " والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 07.33%، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بان اثر استخدام اسم غير حقيقي في موقع الفيس بوك على مميزات القيم يتجلى في عدم حفظ السر.

### ثالثا: نتائج الدراسة:

رغم الفوائد والايجابيات العديدة التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي، فإن استخدامها أمتد ليشمل عدة نشاطات غير قانونية، حيث ازداد عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي خلال السنوات الأخيرة زيادة سريعة، وقد تعاظمت أهمية هذه الشبكات وخطورتها خاصة على فئة الشباب من خلال تداول المعلومات الخاصة بهم، بأسماء مزيفة غير حقيقية مما نتج عنه إيذاء الأشخاص ونشر الشائعات والتشهير والإساءة للسمعة، القذف والسب، وبالتالي أصبحت بفعل هذه التقنيات الحديثة والشبكات الاجتماعية مسرحا وفضاء لمزاولة نشاطهم الغير قانوني من قرصنة والاحتيال الالكتروني. وهذا ما أكدته نتائج الدراسة الميدانية من خلال ما يلي:

#### 1- نتائج المحور الأول: البيانات الشخصية

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن:

- أن اغلب أفراد عينة الدراسة من جنس الإناث
- أن اغلب أفراد العينة من ذوي السن 23-27 سنة
- أن اغلب أفراد العينة من مستوى التعليمي ثانية ماستر.

2- نتائج المحور الثاني: أنماط وعادات استخدام موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي: وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن:

- أن الطلبة يستخدمون موقع الفيس بوك منذ أكثر من ثلاث سنوات.
- أن اغلب الطلبة المكان المفضل لهم في استخدام موقع الفيس بوك هو الجامعة.
- أن الطلبة يستخدمون موقع الفيس بوك أكثر من ثلاث مرات في اليوم.
- أن اغلب الطلبة الوسيلة التي يستخدمونها للوصول إلى موقع الفيس بوك هي الهاتف الذكي.
- أن الطلبة يستخدمون موقع الفيس بوك بوقت أكثر من ثلاث ساعات .
- أن اغلب الطلبة يملكون حساب واحد على موقع الفيس بوك .
- بينت النتائج بأن الاسم المستخدم في الدخول إلى موقع الفيس بوك هو الاسم غير حقيقي.

- توصلت النتائج بأن الصورة المستخدمة في موقع الفيس بوك هي صورة غير حقيقية.
- أسفرت نتائج الدراسة بان السن المستخدم في موقع الفيس بوك هو السن غير حقيقي.
- أن المستوى الدراسي المستخدم في موقع الفيس بوك هو غير حقيقي.

3- نتائج المحور الثالث: الدوافع والاشباكات المحققة من استخدام الاسم غير حقيقي في موقع الفيس بوك:

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن:

- أن دوافع استخدام الطلبة لموقع الفيس بوك باسم غير حقيقي هي الدردشة.
- أن الاشباكات المحققة من استخدام الطلبة لموقع الفيس بوك باسم غير حقيقي هي اشباكات نفسية
- أن الاشباكات الاجتماعية من استخدام الاسم غير حقيقي على موقع الفيس بوك هي إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية.

- أن الأشباعات النفسية من استخدام الاسم غير حقيقي على موقع الفيس بوك هي حل المشاكل النفسية.

#### 4-نتائج المحور الرابع: اثر استخدام الاسم غير حقيقي في موقع الفيس بوك

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن:

- يتمثل شعور الطلبة عند الغياب عن استخدام موقع الفيس بوك في الشعور بفوات أمور مهمة.

- استخدام الطلبة لموقع الفيس بوك باسم غير حقيقي غير من سلوكياتهم .

- استخدام الطلبة لموقع الفيس بوك باسم غير حقيقي اثر على قيمهم.

- يتجلى اثر استخدام الطلبة للاسم غير حقيقي في موقع الفيس بوك على أنواع القيم في القيم الأخلاقية.

- يتجلى اثر استخدام الطلبة للاسم غير حقيقي في موقع الفيس بوك على مميزات القيم في عدم حفظ السر.

#### رابعاً: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

للقيام بدراستنا اعتمدنا عل عدة دراسات ساعدتنا في القيام بها، بالانطلاق من

التوصيات التي انتهت بها للعمل على تسليط الضوء على هذا الجانب الحالي من الدراسة.

