

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم والإعلام والاتصال



دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز العلاقات الاجتماعية في

ظل جائحة كورونا

دراسة ميدانية على المجتمع المسيلي حي 500 مسكن

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

تحت إشراف الأستاذ:

د/صاولي عبد المالك

إعداد الطالبتان:

فراي فريال

دحماني سارة

السنة الجامعية: 2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

بداية واحتراما إلى الحب الطاهر، إلى من قال الله تعالى فيهما "وبالوالدين إحسانا"
إلى رمز العطاء، رمز المحبة والوفاء، إلى من غمرتني بحنانها، ولم تبخل عليّ بجهداها، فنعجز
عن إعطائها حق قدرها، إلى من علمتني أن العلم أقوى سلاح، وأن الصبر طريق
النجاح

والدتي الحبيبة حفظك وأدامك الله لنا

إلى الذي رهن حياته من أجلنا، إلى أعز وأحب الناس إلى قلبي
والدي الغالي حفظك الله . . .

إلى من لو كان الاختيار لي ما اخترت غيرهم، إلى الدماء التي تسري في
عروقي، الذين أموت في

حبهم، ولا أتصور حياتي من دونهم، رمز سعادتي

أخواتي أعزكن الله

إلى العائلة الكريمة، وإلى جميع الأصدقاء والرفاق، إلى كل من أدركه القلب ولم يدركه القلم

إلى كل من مد لي يد العون وساهم في إتمام هذا العمل المتواضع، أقدم ثمرة جهدي

عرفانا بفضلهم

إلى كل هؤلاء أهدي عملي ..

فريال-

الإهداء

إلى من وضع المولى سبحانه وتعالى - الجنة تحت قدميها أمي الحبيبة

إلى خالد الذكر، الذي وفاته المنية منذ عامين، وكان خير مثال

لرب الأسرة أبي الموقر

إلى إخوتي وإخواتي الغاليات إلى أصدقائي ومعلمي في الذين

احترمهم

إلى أساتذتي في الكلية.

سارة-

شكر وتقدير

نشكر الله سبحانه وتعالى الذي أعاننا على إنهاء هذا العمل المتواضع

ثم نتوجه بالشكر الجزيل والامتنان الكبير الى حضرة الدكتور القدير "عبد

المالك صاوي"

الذي تواضع وقبل أن يشرف على مذكرتنا ولم يتوان ولوللحظة

عن إمدادنا بكل أنواع الدعم ونشكره على صبره الجميل معنا وعن المعلومات

القيمة التي افادنا بها في كل مراحل بحثنا ناهيك عن التوجيهات والنصائح المفيدة التي

لولاها لما تمكنا من اتمام عملنا بعد توفيق الله سبحانه وتعالى

كما نتقدم بالشكر الجزيل الى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد

حتى ولو بالنصيحة لإتمام وانجازه هذه الدراسة

كما نتوجه بخالص الشكر لجميع أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال على ما

بدلوه من جهد ووقت وتضحية من أجل تكويننا وجزاكم الله عنا خير الجزاء

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا بالتطبيق على عينة عشوائية بسيطة عددها 20 مفردة من سكان حي 500 مسكن بولاية المسيلة وتم الاعتماد على المنهج الوصفي وأداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات حيث تم تقسيم الاستبيان الى ثلاثة محاور إضافة الى محور البيانات الشخصية.

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا

المحور الثاني: الاشباعات المحققة من خلال استخدام موقع الفايسبوك في ظل جائحة كورونا

المحور الثالث: أثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا

وقد توصلت دراستنا الى مجموعة من النتائج أهمها:

- ✓ تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين من ساعتين فأكثر في الفايسبوك ويفضلون البيت كمكان لاستخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا.
 - ✓ أحيانا ما يستخدمون الفايسبوك في ظل جائحة كورونا.
 - ✓ يستخدمون الفايسبوك في ظل جائحة كورونا لزيادة المعلومات والمعارف.
 - ✓ ساعد الفايسبوك على خلق الطمأنينة بين المواطنين في ظل جائحة كورونا.
 - ✓ أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي فرصة لتوسيع شبكة العلاقات الاجتماعية مع اشخاص من داخل وخارج الوطن في ظل جائحة كورونا.
 - ✓ الفايسبوك بديل بتقوية وتعزيز العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا.
 - ✓ الفايسبوك حافظ على العلاقات القديمة والقائمة في ظل جائحة كورونا.
- الكلمات المفتاحية:** مواقع التواصل الاجتماعي، العلاقات الاجتماعية، جائحة كورونا.

Abstract :

This study aims to reveal the role of social networking sites in strengthening social relations in light of the Corona pandemic by applying to a simple random sample of 20 individuals from the neighborhood of 500 housing units in the state of M'sila. The descriptive approach and the questionnaire tool were used as a tool for data collection, where the questionnaire was divided into three axes in addition to To the personal data hub.

The first axis: habits and patterns of Facebook use in light of the Corona pandemic

The second axis: the gratifications achieved through the use of Facebook in light of the Corona pandemic

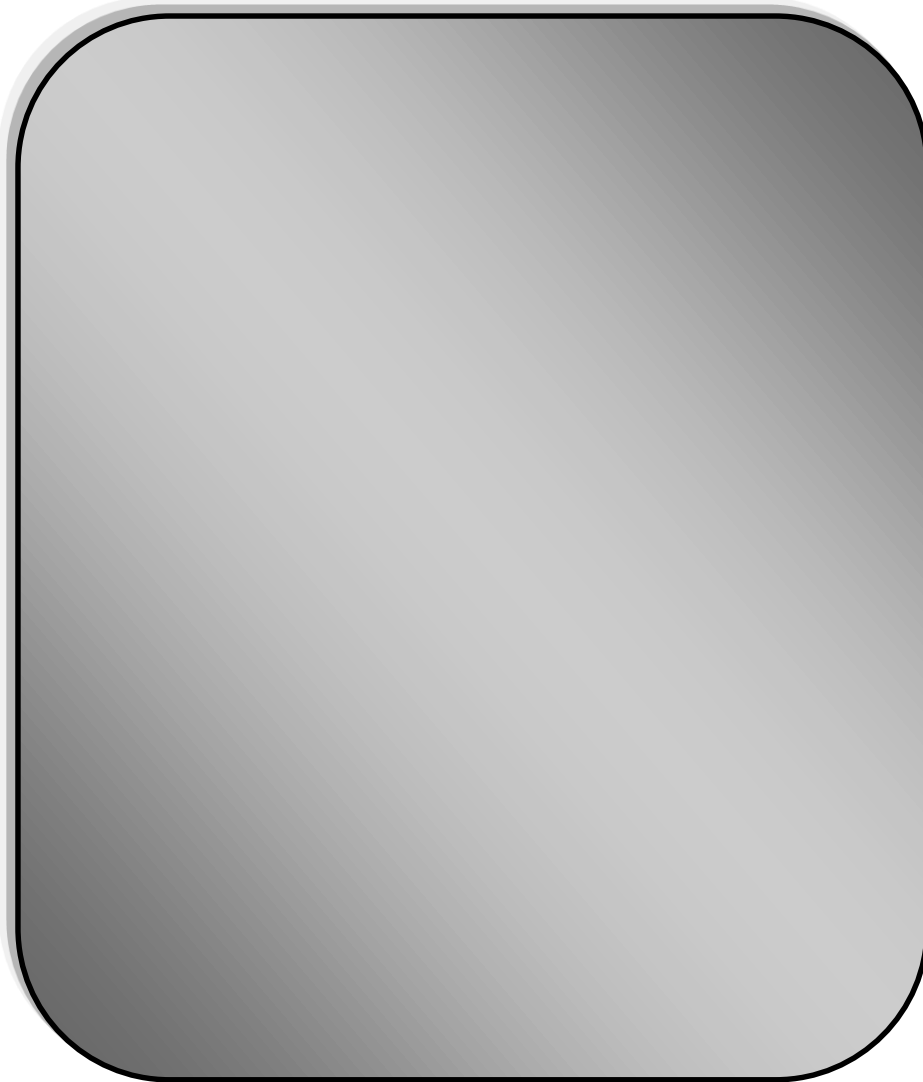
The third axis: the impact of the use of Facebook on social relations in light of the Corona pandemic

Our study reached a set of results, the most important of which are:

- ✓ The largest proportion of respondents spend two hours or more on Facebook and prefer home as a place to use Facebook in light of the Corona pandemic.
- ✓ Sometimes they use Facebook during the Corona pandemic.
- ✓ They use Facebook in light of the Corona pandemic to increase information and knowledge.
- ✓ Facebook helped create reassurance among citizens in light of the Corona pandemic.
- ✓ Social networking sites provided an opportunity to expand the network of social relations with people from inside and outside the country in light of the Corona pandemic.
- ✓ Facebook is an alternative to strengthening and strengthening social relations in light of the Corona pandemic. Facebook has preserved old and existing relationships in light of the Corona pandemic.

Key Words: Social Media, Social Relations, Corona Pandemic.

مقدمة



شهد العالم في السنوات الأخيرة خلال القرن الواحد والعشرين قفزات تكنولوجية هائلة، وكان لهذه الثورة التكنولوجية انتشار سريعاً عبر العالم، وتطوراً في مجال وسائل الاتصال والمعلومات.

كما أحدثت هذه التطورات التكنولوجية الحديثة نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، ولا شك أن أحدثها وأهمها ظهور شبكة الأنترنت.

حيث توسعت شبكة الأنترنت في هذا الزمان في كافة أرجاء المعمورة وربطت أجزاء العالم المترامية بفضائها الواسع، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات حيث استفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها.

وتعتبر الأنترنت من بين أكثر مظاهر التكنولوجيا الحديثة والتي نجحت إلى حد كبير في فتح فضاءات واسعة وجديدة للأفراد والجماعات للتواصل والتفاعل فيما بينهم وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الناس مما زاد الاهتمام بهذه الشبكة مع ظهور الجيل الرابع لها والذي أتاح إمكانيات جديدة في الاتصال.