ومن خلال دراستنا فقد اتفقت مع دراسة فاروق 2016 بعنوان " تأثير المواقع الافتراضية

على الهوية لدى الطالب الجامعي" والتي اتفقت معها في أن اغلب المبحوثين يستخدمون

أسماء مستعارة ومجهولة، وان اغلبهم يرون أن مراقبة الأهل لأبنائهم عند استخدامهم لمختلف

المواقع الافتراضية تساعد على الحد من الآثار السلبية لهذه المواقع.

كما اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة بن يحيى حميدة 2012 بعنوان " الهوية الافتراضية

للطالب الجامعي على شبكة الإنترنت شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك نموذجاً"

والتي بينت أن قيام الأشخاص بطلبات صداقة من أشخاص لا يعرفونهم برغم المعايير الموضوعية من طرف إدارة الفيس بوك تجاه المستخدمين، وأن الانفراد يختارون أصدقائهم في المجتمع الافتراضي على حسب ما يخدم مصالحهم وأهدافهم، الهدف من إرسال طلبات الصداقة هو إنشاء علاقات غرامية افتراضية من خلال شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك رغم أن هذا يتحدى سلطة التقاليد والقيم، يوفر الفيس بوك فرصة للجنسين في الترفيه والتعارف والتواصل وحتى الزواج.

وكذلك انتقلت الدراسة الحالية مع دراسة حمداني حورية وحمداني نسرين 2017 بعنوان "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الشباب الجزائري الفيس بوك أنموذجاً بولاية غليزان. والتي بينت ان اغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك من الشباب يتواصلون باستخدام هوية افتراضية وذلك من اجل التصرف بكل حرية وجرأة دون أن يتعرف المستخدم الآخر عن هويته الحقيقية.

واختلفت الدراسة الحالية مع دراسة كبي آمال كريمة 2014 بعنوان " الفيس بوك وعلاقته بتشكيل الهوية الافتراضية بمدينة تقرت" والتي توصلت إن تنوع خدمات الفيس بوك وقوة التفاعلات بين مستخدميه إلا أن ذلك لم يؤدي إلى إي إنتاج من الهويات بل ساعد على إعادة إنتاج لهوية حقيقية، وان الفيس بوك أدى إلى اندماج الفرد في النشاطات الاجتماعية مع الجماعة الاجتماعية الحقيقية.

خاتمة

### خاتمة:

من خلال دراستنا حول واقع استخدام الاسم غير حقيقي في مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك أنموذجاً، فقد اتضح لنا أن لهذه المواقع الالكترونية أهمية كبيرة ودور بارز في تفعيل السلوكات الخاطئة التي تمس مصلحة الشباب الجامعي كالكذب والسب وقرصنة الحساب وانتهاك الحياة الخاصة بهم، إذ أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تهدد حياة المستخدم سواء في خصوصية المعلومات أو الصور أو كل ما يتعلق بحياته الشخصية، سواء من المواقع أو من قبل المستخدمين الآخرين، وقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى عدة استنتاجات وتوصيات بغية معالجة والحد من هذه الظواهر التي هي في تزايد مستمر وهي كالآتي:

وضع التشريعات اللازمة لضبط التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي.

ضرورة وضع قوانين خاصة بالخصوصية ومستقلة عن القوانين التقليدية لمواكبة التطورات السريعة وسائل الاتصال الحديثة.

يتعين على كل مستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي أن يراعي الضوابط اللازمة لحفظ خصوصية بياناته ومعلوماته الشخصية.

الحرص على إنشاء حساب على مواقع التواصل الاجتماعي، فيجب أن يقتصر فيما ينشره على أقل المعلومات الشخصية أهمية، وفي أضيق الحدود.

تأمين المستخدم حسابه على موقع التواصل الاجتماعي عن طريق ضبط إعدادات الخصوصية على الموقع لتحديد نطاق الخصوصية على حسابه.

ضرورة توعية جميع أفراد المجتمع-خاصة الشباب- بالجانب السلبي لاستخدام وسائل الاتصال .