كما أن هذه الأخيرة (الأنترنت) أصبحت تكتسي أهمية كبيرة بحيث نلاحظ اهتمام الأفراد بخدماتها من حيث الجودة العالية وانخفاض الأسعار باستمرار ، ومن بين الخدمات التي لقيت رواجاً واسعاً وكبيراً بين الأفراد هي الخدمات التي تقدمها المواقع الاجتماعية حيث ازداد الإقبال عليها من طرفهم ، وموقع الفيسبوك هو من أكثر المواقع الاجتماعية استخداماً وهذا ما لوحظ في الآونة الأخيرة في ظل جائحة كورونا كونه يتميز عن غيره من المواقع في أنه مصدر للأخبار والمعلومات وفي نفس الوقت وسيلة للتسلية والدرشة مع الأهل والأقارب والأصدقاء.

ويمكن القول بأن شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك أحدثت طفرة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال، إذ كان لهذا التواصل نتائج مؤثرة في المجال الإنساني والاجتماعي

والثقافي، بل إن هذا التقدم التكنولوجي الكبير أدى الى تغيير في جميع المجالات اتجاه مرافقها منها الحياة الاجتماعية والأسرية في ظل جائحة كورونا.

وفي هذا السياق تدرج إشكاليه دراستنا التي تتمحور حول ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا؟

ولمعالجه إشكالية دراستنا اعتمدنا على خطة بحث تتكون من إطار منهجي وإطار نظري وآخر ميداني فالإطار المنهجي تضمن النقاط التالية تحديد الإشكالية وتساؤلات الدراسة وفرضيات الدراسة وأهمية الدراسة وأهداف الدراسة و أسباب اختيار الموضوع المدخل النظري للدراسة وتحديد مفاهيم الدراسة و تحديد منهج الدراسة وعينة البحث وأداة واخيرا الدراسات السابقة.

أما الإطار النظري فتضمن فصلين الأول بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي يندرج ضمنه ثلاث مباحث ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص ووظائف مواقع التواصل الاجتماعي إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.

والفصل الثاني العلاقات الاجتماعية تدرج ضمنه ثلاث مباحث ماهية العلاقات الاجتماعية وأنواعها، المجتمعات الافتراضية المفهوم والخصائص، العلاقات الاجتماعية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية، واشتمل الإطار التطبيقي للدراسة على فصل واحد تناولنا فيه تحليل وتفسير إجابات المبحوثين حول محاور الاستمارة التي تضمنت ،عادات وأنماط استخدام الافراد لمواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا،والاشباكات المحققة من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا،وأخيرا أثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا،ثم أهم النتائج المتوصل إليها بعد تحليل الجداول

الإطار المنهجي



1. الإشكالية:

يشهد العالم اليوم في ظل التطورات في تكنولوجيا الإعلام والاتصال طفرة نوعية في عالم الشبكات والاتصالات أدى إلى انتشار الشبكة العنكبوتية الأمر الذي ساهم على ظهور مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعد من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية فهي تلعب دورا مهما في نشر ثقافة مجتمعية جديدة تعتمد على التكنولوجيا الحديثة.

كما أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي في ظل التغيرات العالمية والتقدم التكنولوجي نقلة نوعية في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية وفي التأثير على النسيج الاجتماعي والثقافي للمجتمع فثورة الجيل الثاني من الأنترنت بمختلف وسائلها التي يأتي في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك-تويتر-انستغرام-فايبر... أما الفيسبوك من أكثر المواقع إقبالا وانتشارا لدى جميع فئات وخصوصا في ظل جائحة كورونا.

لكن التواصل عبر هذه المواقع وان كانت تعبر عن صيحة جديدة في عالم الاتصال البشري وساهمت بشكل كبير في نسج العديد من العلاقات متجاوزة الحدود الزمانية والمكانية لكن ومن جهة أخرى أثرت بالسلب على العلاقات الاجتماعية لهؤلاء الأفراد لأنهم صاروا يقضون وقتا أطول أمام شاشات الكمبيوتر والأنترنت واللوائح الإلكترونية ضمن فضاء المجتمع الافتراضي بشكل لافت للانتباه على حساب منظومة علاقاتهم الاجتماعية والأمر الذي قد يؤدي الى تأثيرات سلبية عليها كالعزلة الاجتماعية على الآخرين الواقعيين في حياتهم وتفكك الأفراد اجتماعيا وهذا ما يرمي بنا الى طرح الإشكالية التالية:

ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا؟

الإطار المنهجي:

2. التساؤلات الفرعية:

✓ ماهي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) لدى الأفراد في ظل جائحة كورونا؟

✓ ماهي الاشباعات المحققة من خلال موقع الفايسبوك في ظل جائحة كورونا؟

✓ كيف يؤثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا؟

الفرضيات:

✓ توجد فروق دالة إحصائياً لمتغيرات الجنس والسن في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) من فرد لآخر.

✓ يلجأ مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي اليها للتواصل مع الأهل والأقارب في ظل جائحة كورونا

✓ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على العلاقات الاجتماعية ويقلل من الاتصال الشخصي بين الأفراد.

3. أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية هذه الدراسة في كونها تعالج إحدى مواضيع الساعة، حيث ستفيد القارئ برصيد من المعارف الجديدة خاصة وإنها تتناول وسيلة اتصالية حديثة وهي الأنترنت التي لقيت اهتماما كبيرا، وذلك لأنها مزودة بمواقع وخدمات تسهل التواصل بين المرسل والمتلقي ومن بين هذه المواقع نجد الفايسبوك الذي شهد إقبالا ملحوظا في الآونة الأخيرة في ظل جائحة كورونا وهنا تكمن أهمية الموضوع حيث يدرس أهمية هذا الموقع الاجتماعي في تعزيز العلاقات الاجتماعية في ظل جائحه كورونا.

4. أهداف الدراسة:

✓ التعرف على عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الأفراد (الفايسبوك) في ظل جائحة كورونا.

✓ التعرف على الاشباعات المحققة التي تكمن وراء استخدام الأفراد لموقع الفايسبوك في ظل جائحة كورونا.

✓ معرفه كيفية يؤثر الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا.

5. أسباب اختيار الموضوع:

أسباب ذاتية:

✓ الرغبة في دراسة هذا الموضوع

✓ اهتمامي بكل ما يتعلق بالتكنولوجيا والاتصالات والأنترنت والميل النفسي لمواضيع تعالج هذا الأمر.

✓ محاولة التعرف على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الأفراد في ظل جائحة كورونا

أسباب موضوعية:

✓ يعتبر موضوع الدراسة حيوي وحديث

✓ ما تحمله مواقع التواصل الاجتماعي من أنماط في تكوين الروابط الاجتماعية الجديدة

✓ الجدل الذي أثير حول شبكات التواصل الاجتماعي واستخداماتها في المجتمع في ظل جائحة كورونا.

المدخل النظري:

النظرية التعزيزية:

أساسيات النظرية:

✓ أن التعلم عند الإنسان والحيوان هو اكتساب عادات آلية تعين الفرد على التكيف للبيئة.

✓ تتكون هذه العادات من الارتباط الشرطي بين مثيرات واستجابات تكرارا يقترن بالتدعيم.

✓ العلاقة بين الاستجابة الصحيحة والتدعيم ليست علاقة سبب بنتيجة بل علاقة اقتران وتلازم.

- ✓ يؤكد على أثر الاقتران الزمني المتكرر المصحوب بأثر سار مريح، أي أن تكوين العادة (الرابطه بين المثير والاستجابة) وقوتها يتوقفان على عدد مرات لتكرار المقترن بتدعيم.
- سمى قوة العلاقة بين المثير والاستجابة بقوة العادة، والتي تشير إلى استمرارية التدعيم، ولا يمكن أن يحدث التعلم في غياب التدعيم الذي من شأنه أن يحقق إرضاء الحاجات، لا مجال للفرضية التي تنص على أن الأغراض علاوة على المثيرات تقوم بدور هام في تعيين السلوك وتوجيههم في عملية التعلم.
- ✓ أن عرف بدقة كيف يتم الارتباط بين الاستجابات المكتسبة والمثيرات التي أثارها أمكن تبسيط هذه المعرفة لتشمل كل تعلم مهما كانت درجة تعقيده.
- ✓ أن جميع حالات التعلم الشرطي الكلاسيكي والتعلم بالمحاولة والخطأ تفسر بمبدأ واحد هو مبدأ التدعيم.
- ✓ التدعيم شرط ضرورياً وكاف لحدوث التعلم فإن لم يوجد دافع وتدعيم استحال التعلم.
- ✓ التدعيم هو تقوية الرابطة بين المثير والاستجابة.
- ✓ ينشأ التدعيم عن كل ما يخفض التوتر الناجم عن دافع مثار فطريا أم مكتسبا أي ينشأ التدعيم من استعادة التوازن الذي اختل نتيجة لاستثارة الدافع.
- ✓ هناك نوعان من التدعيم أولى وينتج عن إرضاء دافع أولي، وثانوي وينتج عن إرضاء دافع ثانوي.
- ✓ اعتبر الدافع متحولاً وسيطاً والتميز يشق من مسلمته الأساسية عن الترابط بين المثير والاستجابة.
- ✓ أن أي مثير يحدث باقتران زمني شديد مع استجابة معززة يصبح مرتبطاً بتلك الاستجابة بحيث يثيرها فيما بعد تكرار كاف.
- ✓ إذا حدث انطفاء لاستجابة معينة فإننا نجد أن آثار هذا الانطفاء تأخذ في الزوال تدريجياً بعد فترة من الزمن ما لم تحدث فيها محاولات تعزيزية.
- ✓ تميل العادة المخبأة إلى الظهور ويسمى هذا بالاسترجاع التلقائي.

الإطار المنهجي:

أساس وجود الدافع هو إرضاء الحاجات البيولوجية، ويقوم الدافع بسبب الحاجة، وقوة الدافع يمكن تقديرها بواسطة متغيرات مثل الحرمان، القوة، الشدة، وقرر كذلك أن الحرمان يؤدي إلى استفزاز الدافع، والدافع ليس محركا للسلوك ولكنه مقو له، أما تحريك السلوك فإنه يكون عن طريق المثيرات البيئية.