تنمية ثقافة الأفراد وتحسيسهم بمخاطر استخدام الاسماء المزيفة وكيفية تجنبها، وينشئ جيل واعي يتأقلم مع التطور بكل صوره دون الحاجة إلى الخوف من استغلال هذا التطور لخدمة هذه السلوكات.

# قائمة المراجع

قائمة المراجع:

- 1- إبراهيم احمد الدوري، مقال شبكات التواصل الاجتماعي، رئيس مركز البحوث والمعلومات، المنظمة العربية
- 2- أحمد بن مرسلي، (2010)، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 3- احمد كاظم خنتوش، (2011)، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في قطاع التعليم العالي، مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية، العدد 4، المجلد 7،
- 4- أسامة غازي المدني، (2015)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الإعلام، السعودية.
- 5- أمال عساس، (2015)، انثوغرافيا مستخدمي الفيس بوك في المجتمع الجزائري، مذكرة لنيل الماجستير كلية الإعلام، جامعة الجزائر.
- 6- بدر الدين بلعباس (2015)، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين، مذكرة لنيل شهادة الماستر، بسكرة، الجزائر.
- 7- بها الدين، (2001)، المجتمعات الافتراضية بديلا للمجتمعات الواقعية، كتاب الوجود انموذجا الفيسبوك، جامعة العربية المغربية المتحدة.
- 8- جبريل حسن العريشي وسلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، (2015)، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، دار المنهجية للنشر والتوزيع، الأردن، ط1.
- 9- حسين شقيق، (2014)، مواقع التواصل الاجتماعي أدوات مصادر التغطية الإعلامية، دار الفكر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 10- حسين محمود الهتمي، (2014)، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ط1.

- 11- حلوة السيد محمد عبد العالي، (2011)، العلاقات الاجتماعية للشباب بين درشة الإنترنت والفييس بوك، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، مصر.
- 12- حنان شعشوع الشهري، (2014)، اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك والتويتر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة ملك عبد العزيز بجدة، السعودية.
- 13- حنيفي محمد المطيري، سليبات مواقع التواصل الاجتماعي، تاريخ النشر 2012/02/12، متاح على الخط النت.
- 14- خالد غسان يوسف المقداد، (2013)، ثورات شبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفائس للنشر والتوزيع، الاردن، ط1.
- 15- دلال قاضي محمود البياتي، (2008)، منهجية وأساليب البحث العلمي (تحليل البيانات)، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان.
- 16- دهيمي زينب، (2012)، مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 26 جوان .
- 17- رابحي مصطفى عليان، (2003)، البحث العلمي أساسه مناهجه وأساليبه وإجراءاته، بيت الأفكار الدولية للنشر والتوزيع، ط1.
- 18- زاهر راضي، (2003)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان
- 19- عباس مصطفى الصادق، (2008)، الإعلام الجديد، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان الأردن.
- 20- عباس مصطفى الصادق، (د س)، الإعلام الجديد والوسائل والمفاهيم والتطبيقات، دار الشروق للنشر، عمان، الأردن.

- 21- عبد الرزاق الدليمي، (2011)، الإعلام العربي ضغوطات الحاضر والمستقبل، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1.
- 22- علي خليل الشقرة، (2014)، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1.
- 23- فتحي حسين عامر، (2011)، وسائل الاتصال الحديثة، العربي للنشر والتوزيع، مصر، ط1.
- 24- فهمي طلبه، نحو الاستخدام الآمن لمواقع التواصل الاجتماعي، كلية الحاسبات والمعلومات، جامعة عين شمس.
- 25- ليلى، حسين، (2015/2014)، اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، محمد خيضر، بسكرة.
- 26- ماهر عواد الشمالية وآخرون، (2003)، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 27- محمد شفيق، (2011)، مناهج البحث العلمي المفاهيم المقومات والأخلاقيات، ط1، مركز تطوير الأداء والتنمية، مصر.
- 28- محمد عبيدات، محمد أبو نصار، (1999)، منهجية البحث العلمي، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان.
- 29- محمد منتصر، (2013)، واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- 30- محي محمد مسعد محمود، (2012)، كتابة الأبحاث وإعداد المحاضرات، المكتب العربي الحديث للنشر والتوزيع، ط2.
- 31- مدحت أبو النصر محمد، (2004)، مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الإمارات، ط1.

- 32- مصعب حسام الدين القتلوني، (2014)، ثورات الفيس بوك، دار شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، عمان الأردن، ط1.
- 33- مكاوي حسن عماد وليلي حسن السيد، (2003)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، مصر، ط1.
- 34- منير حجاب، (2003)، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط3.
- 35- ناصر يوسف كافي، (2015)، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1.
- 36- نانسي المتولي، أهم خصائص الفيس بوك الجديدة، تم الاسترجاع بتاريخ 2018/02/04 .
- 37- وائل مبارك خضر وفضل الله، (2010)، اثر الفيس بوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة للنشر والتوزيع، مصر، ط1.

الملاحق

## جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

## كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

استخدام الاسم الغير حقيقي في مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك انموذجا

دراسة ميدانية لعينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

- جامعة مسيلة-

في إطار تحضير مذكرة لنيل شهادة الماستر، ارتأينا في جانبها التطبيقي إعداد هذه الاستمارة. نرجو منكم الإجابة على أسئلتها بصدق وأمانة ونتعهد لكم بأن المعلومات التي ستدلون بها ستكون سرية ولا تستخدم إلا لإغراض علمية لا غير. تقبلوا فائق الاحترام.

ملاحظة:

- ضع علامة (+) أمام الإجابة المختارة.

- يمكن أن تكون الإجابات متعددة لسؤال واحد.

إشراف الأستاذ:

بونيف محمد الأمين

إعداد الطالب:

بليزك إيهاب

2020-2019

محور البيانات الشخصية للمبحوث:

الجنس: ذكر  أنثى

السن: من 18-23 سنة ، 24-28 سنة ، من 28 فأكثر

المستوى التعليمي: ثاني جامعي  ثالث جامعي  أولى ماستر  ثاني ماستر

التخصص: .....

المحور الأول: ما هي عادات وأنماط استخدام موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي؟

1- منذ متى وأنت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

أقل من عام  من عام إلى ثلاث سنوات  أكثر من ثلاث سنوات

2- ما هو المكان المفضل في استخدام موقع الفيس بوك؟

البيت  هي الإنترنت  الجامعة  الأماكن العمومي

3- كم عدد مرات تصفح موقع الفيس بوك في اليوم؟

مرة واحدة  مرتين  ثلاث مرات  أكثر من ثلاث مرات

4- ما هي الوسيلة التي يستخدمها للولوج إلى موقع الفيس بوك؟

الهاتف  كمبيوتر  لوحة الكترونية

3- كم من الوقت الذي تستخدمه في موقع الفيس بوك في اليوم؟

ساعة  ساعة إلى 2 ساعات  أكثر من 3 ساعات

4- كم عدد الحسابات التي تمتلكها على موقع الفيس بوك؟

حساب واحد  حسابين  أكثر من حسابين

5- ما طبيعة الصورة المستخدمة في موقع الفيس بوك؟

صورة حقيقية  صورة غير حقيقية

- إذا كانت الإجابة بنعم هل هي:

صورة إنسان لا اعرفه  صورة شخصية مشهورة

صورة شيء مادي  صور الطبيعة

6- ما طبيعة الاسم المستخدم في الدخول إلى موقع الفيس بوك؟

اسم حقيقي  اسم غير حقيقي

- إذا كانت الإجابة بنعم هل هي:

اسم إنسان لا اعرفه  اسم شخصية مشهورة

صورة شيء مادي  اسم أقوال أو حكمة

7- ما طبيعة السن المستخدم في موقع الفيس بوك؟

سن حقيقي  سن غير حقيقي

- إذا كانت الإجابة بنعم هل هي:

تقصص شخصية اصغر سنا  تقمص شخصية اكبر سنا

للتسلية والترفيه  من اجل دخول مواقع أخرى

8- ما طبيعة المستوى الدراسي المستخدم في موقع الفيس بوك؟

المستوى الدراسي حقيقي  المستوى الدراسي غير حقيقي

- إذا كانت الإجابة بنعم هل هي:

تقص شخصية علماء  للإطاحة بالجنس الآخر

للتسلية والترفيه  من اجل دخول مواقع أخرى

المحور الثالث: ماهي الاشباعات والدوافع استخدام موقع الفيس بوك بالاسم الغير حقيقي؟