✓ هناك نوعين من الدوافع الأولية وهي التي ترتبط بالحاجات البيولوجية للكائن الحي، وهي أساسية للكائن الحي أما الدوافع الثانوية أو الدوافع المتعلمة، وهي التي ترتبط بالمواقف أو المثيرات الموجودة في البيئة والتي ترتبط بتحقيق الدوافع الأولية ثم تصبح هي نفسها دوافع، يقوم التعلم على أساس الدافعية.

✓ زواج بين قانون الأثر عند (ثورندايك) والإشراط عند (بافلوف) حيث أن التعلم يمكن أن يفسر بمبادئ مثل الحداثة والتكرار والتدعيم. (بركات، ص 31-32)

مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباعات:

✓ الاستخدام في لغة هو من استخدم استخداما، أي اتخذ الشخص خادما، ومنه يخدمه خدمة فهو خادم، وأما الاشباعات في اللغة فهي مأخوذة من الشبع بفتح الشين وفت الباء (مثل العنب)، ضد الجوع، وتدل على امتلاء في أكل غيره.

✓ ونظرية الاستخدامات والاشباعات في الاصطلاح الاعلامي مثار اختلاف بين الباحثين، وتعني النظرية باختصار: تعرض الجمهور لموارد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع، الحاجات الفردية (كنعان، 2014، ص، 175).

✓ تهتم نظرية الاستخدامات والاشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، وخلال عقد الأربعينات من القرن 20، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام (مكاوي، 2009، ص، 156)

✓ وترى هذه النظرية أن الجمهور ليس مجرد مستقبل سلبي لرسائل الاتصال الجماهيري وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون التعرض لها ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة. (عواجي، 1433هـ، ص9).

✓ تأخذ نظرية الاستخدامات و الاشباعات في الاعتبار الأول المتلقي كنقطة بدء بدلا من الرسالة، وتشرح سلوكه الاتصالي فيما يتصل بتجربة الفرد المباشر مع وسائل الإعلام لأن الأفراد يوظفون مضامين الرسائل بدلا من التصرف سلبيا حيالها فالجمهور وفق هذه النظرية أساس في عملية الاتصال، إذ يقوم المتلقي باستمرار باختيار الرسائل الإعلامية من بين الرسائل الكثيرة التي يتلقاها ويفترض هذا المدخل أن إشباع الحاجات يتم من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية بالإضافة الى السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة(أبو العلا، 2013 ، ص.83).

فروض وأهداف نظرية الاستخدامات والاشباعات:

- ✓ ويرى كاتز وزملائه(Katz et al) أن منظور الاستخدامات والاشباعات يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، وتتضمن فروض نموذج ما يلي:
- ✓ أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- ✓ يعرب استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- ✓ التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

✓ يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

✓ يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط (مكاوي، 2009، ص. 158)

ويحقق منظور الاستخدامات والإشاعات ثلاثة أهداف رئيسية هي:

✓ السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

✓ شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

✓ التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري (مكاوي، 2009، ص. 158).

دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام:

1. دوافع منفعية: وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات

وجميع أشكال التعليم بوجه علم والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

2. دوافع طقوسية: وتستهدف تمضية الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة

والهروب من المشكلات وتنعكس هذه الفئة في البرامج الحالية مثل المسلسلات والأفلام

(مكاوي، 2009، ص. 163)

التوقعات من وسائل الإعلام:

يتوقع الأفراد من وسائل الإعلام -حال التعرض لها- إشباعا لحاجاتهم وتقوم هذه التوقعات على الأصول النفسية والاجتماعية لهؤلاء الأفراد، ويرى " كاتز" هو الإشباع الذي يبحث عنه الجمهور.

ويعد مفهوم التوقع الذي يربط توقعات أفراد الجمهور بخصائص وسائل الاتصال وسماتها ومحتواها بقيمة الاشباعات الكامنة، وتفترض هذه الدراسات أن لدى أفراد الجمهور العديد من التوقعات التي تبرز من خلال قدرة هؤلاء على إدراك البدائل المختلفة.

ومن خلال نظرية القيمة المتوقعة يمكن معرفة العلاقة بين محاولة الفرد إشباع حاجاته وتساعد هذه النظرية في فهم دوافع الجمهور للتعرض للوسائل الإعلامية الجماهيرية والأنترنت من خلال ربط العلاقة بين دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام وسلوك الجمهور أثناء التعرض (كنعان، 2014 ص.186-187).

اشباعات وسائل الإعلام:

وفق نظرية الاستخدامات والاشباعات يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الاعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها "الاشباعات" gratification.

قد اهتمت دراسات الاستخدامات والاشباعات منذ السبعينات بضرورة التمييز بين الاشباعات التي يبحث عنها ال جمهور gratification sought من خلال التعرض لوسائل الإعلام، والاشباعات التي تحقق بالفعل gratification obtained.

ويرى سوانسون إمكانية ربط محتوى الرسالة بالاشباعات المحققة، فبرامج الترفيه والدراما يمكن أن تحقق إشباع التنفيس reversion الذي يشمل في خبرات الاستثارة، والتخلص من التوتر والقلق والهروب من المشكلات اليومية، أما برامج الأخبار والمعلومات والشؤون الجارية، فيمكن أن تحقق إشباع مراقبة البيئة surveillance، الذي يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات.

ويُفرق "لورانس وينر" بين نوعين من الإشباعات هما:

أولاً: إشباعات المحتوى: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وتنقسم إلى نوعين:

1. إشباعات توجيهية: تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.
2. إشباعات اجتماعية: ويقصد بها ربط المعلومات التي يصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

ثانياً: إشباعات العملية: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل وتنقسم إلى نوعين:

1. إشباعات شبه توجيهية: وتحقق من خلال تحقيق الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والأثارة.
2. إشباعات شبه اجتماعية: وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة

تطبيق الاستخدامات والإشباعات في دراسات استخدام الشبكات الاجتماعية على الأنترنت:

لقد أصبحت نظرية الاستخدامات والإشباعات تستخدم بشكل واسع باعتبارها أكثر ملائمة لدراسة استخدام الأنترنت، وحسب رايس ووليم فإن الإعلام الجديد يعتبر ساحة خصبة لاختبار العديد من النظريات والنماذج منها نظرية الاستخدامات والإشباعات بالإضافة إلى رايس وويلمز مقالات ويلمز ستوفرت وقرانت بين 1994 وديسمبر 1996 أشارت إلى مدى ملائمة نظرية الاستخدامات والإشباعات لبحوث الإعلام الجديد.

ويعتبر تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات اليوم في دراسات مواقع الشبكات الاجتماعية ذو أهمية بالغة، حيث وبعد استعراض الأدبيات السابقة تم التوصل إلى أكثر

العوامل لفتا بالنسبة لنظرية الاستخدامات الاشباعات حيث وجد park وآخرون 2009 أن عملية الاستخدام الاشباعات الرئيسية الخاصة بمواقع الشبكات الاجتماعية هي:

صنع صدقات التسلية، التعريف بالذات، الحصول على المعلومات، في حين أضاف laros وeastion 2004 من جانب الحاجات الاجتماعية وهي أكثر انتشارا.

الاشباعات الاجتماعية:

تعتبر الاستخدامات الاشباعات في الشبكات الاجتماعية من أهم الاستخدامات المتعلقة بتطبيق الاستخدامات والاشباعات، فأغلبية الأشخاص الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية يميلون إلى التعرف على أشخاص جدد والحفاظ على علاقاتهم القائمة كما كشفت العديد من الدراسات التي لها علاقة بالاستخدامات والاشباعات بأن مستخدمو الفايسبوك يستخدمونه لتحقيق الاشباعات بالدرجة الأولى وذلك للحفاظ على العلاقات القائمة والتعرف على أشخاص جدد، ويميل المستخدمون إلى استخدام الشبكات الاجتماعية نظرا للتفاعلية اللامحدودة التي توفرها.

التعريف بالذات: ويقترح tufecki 2008 عددا من العوامل التي تساعد الشخص في تقديم نفسه على الشبكات الاجتماعية والتي تتمثل في الصداقات والعلاقات الاجتماعية مكان الإقامة وغيرها (بريك، 2012_2013 ص.31).

الحصول على المعلومات: يرى الكثير من مستخدمي الشبكات الاجتماعية أن الحصول على المعلومات المخصصة لهم على تلك المواقع هي أيضا من أهم الاشباعات المحققة وحسب بارك وآخرون فإن مستخدمو "الفايسبوك" يلتمسون الحصول على المعلومات الأحداث، والقضايا السياسية والمدنية وغيرها من القضايا المختلفة (عبيدي، 2015-2016، ص 29).

7. تحديد مفاهيم الدراسة:

تعريف دور اصطلاحا:

يعرفه "جان سيتوتيزل" على انه مجموعة من السلوكيات التي يمكن ان ينتظرها من الغير بصفه شرعيه فمشروعيه السلوكيات التي يقوم بها الشخص تبر وضعه أو مركزه" (بن عروس، 2008-2009، ص. 13)

التعريف الإجرائي:

يعرف المفهوم حسب هذه الدراسة هي الوظيفة التي تقوم بها مواقع التواصل الاجتماعي في عمليه تعزيز العلاقات الاجتماعية وكذلك هو المؤشر الذي يدل على ما تقوم به العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا.

التعريف الاصطلاحي لمواقع التواصل الاجتماعي:

هي مواقع الكترونية تقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات مثل المحادثة الفورية والإلكتروني ومشاركتها مع الآخرين (عبد الامير، 2014، ص. 65) وفي تعريف اخر هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع الأصدقاء (الصقور، 2012، ص. 97)

التعريف الإجرائي:

كل الحسابات والمساحات على شبكة الأنترنت التي تتيح التواصل لمستخدميها مع مختلف الأفراد في أي وقت وفي أي مكان في العالم، وهي المواقع التي ساهمت في خلق فضاءات افتراضية بديلة عن الواقعية

التعريف الاصطلاحي للعلاقات الاجتماعية:

في معناها العام حالة الارتباط بين شخصين أو أكثر حول موضوع معين وتعد اهم العلاقات الإنسانية الفرد بنفسه وعلاقته بالآخرين. (عبد العاطي، ص. 329)

الإطار المنهجي:

يمكن تعريف العلاقة الاجتماعية " بأنها السلوك الذي يصدر عن مجموعه من الناس الى المدى الذي يكون كل فعل من الأفعال أخذاً في اعتباره المعاني الذي تنطوي عليها أفعال الآخرين.

يعرفها إبراهيم عثمان على أنها صورة من صور التفاعل الاجتماعي بين طرفين أو أكثر بحيث تكون لدى كل طرف صورة عن الطرف الآخر والتي تأثر سلباً أو إيجاباً على حكم كل منهما على الآخر ومن صور هذه العلاقات الصداقة والروابط الأسرية والقربة وزمالة العمل والمعارف والأصدقاء (معن، 1999، ص.76)

التعريف الإجرائي:

هي العلاقة التي تقوم بين شخصين أو أكثر لتلبية حاجات اجتماعية أو عاطفية أو اقتصادية عبر موقع الفايسبوك حيث يكون لهذه العلاقات نتائج وآثار سواء إيجابية أو سلبية.

التعريف الاصطلاحي لجائحة كورونا:

هي جائحه عالميه مستمرة حالياً لمرض فيروس كورونا 2019(كوفيد 19) سببها فيروس كورونا المرتبط بالمتلازمة التنفسية الحادة الشديدة (سارس -كوف-2)

التعريف الإجرائي:

هو عبارة عن فيروس جديد وقاتل وسريع الانتشار يصيب الإنسان باعتباره أحد الفيروسات الخطيرة التي تهدد الصحة البشرية في كل العالم.

8. منهج البحث:

يعرف أحمد بن مرسلني المنهج "أنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها والعلاقة السائدة داخلها، كما في الحيز الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية الغير مصطنعة، من خلال جمع المعلومات، والبيانات المحققة لذلك". (بن مرسلني، 2006، ص. 286)

ويعرف أيضا "بأنه الطريقة التي يسلكها الباحث للوصول الى نتيجة معينة" (بوخوش.ص.24)

استخدمنا في دراستنا هذه المنهج الوصفي ويعرفه "انه أسلوب من أساليب التحليل المركز على المعلومات الكافية والدقيقة أو موضوع محدد أو فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الوصول على نتائج علمية، ثم تفسيرها بطريقة موضوعية، لما ينسجم مع المعطيات العقلية للظاهرة." (دويدي، ص.184)

واستخدمنا هذا المنهج لأنه يهدف للحصول على المعلومات الكافية والدقيقة حول موضوع محل الدراسة وهو (دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز العلاقات الاجتماعية في ظل جائحه كورونا)

9. أداة جمع البيانات:

أما فيما يخص أدوات جمع البيانات والتي يمكن اعتبارها كوسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع فقد اعتمدنا على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية

استمارة الاستبيان تعتبر أداة هامة من الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة. كما أنها أداة تتضمن مجموعه من الأسئلة المكتوبة والتي تعد قصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين. (عليان وغنيم، 2007، ص.82) واستمارة الاستقصاء (الاستبيان) عباره عن استمارة تتضمن مجموعه معينة من الأسئلة المترابطة والمتعلقة بموضوع البحث من خلالها الحصول على إجابات معينة يجري تحليلها لأغراض البحث (خضير، واللوزي، 2008، ص.10) وتم اعتماد هذه الأداة في دراسة "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا لعينة من سكان مدينة المسيلة (500 مسكن) مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعي تضمنت الاستمارة بداية بالبيانات الشخصية (الجنس النوع) المحور الأول عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) لدى الأفراد في ظل جائحة كورونا والمحور الثاني الاشباعات المحققة من خلال استخدام موقع الفاييسبوك في

ظل جائحة كورونا والمحور الثالث تأثير استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا.

اختبار صدق أداة جمع البيانات:

يقصد به اختبار الصدق الظاهر لفترات الاستبيان من خلال عرضها بصورتها النهائية على مجموعة من المحكمين أصحاب الخبرة والمعرفة في مجال البحث العلمي المتخصصين في الإعلام والاتصال حيث أبدوا آراءهم حول فقراتها وهو ما يعرف بأسلوب الصدق الظاهر "صدق المحكمين" والتي التزمنا بتعديلها الى ان وصلت الى صورتها النهائية لتكون قابله للتطبيق على عينه الدراسة.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: مدينة مسيلة (حي 500 مسكن)

الحدود البشرية: جرت الدراسة على سكان مدينة المسيلة (حي 500 مسكن) الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك).

الحدود الزمنية: طبقت الدراسة من 13-14 أبريل 2021.

10. مجتمع البحث والعينة:

هو المجتمع الأكبر أو مجموعة المفردات التي تستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة. ويمثل هذا المجتمع الكلي أو المجتمع الأكبر الذي يهدف الباحث اليه في دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته (عبد الحميد، 2000، ص.130)

يقصد بمجتمع البحث جميع المفردات أو الأشياء التي نريد معرفة الحقائق عنها وقد تكون أعداد أو برامج إذاعية في حالة دراسة الرأي العام فإن المجتمع هو جميع الأفراد الذين يهمهم مجتمع الدراسة (حجاب، 2000، ص.29) وبناء على هذا فإن مجتمع البحث الخاص بدراستنا يتمثل في سكان مدينه المسيلة (حي 500 مسكن) الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

هي مجتمع الدراسة التي تجمع منه البيانات الميدانية وهي تعتبر جزء من الكل بمعنى انه تؤخذ مجموع أفراد المجتمع على ان تكون ممثلة للمجتمع الذي تجري الدراسة عليه (مربطي. ونحوي، 2009، ص. 29)

إن العينة هي اختيار جزء صغير من وحدات المجتمع البحث اختيارا عشوائيا أو منتظما، والمعروف لدى الباحثين بأسلوب العدد العشوائي، أو تحكيميا قصديا، ليشكل هذا الجزء من وحدات مجتمع البحث، المادة الأساسية للدراسة، والعينة كلمة مشتقة من الفعل عين، الذي يفيد في العربية معنى خيار الشيء (القاضي والبياني، 2000، ص.148)، وبذلك فإن العينة هي ما تم اختياره من هذا الشيء. وفي البحث العلمي فإن العينة تعني الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما اعتمدنا على العينة العشوائية البسيطة. وهي التي يتم فيها اختيار أفراد العينة بشكل عشوائي بحيث يعطي لكل فرد من المجتمع نفس الفرصة التي تعطي لغيره عند الاختيار وهنا يكون من أفراد المجتمع فرص متكافئة في الاختيار

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

مرزاقه بلباله :تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين انطلقت الدراسة من الإشكالية التالية: ما تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين؟ وتمثلت تساؤلاتها في: ماهي عادات وأنماط استخدام المبحوثين للصفحات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي؟ فيما تتمثل التأثيرات السلبية المعرفية الوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين؟ ما الآثار الإيجابية والمعرفية والوجدانية والسلوكية التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي في القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين؟ وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي كما اعتمدت على العينة العشوائية المنتظمة واعتمدت على أداة الاستبيان

ومن اهم النتائج التي توصلت اليها: ان أكبر عدد من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاثة سنوات ولا يوجد لهم وقت محدد في تصفح الصفحات ذات الطابع الاجتماعي، كما يفضلون استخدام موقع الفايسبوك في متابعة تلك الصفحات والاستخدام الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي أثر سلبا على سلوكيات وقيم الطلبة الجامعيين من خلال ما ينشر عبر هذه المواقع من معلومات وقيم وسلوكيات اجتماعية ما أدى الى تراجع العلاقات الأسرية والاجتماعية وخلق عده مشاكل نفسية وصحية واجتماعية وأيضا تبين ان مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت فعلا في ترك أثر إيجابي في القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين بحيث عملت على دعم وتعزيز جملة من القيم الاجتماعية وترسيخها في عقول الطلبة كالعامل الجماعي.

الدراسة الثانية: نومار مريم نريمان: مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية انطلقت الدراسة من الإشكالية التالية: ما أثر استخدام المواقع الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟

وتمثلت تساؤلاتها في، ماهي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجزائريين؟ ماهي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفايسبوك؟ كيف يؤثر استخدام الفاسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟ ولقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي، كما اعتمدت على العينة القصدية المتمثلة في مستخدمي موقع الفاسبوك في الجزائر، واعتمدت على أداة الاستبيان، واهم النتائج المتوصل إليها نذكر:

إن أفراد العينة بين 15 و 25 أكثر ميلا لاستخدام المواقع للترفيه والتسلية مقارنة بالفئات العمرية الأخرى وإن أفراد العينة أكثر من 37 سنة يستخدمون الموقع استخدامات إعلامية أكثر من الفئة الأولى والثانية، حيث إن أغلب أفراد هذه الفئة يستخدمون الموقع من أجل الأخبار والأحداث الجارية. (نومار، 2011/2012)

تبين إن استخدام موقع الفاسبوك له آثار سلبية على منظومة العلاقات الاجتماعية فإنه من الضروري الإشارة إلى البعد الآخر المتحقق من خلال هذه الدراسة والمتعلق بحفاظ الفاسبوك على العلاقات الاجتماعية القديمة والقائمة وتوسيعها والحفاظ عليها من خلال التواصل الدائم واطلاعهم على أخبار بعضهم البعض كما يمكن أن تتحول هذه العلاقات من علاقات افتراضية إلى حقيقية.

تبين بأن مستخدم الفاييسبوك في الجزائر مستخدم نشط لديه العديد من الحاجات التي يسعى لإشباعها من خلال استخدامه للموقع و انتقائه للمحتوى، هذه الحاجات و الدوافع تتغير تبعا للعديد من المتغيرات الاجتماعية و النفسية، وحسب نتائج الدراسة تأتي في مقدمة الحاجات الحاجة إلى التواصل وربط علاقات صداقة وقد نجح موقع الفاييسبوك في تحقيق هذه الحاجة رغم استغراق وقت كبير لإشباع هذه الحاجة مما أدى إلى وجود تأثيرات متعددة على طبيعة علاقة المتلقي بأسرته ومعارفه في المجتمع الطبيعي وادى الى انسحابه الملحوظ من التفاعل الاجتماعي.