9- ما هي دوافع استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك؟

- |                          |                          |                          |                              |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | التثقيف والتعليم         | <input type="checkbox"/> | الترفيه والتسلية             |
| <input type="checkbox"/> | الدرشة                   | <input type="checkbox"/> | التواصل مع الأصدقاء والمعارف |
| <input type="checkbox"/> | تغيير ورفض الواقع المعاش | <input type="checkbox"/> | تشكيل علاقات مع الجنس الآخر  |

10- ما هي الاشباعات المحققة من استخدام موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي "؟، :

- |                          |          |                          |       |
|--------------------------|----------|--------------------------|-------|
| <input type="checkbox"/> | اجتماعية | <input type="checkbox"/> | نفسية |
|--------------------------|----------|--------------------------|-------|

11- في رأيك فيما تمثل الاشباعات الاجتماعية من استخدام الاسم غير حقيقي على موقع الفيس بوك؟

- |                          |                                   |
|--------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية     |
| <input type="checkbox"/> | الهروب والانسحاب من الواقع المعاش |
| <input type="checkbox"/> | تكوين العلاقات الاجتماعية         |
| <input type="checkbox"/> | التفاعل من اجل الترابط الاجتماعي  |

12- ما هي الاشباعات النفسية من استخدام الاسم غير حقيقي على موقع الفيس بوك؟

- |                          |                        |
|--------------------------|------------------------|
| <input type="checkbox"/> | تسلية الذات            |
| <input type="checkbox"/> | التفريغ العاطفي        |
| <input type="checkbox"/> | حل المشاكل النفسية     |
| <input type="checkbox"/> | الشعور بالراحة النفسية |

المحور الثالث: اثر استخدام الاسم غير حقيقي في موقع الفيس بوك:

13- في رأيك ما هو شعورك عند الغياب عن استخدام موقع الفيس بوك؟

الشعور بالقلق

الشعور بفوات أمور مهمة

الشعور بالإحباط

الشعور بالفراغ

عدم الشعور بشيء

14- هل استخدام الفيس بوك باسم غير حقيقي غير من السلوكات لديك ؟

أحيانا

لا

نعم

15- هل استخدام موقع الفيس بوك باسم غير حقيقي اثر على قيمك؟

أحيانا

لا

نعم

16- في رأيك فيما يتجلى اثر استخدام اسم غير حقيقي في موقع الفيس بوك على أنواع القيم ؟

دينية

وطنية

أخلاقية

اجتماعية

نفسية

17- في رأيك فيما يتجلى اثر استخدام اسم غير حقيقي في موقع الفيس بوك على مميزات القيم؟

عدم حفظ السر

الكذب

تعزيز روح الانتماء

ارتكاب الجرائم

الخيانة

الغش

الفتنة

التسامح

الشعور بالانتماء

## ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة إلى معرفة واقع استخدام الاسم غير حقيقي في أوساط الشباب الجامعي بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بمسيلة، من خلال محاولة التعرف على علاقة الاسم الغير حقيقي بمواقع التواصل الاجتماعي وآثارها التي تعرضوا لها مع تقديم اقتراحات للحد من هذه الظاهرة، وصولاً لأهم النتائج التي تناولتها هذه الدراسة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المسحي، وطبقت على عينة من الطلبة قوامها 150 طالب وطالبة، واعتمدت على أداة الاستمارة التي تكونت من ثلاثة محاور، وبعد المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة توصلت الدراسة إلى أن:

أن الشباب الجامعي لديهم معرفة عن الاسم الغير حقيقي مما يدل على وعيهم وثقافتهم في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتلخصت الدراسة في أن من أهم أسباب استخدام الاسم غير حقيقي تعود إلى الدردشة التثقيف والتعليم والترفيه والتسلية، وأن الاشباع المحققة من استخدام الاسم الغير حقيقي بين أوساط الشباب الجامعي هي الاشباع النفسية من اجل حل المشاكل النفسية والتفريغ العاطفي، وأن الفيس بوك هو أكثر المواقع التي تحدث فيه مثل هذه التصرفات بشكل عالي جدا وذلك راجع للاستخدام الواسع للفيس بوك مما جعل له تأثير على الشباب الجامعي .

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