الدراسة الثالثة: دراسة عواطف عبيدي سعد: بعنوان استخدام أئمة المساجد لشبكات التواصل الاجتماعي الفاسبوك النموذج دراسة ميدانية بولاية الوادي، وتتمثل إشكالية الدراسة فيما يلي ما مدى تفاعل أئمة المساجد مع شبكات التواصل الاجتماعي عموما والفايسبوك على وجه الخصوص، وما الهدف من استخدامها؟ (عبيدي، 2015-2016).

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة عادات أنماط استخدام الأئمة لشبكات التواصل الاجتماعي الفاسبوك وما وصلت إليه الدعوة عبر الوسيلة.

وقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين والمنهج الذي اعتمده الباحثة في دارستها هو المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من 289 مفردة وتم الاعتماد على العينة العشوائية وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

بينت الدراسة أن نسبة كبيرة من أفراد العينة لديهم حساب على مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك، وان هناك من الأئمة من يستخدمون حسابات أخرى.

الوسيلة الأكثر استعمالاً من طرف الأئمة أثناء استخدامهم الفايسبوك هو الهاتف النقال والمدة التي يقضونها هي ساعة إلى ساعتين يفضلون استخدام أسمهم الحقيقي.

كشفت الدراسة أن الهدف من استخدام الأئمة لموقع الفايسبوك هي الدعوى لترسيخ القيم الإسلامية.

الدراسة الرابعة: دراسة خولة لعبيدي، نعيمة جواد: بعنوان استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الفايسبوك نمودجا، تتمثل إشكالية الدراسة في فيما تتمثل استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك؟

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي حيث تم اختيار موقع شبكة الفايسبوك كنموذج لمواقع التواصل وقد اعتمدت الباحثتين فهذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي.

قدرت عينة الدراسة ب 287 شاب جامعي مستخدم لشبكة الفايسبوك المختارين بعينة قصدية كما تم الاعتماد في هذه الدراسة على أداتي الملاحظة واستبيان من المبحوثين. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

أنماط استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك تتفاوت من مستخدم لأخر، حيث أظهرت الدراسة إلى أغلبية الشباب الجامعي المستخدم الفايسبوك يميلون إلى الاطلاع وكان هذا في الأخير بالتساوي مع الجانب الترفيهي.

يلجأ الشباب الجامعي لاستخدام الفايسبوك بغرض زيادة المعلومات والتواصل مع الأهل والأصدقاء.

إن موقع الفيسبوك له تأثيرات إيجابية وسلبية في الوقت نفسه وذلك حسب الاستخدام والإدمان عليه، حيث أن المواقع من وجهة نظر الشباب الجامعي تسبب في انخفاض المستوى الدراسي للطالب.

الدراسة الخامسة: فاطمة بريك: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين وتتمثل إشكالية الدراسة فيما يلي: ما مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين؟

تم الاعتماد على أداة الاستبيان لهذه الدراسة والمنهج الذي اعتمدت عليه الباحثة في دراستها هو المنهج الوصفي.

تكونت عينة الدراسة من 210 مفردة وتم الاعتماد على العينة الطبقية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج هي

بيئة الدراسة أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة.

كشفت الدراسة أن موقع التواصل المفضل لدى الطلبة الجامعيين هو موقع الفاسبوك.

من بين القيم التي تعززها مواقع التواصل الاجتماعي في القيم العامة بالدرجة الأولى ثم القيم الاجتماعية ثم القيم الأخلاقية.

(بريك، 2012-2013)

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

مما لا شك أن للدراسات السابقة دور كبير في إثراء البحث العلمي من خلال الإسهامات العلمية والنتائج المهمة التي تقدمها لذا وجب الوقوف عندها لإعطاء البحث بعده التأصيلي النظري، ومن خلال استعراض الدراسات السابقة سجلنا الملاحظات التالية:

✓ تم الاستفادة من الدراسات السابقة من خلال صياغة موضوع الدراسة الحالية، وتحديد الدقيق لإشكالية الدراسة.

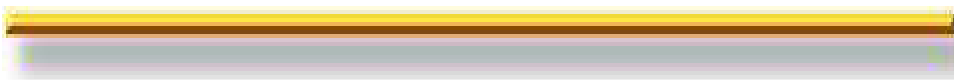
✓ الاستفادة من تلك الدراسات من حيث بعض النقاط التي تتقاطع وتتشابه فيها الدراسة الحالية خصوصا في جانبها المنهجي من حيث تحديد المنهج وأدوات جمع البيانات وكذا في جانبها النظري.

✓ تم الاستفادة من تلك الدراسات من خلال التعرف على نظريات الاتصال المناسبة وتطبيقها على الدراسة الحالية.

✓ ساعدتنا الدراسات السابقة أيضا في جانبها التطبيقي من خلال صياغة بعض أسئلة الاستبيان.

وكذلك من خلال النتائج المتوصل إليها من تلك الدراسات تم تسليط الضوء على بعض الجوانب بشكل أعمق في الدراسة الحالية.

الإطار النظري



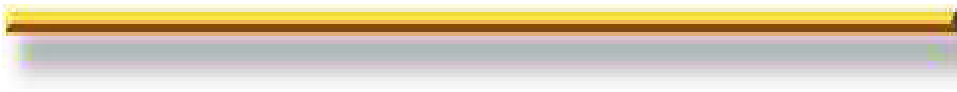
الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي



المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل
الاجتماعي

المبحث الثاني: خصائص ووظائف مواقع
التواصل الاجتماعي

المبحث الثالث: إيجابيات وسلبيات
مواقع التواصل الاجتماعي



تمهيد:

مما لا شك فيه أن التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال غير أنماط كثيرة في حياة الناس بعد مساهمة هذه الأخيرة في العديد من القضايا التي ترتبط حتى بالعلاقات الإنسانية، فنكنولوجيا الإنترنت مثلا بلغت درجة متقدمة من التطور فبرز الجيل الثاني من الإنترنت الذي قلب الكثير من المفاهيم وأتاح عددا من المفاهيم وأتاح عديد الخدمات من خلال وسائله المتنوعة التي تأتي في مقدمتها مواقع الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت. والتي تحولت إلى بديل عن مختلف النشاطات التقليدية الماضية من خلال تفاعل عدد كبير جدا من المستخدمين فأصبح الأشخاص يقضون وقتا كبيرا مع آخرين يبادلونهم نفس الاهتمام ويشاركونهم نفس الفضاء، ومع هذا التزايد الملموس في استخدام هذه المواقع من مختلف الفئات تعددت وتنوعت مقدمة بذلك عددا هائلا من الخدمات التي تنوعت من موقع إلى آخر فظهر موقع "مي سبايس" فيسبوك"، "تويتر" وغيرها.

وتجدر الإشارة إلى أن التطور المتسارع الذي يشهده مجال الشبكات الاجتماعية عبر الأنترنت خلق نوعا من عدم الاتفاق على حدود هذه الشبكات وخصائصها وهذا ما نلمسه من اختلاف الباحثين.

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

تعددت تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بين العديد من الباحثين ومن أبرز هذه التعاريف نذكر:

بعرفها مهدي الحوساني في 2002: هي مواقع تصنف ضمن الجيل الثاني للويب (ويب 2.0) وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم "بناء مجتمعات" بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف إلى أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في تصفح الأنترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه.

وأخيرا مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه وأصدقاء أصدقائه. (العريشي والدوسري، 2015، ص.86)

يعرفها المقدادي، هي شكل مبسط من أشكال التواصل الإنساني لأنها تسمح بالتواصل مع عدد من الناس (أقارب، أصدقاء، زملاء...إلخ) عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع، فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل أثناء إمدادك بتلك المعلومات، وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الأنترنت (المقدادي، 2013، ص.24)

ويعرفها الديلمي: هي شبكات تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان من العالم، حيث ظهرت على شبكة الأنترنت منذ سنوات وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي، وتبادل الصور والآراء مع إمكانيات توطيد العلاقات الاجتماعية بينهم (قاسمي وجدادي، 2019، ص.20)

هي عبارة عن مجموعة من البرامج والأدوات على الأنترنت يستخدمها جمهور المستخدمين لتبادل المحتوى، والآراء والأفكار والخبرات ووجهات النظر عبر وسيلة إعلام تعمل على تسهيل المحادثات والتفاعلات بين مجموعات من الناس عبر الأنترنت (عبد الرزاق، 2013، ص.39)

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

وتعرفها هيئة محمد خليفة بالقول " الشبكات الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما يمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال، ببعضهم البعض وبعد طول سنوات وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقات بينهم." (حسين، 2011، ص.187)

ويعرفها إياد الديلمي يقول " إن تلك الوسائل الحديثة للاتصال متمثلة بالفييس بوك واليوتيوب يمكن أن تكون مكملة للإعلام التقليدي، لينتج إعلام يزوج بين المهنية وصرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة وبين التقنية الحديثة، التي تتيح للإعلام التقليدي الفرصة ليكون أكثر قربا ليس من الحدث فحسب وإنما من الناس أيضا وهذا هو جوهر الموضوع." (المنصور، 2012، ص.26)

المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

"بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل(كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع سكس(دجريزس)عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص و كانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها (الدرجات الست للانفصال) و ظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، و ظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل لايف جورنال و موقع كايوو رلد الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء" (حجازي، 2017، ص.71)

"وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 ومع بداية هذا العام(2002) انطلق موقع التواصل الاجتماعي (com.friendster) الذي حقق نجاحا دفع الى google إلى محاولة

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

شرائها سنة 2002 لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ و قد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، و قد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة و في النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع (com.Skyrock) كمنصة للتدوين" ثم تحول إلى موقع تواصل، و حتى هذه المرحلة لم تكن هذه المواقع معروفة في المجتمعات العربية إلا بشكل محدود جدا، خصوصا أن خدمات الإنترنت لم تكن على مستوى كبير من الانتشار والترحيب" (ماطر، 2018، ص.19)

"وقد ساعد تطور الأنترنت وانتشارها في ظهور جيل جديد من مواقع التواصل الاجتماعي التي امتازت بسهولة استخدامها، وبالتطبيقات الكثيرة التي تناسب مختلف الشرائح الاجتماعية، بما فيها اللغة، فكان أن ظهر موقع Myspace سنة 2003 الذي بدأ يحقق نجاحا كبيرا وانتشارا واسعا وصل إلى المجتمعات العربية. وفي العام (2004) انطلق موقع الفاسبوك com.Faebook في الولايات المتحدة وعرف أولا فيما بين طلبة جامعة هارفارد، ثم بدأ ينتشر إلى الجامعات والمدارس الأخرى، وفي العام 2006، بدأ بالانتشار على الساحة المحلية والدولية، بعدها انتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع تويتر Twitter حيث ظهر سنة 2006 و أطلق رسميا للمستخدمين سنة 2007 (ماطر، 2018، ص.20)

المطلب الثالث: اهم مواقع التواصل الاجتماعي

تنوعت مواقع التواصل الاجتماعي منذ ظهورها الأول على شبكة الإنترنت، ومن سنة الى سنة تطورت هذه المواقع تدريجيا، وبرز عدد منها مثل اليوتيوب، الفيسبوك، والتويتر والتي سنتحدث عنها باعتبارها من اهم مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي (بريك، 2012-2013، ص.42)

موقع اليوتيوب YOUTUBE : هو أبرز موقع على شبكة الإنترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، كانت فكرة تأسيسه من قبل ثلاث

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

موظفين كانوا يعملون في شركة BAYBAL عام 5008 في كاليفورنيا، وفي عام 5009 اشترته شركة غوغل ب 98.4 مليار دولار، ويعتمد موقع يوتيوب على تقنية أدوب فلاش ويشمل على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى، وأصبح يوتيوب عام 5009 الشبكة التواصلية الأولى حسب اختيار مجله تامي الأمريكية.

✓ قد طرحت GOOGLE إحصائيات جديدة حول استخدام YOUTUBE، عبر العالم ولازال أفضل موقع فيديو في العالم يسجل قياسات وإحصائيات جديدة حيث: يتم تحميل 90 فيديو كل دقيقة على اليوتيوب.

✓ أكثر من 4 مليار فيديو يوتيوب يتم مشاهدتهم في اليوم الواحد.

✓ صفحة إحصائية يوتيوب تقول أيضا أنو يتم مشاركته 700 مقطع فيديو يوتيوب على تويتر كل دقيقة.

موقع التويتر TWITER: هو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات TWEETS عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة (S M) أو برامج للمحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيسبوك TWITERFOX، تظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي. (لعبيدي، 2012-2013، ص 53-59) وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات.

وظهر موقع تويتر عام 2006 وقد استخدم الموقع وتبادل الحوار بين المستخدمين ذوي الاهتمامات والأهداف المشتركة والتنسيق خلال الأحداث ونشر الأخبار والمعلومات والتفاوض بين جماهير متعددة ومتداخلة عن طريق توجيه تغريدات معينة للجماعات عن الآراء في مختلف الأحداث.

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

ويعد موقع تويتر من بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام الاجتماعي التي تسمح بنشر

عدد من المعلومات على الأنترنت من مصادر رسمية وغير رسمية، ويعتبر "تويتر" موقع

تدوين مصغر برز في نشر وتنظيم المعلومات حول الأحداث الكبرى مثل حرائق كاليفورنيا

2008 (بريك، 2012 2013ص.43)

موقع الفايسبوك FACEBOOK: موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة الفايسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها ويعرفه بأنه يعد من أشهر الشبكات الاجتماعية على الأنترنت وأسسها مارك روكز بيرج حينما كان طالبا في جامعه هارفورد عام 2004.

وفي اكتوبر 2012 أعلن موقع الفايسبوك من خلال مؤسسة مارك روكزبيرج أن عدد مستخدمي الفايسبوك وصل الى مليار مستخدم.

ولا يقتصر استخدامه على الأفراد بل إن هناك الكثير من الشركات والمنظمات والحكومات في مختلف أنحاء العالم التي تستخدم المواقع في إرسال التسويقية وجمع التبرعات الخيرية والتواصل مع العملاء والأعضاء (لعبيدي، 2012 2013 ص.54-55)

واستطاع الفايسبوك أن يتصدر قائمة المواقع الاجتماعية كافة متفوقا على "تويتر" واليوتيوب، وغيرهما من المواقع الاجتماعية، فقد لاقى الفايسبوك انتشارا كبيرا بين المستخدمين لما وجدو فيه سهولة في التعامل وفي الخصائص إضافة الى انتشاره الواسع جعله متميزا عن غيره من المواقع الأخرى فهو يتميز بما يلي:

الملف الشخصي profile: عندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، وصورة والأمور المفضلة لديك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين. (عبيدي، 2015 2016ص.61)

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

إضافة صديق FRIEND ADD: يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وأن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفايسبوك بواسطة البريد الإلكتروني أو رقم هاتفه.

إنشاء مجموعات GROUPS: تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعته الإلكترونية على الأنترنت أن ينشئ مجتمعه إلكترونياً بمجتمع حول قضية معينة.

لوحة الحائط WALL: وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

النكزة POKES: منها يتاح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض، هي عبارة عن إشعار يخطر للمستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

الصور (FHOTOS): وهي الخاصية التي يمكن للمستخدمين من تحميل ألبومات الصور من الأجهزة الشخصية إلى موقع عرضها.

الحالة STATUS: التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

التغذية الإخبارية FEED NEWS: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي.

الهدايا GIFTS: ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدمين الذي يقوم باستقبال الهدية.

السوق PLACE MARKET: هو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية.

إنشاء صفحة خاصة على الموقع FACEBOOK: نستطيع إنشاء صفحة بموضوع معين، ويكون الاسم الخاص بها منتهياً بـ فيس بوك وتتيح لك أن تروج لفكرتك أو حزبك أو جريدتك

ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة، ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات (عبيدي، 2015، 2016 ص. 62)

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

كما يقدم موقع فايسبوك تطبيقات عدة، يستطيع المشترك من خلالها عرض ما لديه والاستفادة منها والتفاعل مع تلك التطبيقات وهي كالتالي:

الصفحة الرئيسية (HOME): يظهر فيها كل ما يعرضه الفيس، وما تشمله من إعدادات.

الصفحة الشخصية (profile): هي الصفحة الشخصية للمستخدم، ويعرض فيها كل نشاطه ومساهماته نشاطه الفيس، وكذلك يسمح للأصدقاء بالاطلاع على أنشطته.

الرسائل (MESSAGES): يرسل من خلالها الرسائل، ويطلع على الوارد.

المجموعات (GROUPS): يستطيع من خلالها إنشاء مجموعات مغلقة ومفتوحة وذات.

اهتمامات الأحداث والمناسبات (EVENTS): يعرف المشتركون بالفيس من خلال الأحداث القادمة والمناسبات.

الصفحات (PAGES): وهي الصفحة الخاصة التي ينشئها آخرون وتمكن المشتركين بها ومن الاطلاع عليها ويحدثها صاحبها.

الملاحظات والتدوينات (NOTES): تستخدم لكتابة التعليقات ومناقشتها. (عبيدي، 2015، 2016ص.62-63)

المبحث الثاني: خصائص ووظائف مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي موجودة في كل مكان ولم يعد التواصل عبر الشبكات الاجتماعية مجرد تسلية أو ترفيه عن النفس بل أصبحت أسلوب حياة وذلك لما تحمله من مميزات وخصائص عديدة ومنه نلخص أهم خصائصها فيما يلي:

سهولة الاستخدام : حيث لا يحتاج التعامل مع موقع شبكة الأنترنت أو الشبكات الاجتماعية خبرة معلوماتية حتى يتم التفاعل مع محتواها، كما لا أحتاج رواد الشبكات الاجتماعية إلى خبرات و تدريبات علمية وعملية معقدة وإنما إلى مجرد مقدمة و مبادئ أولية موجزة عن طبيعة الاستخدام فقط حيث تتطلب عملية التسجيل اسم و رقم سري بطاقة تعريف العضو، والموافقة على شروط العضوية و بنود العقد المحدد بموجبه الحقوق

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

والوجبات الرقمية، و بمجرد استكمال إجراءات التسجيل يحصل العضو على هوية رقمية باسم المستخدم ورقم سري وجيز خاص به، يسمح له بمباشرة أعماله الرقمية بحرية تامة وإذا تجاوز الشروط أمكن أن يتعرض للعقاب كحذف حسابه الإلكتروني أو تجميد عضويته" (ترنيم، 2015، ص.77)

التفاعلية: فالفرد فيها مستقبل وقارئ، فهو مرسل ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم كالتلفاز والصحف الورقية وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهدة والقارئ. (بن ورقلة، 2017، ص.4)

القدرة على تخزين التسجيل: إضافة إلى الربط بين مختلف المعلومات بطريقة مرنة ومع عدد من الأجهزة المتنوعة.

الاستقلالية والتنوع: تتيح مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كثيرا من الشخصية ما قد يزيد من احتمال انتشار الإشاعات والمعلومات الكاذبة.

السرعة (Speed): سمحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بتبادل المعلومات بطريقة سريعة، كما يشار في ظل هذا السياق إلى الاتصال أو الترابط غير العادي (-connected Over،) (الذي يعني في فحواه عدم التأكد من المصدر ومعالجة المعلومات بطريقة غير كافية ما قد يؤثر في النتائج المترتبة.)" (بن سليمان واخرون، 2017، ص.70)

التدفق الحر للمعلومات: فقد وفرت تلك الشبكات كما هائلا من المعلومات الحديثة، ليس بالنص وحسب باستخدام الوسائط المتعددة من (الصور، الفيديو، الموسيقى، الصوت) مما يحقق فورية تشارك المعلومات المحدثة وبث الوقائع والأحداث لحظة بلحظة. (عبد المعطي، 2015، ص.84)

التوفير والاقتصادية: اقتصادية في الجهد والمال والوقت في ظل مجانية لاشتراك والتسجيل فالفرد ببساطه يستطيع امتلاك حيز على شبكه التواصل الاجتماعي (عبيدي، 2015 2016 ص.52-53) الغاء الفروق الاجتماعية بين المجتمعات (سرور، ص.12).

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: وظائف مواقع التواصل الاجتماعي:

إن للمواقع التواصل الاجتماعي العديد من الاستخدامات حيث يتم توظيفها في مجالات كثيرة من الحياة ولعل أهمها يبرز في: (الشاعر، 2015، ص.68-69)

الاستخدامات الاتصالية الشخصية: وهو الإستخدم الأكثر شيوعاً، ولعل الفكرة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات، وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، ويمكن من خلال الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعرف والصدقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية.

الاستخدامات التعليمية: تلعب الشبكات الاجتماعية دوراً في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر.

الاستخدامات الإخبارية: أتاحت الشبكة الإلكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسة وبصياغة المرسل نفسه بعيداً عن الرقابة ما يجعلها أحياناً ضعيفة المصدقية لما قد يضاف إليها من مبالغات مقصودة أو غير مقصودة لتحويل الخبر أو تدويله أو تسييسه بغرض التأثير على الرأي العام.

الاستخدامات الدعوية: أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير المسلمين، وأنشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الإستخدم والتواصل، والتوفير في الجهد والتكاليف

المبحث الثالث: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

أضفت تكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي بعدا ايجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغييرات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها ومن أهم مزاياها نذكر: (زغدود وسعد، 2017 ص.353)

✓ وسيلة عامة للنشر أدت إلى زيادة دور الويب باعتبارها وسيلة للتعبير والتواصل أكثر من أي وقت مضى.

✓ وسيلة للنشر والدعاية والترويج للمشروعات والحملات المختلفة.

✓ وسيلة بسيطة ومجانية فيها الكثير من الإبداع والتميز والتفرد.

✓ وسيلة مهمة لتجاوز حاجز التوقع والرقابة في نشر المعلومة، وبالتالي فهناك نوع من ديمقراطية المعلومات على الصعيد العالمي.

كما أن لمواقع التواصل الاجتماعي العديد من المزايا الأخرى ومنها نذكر:

(الشماس وعجيب، 2015، ص.268)

✓ أكثر انفتاحا على الآخر: إن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد، واللون والمظهر والميول، فإنك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على آلاف الأميال في قارة أخرى.

✓ فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر عن ذاته، فانه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل وعلى الصعيد العالمي.

✓ منبر للرأي والرأي الآخر: إن أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير.

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

ومن ناحية أخرى بظهر الوجه الآخر لهذه المواقع حيث أنها عززت بعض السلوكيات السلبية على مستوى الأفراد بشكل مقلق إلى حد ما، ومنه نلخص الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي: (نور، 2017، ص.10)

انعدام الخصوصية: حيث تصبح ملفات المشتركين الشخصية عرضة للجميع، بما فيها من بياناتهم وصورهم الخاصة، وهذا قد يمهد الطريق إلى التجسس والمراقبة لكل تحركات وأقوال وأفعال المستخدمين وهو ما ينعكس سلباً على حياته العامة.

قتل الوقت: يضيع بعض المستخدمين الكثير من الوقت الذي هو رأس مال عمر الإنسان في الجلوس أمام هذه المواقع مما يؤثر على علاقته مع أهله وأصدقائه داخل محيط الأسرة.

ضعف الثقة: لا يستطيع المشترك أن يشعر بالانتماء إلى جماعة أو مجتمع لا يثق بأحد من أفرادها لا يشعر بالأمان فيه، من هنا تبقى العلاقات في شبكات.

العزلة الاجتماعية: على العالم الواقعي: لهيمنة القيم المادية وانشغال الجميع بتأمين متطلبات الحياة لجأ العديد من الأفراد المجتمع إلى شبكات التواصل الاجتماعي هشة ما لم تتأسس على علاقات سابقة في العالم الواقعي الاجتماعي لإشباع حاجات التواصل مع الآخرين ونتج عن ذلك حضور في العالم الافتراضي وغياب شبه تام عن العالم الحقيقي وإذا كان من أهداف شبكات التواصل الاجتماعي تخليص البشر من عزلتهم، فإن تحقق ذلك الهدف انتهى بالبشر بعزلة جديدة عن عالمهم الحقيقي. (هتيمي، 2015، ص.88-89).

خلاصة:

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

تعرفنا من خلال هذا الفصل على ماهية مواقع التواصل الاجتماعي من حيث تعريفها، نشأتها، وأهم المواقع الاجتماعية مثل موقع الفايسبوك وموقع تويتر ويوتيوب وكذلك خصائص ووظائف مواقع التواصل الاجتماعي بالإضافة الى إيجابيات وسلبياته.

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية



المبحث الأول: ماهية العلاقات الاجتماعية

المبحث الثاني: المجتمع الافتراضي

المبحث الثالث: العلاقات الاجتماعية

الافتراضية في الشبكات الاجتماعية





تمهيد:

ان التفاعل مع الآخرين في المجتمع الغاية النهائية للطبيعة البشرية، وبذلك تكشف حاجة الإنسان الملحة للمجتمع عن سمات الطبيعة البشرية التي تنطوي على حب التجمع والالتقاء بالآخرين وان الرغبة في التفاعل مع الآخرين والميل للعيش معهم يؤكد ما تنطوي عليه الطبيعة البشرية من الألفة الاستثناس لبني البشر.

وان الحاجات التي تولدها الحياة الاجتماعية لدى الإنسان مثل حاجاته الى الشعور بالانتماء والاتصال بالآخرين إنما هي من صلب طبيعته البشرية وبالتالي تكون الطبيعة البشرية حصاد التفاعل بين الإنسان والفرد والمحيط الاجتماعي الذي صنعه الإنسان والذي لا يستطيع العيش بدونه.

وذلك يشير الى ان الإنسانية الطبيعية تتطلب وجود المحيط الاجتماعي للمجتمع الذي

يوفر للإنسان شبكة من العلاقات تساعد على مواصلة الحياة(شتا.1995.ص.34)

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

المبحث الأول: ماهية العلاقات الاجتماعية

المطلب الأول: تعريف العلاقات الاجتماعية

يشير مفهوم "العلاقات الاجتماعية" الى ترتيب أو تنظيم ثابت للعناصر التي تظهر في الفعل الاجتماعي، فهي لا توجد بمعزل أو خارج الأفعال الاجتماعية، بل هي ترتيبات "متخيلة للفعل لا يمكن تصورها على النحو لرد كأنماط الفعل الاجتماعي (عبد العاطي، ص.329)

كما تعرف العلاقات الاجتماعية على إنها نتيجة التفاعل الاجتماعي (التأثير والتأثرات الأخذ والعطاء) بين شخصين يشغلان موقعين اجتماعيين داخل الجماعة أو التنظيم أو المؤسسة الاجتماعية. (معن، 1999، ص.77)

ومن تعريفات العلاقات الاجتماعية أيضا: "هي الروابط والآثار المتبادلة بين الأفراد في المجتمع والتي تنشأ تتيح اجتماعهم وتبادل مشاعرهم واحتكاكهم ببعضهم البعض ومن تفاعلهم في بوتقة المجتمع.

الاجتماعية التي تتبلور بين الأفراد في مجتمع ما بناء على تفاعلهم مع بعضهم البعض - بغض النظر عن كل العلاقات إيجابية أو سلبية-من اهم ضرورات الحياة.

وقد ذهب ماكس فيبرالى ان مصطلح "العلاقات الاجتماعية" يستخدم غالبا لكي يشير الى الموقف الذي من خلاله يدخل شخصان أو أكثر في سلوك معين واضعا كل منهم في اعتباره سلوك الآخر، بحيث يتوجه سلوكه على هذا الأساس. وعلى ذلك تشمل العلاقة الاجتماعية إمكانية تجديد سلوك الأفراد بطرق خاصة وتعتبر خاصية عامة للعلاقات الاجتماعية، فربما يختلف محتوى على أساس الصراع أو العداوة أو التجاذب الجنسي أو الصداقة أو الشهرة أو الصيت أو تبادل السلع(غريب، 2003، ص.332)

وبناء على التعريفات السابقة يمكننا تبني التعريف التالي "العلاقة الاجتماعية هي كل علاقة تقوم بين شخصين أو أكثر لتلبية حاجة اجتماعية معينة، وهي مجموعته من الروابط المتبادلة بين أفراد المجتمع والآثار التي تنشأ نتيجة احتكاكهم وتفاعلهم في بوتقة المجتمع".

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

وتمر العلاقات الإنسانية على عدد من المراحل حددها "برنت روبن" فيمايلي: أولاً مرحلة البداية، ثم الاستكشاف التي يتم فيها التعرف بين هؤلاء الأشخاص وتحديد أهم ميولاتهم واهتماماتهم ثم تبدأ مرحلة توثيق العلاقة بين التعرف الجيد والتواصل المستمر، ثم مرحلة التقنين التي يتم من خلالها وضع الحدود الفاصلة التي لا ينبغي تجاوزها، أي أن هذه العلاقة تخضع لقواعد ومعايير، وبعد ذلك تبدأ مرحلة إعادة النظر، و أخيراً مرحلة التدهور التي يتم فيها الانفصال و قطع العلاقة لكن هذا ليس ضرورياً فبإمكان العلاقة أن تستمر.

والعلاقات الاجتماعية لا يمكن ملاحظتها بطريق مباشر إلا أن هناك ظواهر يمكن ملاحظتها ومنها يمكن استنتاج وجود علاقة اجتماعية معينة وقد وضع جوف ريكس REX قائمة تمثل هذه الظواهر على النحو التالي: (غريب، 2003، ص.333)

✓ هدف الفاعل أو اهتماماته ومصالحه.

✓ توقعات لسلوك الآخرين.

✓ أهداف الآخرين ومدى معرفة الفاعلين.

✓ المعايير التي يعرفها الفاعل ويتقبلها الآخرون.

✓ رغبة الآخرين في الفوز والحصول على موافقة الفاعل.

ولقد استخدمت وايت ثلاثة مفاهيم أساسية في تحليله للعلاقات الاجتماعية بين

أعضاء وأقسام الكيان الاجتماعي ويمكن اجمالها فيما يلي: (معن، 1999، ص.77)

أ. **التفاعل:** الذي يرمز الى الاتصال الشخصي الخاضع للملاحظة والقياس مثل كيف يتفاعل الشخص "أ" مع الشخص "ب".

ب. **النشاطات:** التي تشير الى كل ما يقوم به الأعضاء داخل الإطار الكياني والخاضعة للملاحظة والقياس.

ج. **الأحاسيس:** أي مشاعر الأشخاص لما يحصل ويدور حولهم إن هذه المفاهيم الثلاثة مرتبطة الواحدة بالأخرى. وأي تغيير يحصل في إحداها يؤدي الى تغيير في المفهومين الآخرين هذا التغيير يأتي خارج أقسام الكيان الاجتماعي في أغلب الأحيان، أي هناك

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

تأثيرات من المحيط الاجتماعي. وللعلاقات الاجتماعية ثلاث مستويات رئيسية هي: (إبراهيم، ص.119)

المستوى الأول (الأسرة، جماعات اللعب، والصداقة والجيرة)

المستوى الثانوي (المدرسة، الجامعة والكلية والنادي...).

المستوى المرجعي (الانتماء للجماعات)

المطلب الثاني: القواعد الأساسية لبناء العلاقات الاجتماعية وكوامل تشكيلها

تحتل العلاقات الاجتماعية الجانب الأكبر من اهتمامات العلوم الاجتماعية العامة والأنثروبولوجيا خاصة، ولهذا اهتمت بها كل الاتجاهات المنهجية، التطورية، والوظيفية، والمداخل التبادلية بين المجتمع والثقافة، وعلى ذلك تكون هناك بعض المبادئ الأولية في تحليل بنائية العلاقات داخل المجتمع المحلي منها ما يلي: (عباس، ص.185-186)

أ. قاعدة البناء **Structure**: تشير الى كافة متضمنات ومستويات الفهم التنظيمية الخاصة بأي نظام أو نسق اجتماعي بما في ذلك نسق الحياة العائلية وعلاقات الجوار وما تشتمله طبيعة أداء الأدوار الاجتماعية المقررة والمعترف بها لمختلف الأشخاص داخل النسق الاجتماعي.

ب. قاعدة أو مبدأ المحتوى أو المضمون **Content**: وتشير الى كافة الخصائص والسمات التي تميزت بصفة التماسك والجدية والشرعية لأداء أدوار الأفراد داخل المواقف التفاعلية في المجتمع المحلي

ج. العالقات السائدة أو المسيطرة: وهي علاقات ذات الأهمية والدلالات الحيوية والتي غالبا ما تحدث بين شخصين أو أكثر ويكون لها في التأثير والفعالية ما يؤثر في الآخرين. وغالبا لا تقام العلاقة من فراغ بل هناك كوامل لتشكيلها هي ما يلي: (معن، 1999، ص.77)

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

الإرضاء الذاتي: نرى أحيانا بعض الأشخاص ينمون ويطورون علاقاتهم الاجتماعية من خلال حاجات ذاتية لكل الطرفين المشتركين في العلاقة، إذ يجدون أنفسهم متمتعين بها ويرغبون في إنمائها وتطويرها.

الهدايا والمصالح العامة: بغض النظر عما إذا كان المساهمون في عملية التفاعل الاجتماعي مهتمون ببعضهم البعض فإن هناك مصالح واهتمامات مشتركة على تقارب لإنجاز أهداف مشتركة.

الالتزامات والتوقعات: في كل عملية تفاعل هناك التزامات وتوقعات يشعر بها الطرف الآخر، ويلتزم بها مما يؤدي ذلك الى تكوين علاقة اجتماعية فيما بينهما، وتكون بينهما علاقة قائمة على الالتزام.

التساند المشترك: بصورة خاطئة عند المجتمعات معقدة الهيكل كالصناعية المتقدمة والرأسمالية.

نجدها تساند عناصر الحياة الاجتماعية الواحدة مع الأخرى، ونجد هذا التساند في العلاقات الاقتصادية التي تتضمن سلسلة من العلاقات التي لا تسبقها معرفة اجتماعية أو قرابية.

المطلب الثالث: أنواع العلاقات الاجتماعية

تتعدد تصنيفات العلاقات الاجتماعية وتختلف من باحث لآخر، وسنورد فيما يلي تصنيفين أساسيين:

الأول العلاقات المفتوحة والمغلقة والثاني العلاقات الأولية والثانوية.

العلاقات المفتوحة والعلاقات المغلقة:

يطرح ماكس فيبر نوعين من العلاقات الاجتماعية المفتوحة والمغلقة، ويقصد بالمفتوحة الارتباطات التي يقبل فيها الغرباء، أو غير الأقارب، أو غير المنتمين الى طبقة اجتماعية معينة، أو طائفة دينية خاصة، أو نقابة حرفية. وعادة تكون خالية من المنافع المادية المتبادلة والعاطفية الغرامية، بل الود والاحترام المتبادل. بينما عن الثانية العلاقات

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

المغلقة (الارتباط المحصور بين الأقارب)، أو المنتمين الى طبقة اقتصادية أو العلاقة الموقعية التي تملك السلطة أو التي تربط بين أصحاب ذوي المصالح المتبادلة من أجل إشباع حاجات ورغبات مادية ومعنوية (معن، 1999، ص.81)

العلاقات الأولية والعلاقات الثانوية:

ميز كنعزلي بين نوعين من العلاقات الأولية والثانوية واستخدم أربعة قيم معيارية للتمييز بينهما موضحة فيما يلي:

جدول (01): الفروق بين العلاقات الأولية والعلاقات الثانوية (معن، 2001، ص.235)

القيم المعيارية	علاقات أولية	علاقات ثانوية
الظروف الفيزيائية	تضم عددا قليلا من الأفراد، تدوم لفترة زمنية طويلة، تأخذ حيزا زمانيا ضيقا.	تضم عددا قليلا من الأفراد، لا تدوم لفترة زمنية طويلة، تأخذ حيزا مكانيا واسعا.
الخصائص الاجتماعية	متماثلة مع أهدافها تعمل على بلورة قيم خطية بها، يعرف كل منهم الآخر بشكل واضح وصريح ويشعر كل منهم بحرية وتلقائية تجاه الآخر. غياب التعامل الرسمي فيها.	تتباين في أهدافها، القيم الاجتماعية التي تنشأ من خلالها تكون عرضية وغير جوهرية. معرفة كل واحد منهم للآخر محدودة من خلال إختصاصهم المهني وبذلك تكون من النوع الرسمي ومكلفة ومجاملة.
علائق محدودة وصغيرة	مثل الصديق والصديق، الزوج وزوجته، الأبوين وأبنائهم، المعلم والتلميذ.	مثل صاحب المتجر والزبون، المذيع والمستمع، الممثل والمشاهد، الرئيس والأتباع، الكاتب والقارئ.
جماعات صغيرة	مثل جماعة اللعب والأسرة والقرية والجيرة وفريق العمل.	مثل المنظمات المهنية والشركات التعاونية

المجتمعات الافتراضية:

لقد أثرت التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في جميع المستويات، و في جميع مناحي و كافة الفضاءات التي يتحرر ضمنها الفرد المعاصر، حيث اتاحت بذلك أنماطا اتصالية جديدة هذه التكنولوجيا أحدثت تأثيرات عميقة في بنية المجتمعات المعاصرة و على

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

مستويات كثيرة كتغيير أنماط الاتصال السائدة، تغيير في القيم، في الذهنيات و النفسيات، في أساليب التربية و التعليم، ساهمت كذلك في خلق فضاءات اجتماعية جديدة لالتقاء الأفراد كمنتديات النقاش و المدونات، على الرغم من تباعد الفضاءات الجغرافية التي يتواجدون فيها، أعادت تشكيل بنية المجتمع إذ عملت على تهديم عادات اجتماعية كانت سائدة كالتواصل الفيزيقي بين الأفراد، فلم تعد الأسر أو الأصدقاء أو مختلف الجماعات تلتقي ببعضها البعض جسمانيا بل يكاد ينعدم هذا التواصل (بودهان، 2012، ص.412)

وبالتالي نجحت هذه الأنماط الاتصالية الجديدة التي تتيحها شبكة الأنترنت في خلق مفاهيم مجتمعية جديدة تتأسس من خلال البيئة التي يحدث من خلالها هذا التواصل، وطبيعة تشكله ضمن الفضاء المعلوماتي الذي تشكل بفضل الأنترنت مؤسسة بذلك بيئة تفاعلية جديدة تحاكي البيئة التقليدية أطلق عليها "المجتمع الافتراضي".

لكن قبل التطرق لمفهوم المجتمع الافتراضي يجدر بنا الخوض في فهم المجتمع المحلي أو الطبيعي أو المجتمع الكلاسيكي والتعرف على خصائصه لإمكانية تحديد الخصائص التي تميز المجتمع الافتراضي عن نظيره المجتمع الكلاسيكي.

تعريف المجتمع: ليس هناك تعريف محدد ومقبول لمصطلح المجتمع حسب ما ورد في "المرجع في مصطلحات العلوم الاجتماعية"، لأن الاستخدامات الثلاثة الشائعة له تشير جوانب هامه من الحياة الاجتماعية، فالمعنى العام يعني مجموع العلاقات الاجتماعية بين الناس أو هو كل تجمع للكائنات الإنسانية من الجنسين ومن كل المستويات العمرية يرتبطون معا داخل جماعة اجتماعية لها كيان ذاتي ونظمها وثقافتها المميزة (عزام، 2011، ص.68)

ويعرف رشوان المجتمع على أنه "عدد من الجماعات أو مجموعة من الناس يقيمون في منطقة جغرافية معينة ويعيشون معا تلقائيا لفترة دائمة نسبيا مما ينجم عنه تفاعل اجتماعي وعلاقات اجتماعية ينشأ عنها وجود جماعات ومنظمات ومؤسسات (الخليفي، 2001، ص.473)

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

- ويعرف المجتمع أيضا على أنه مجموعه من الأفراد والجماعات تعيش في موقع جغرافي واحد وترتبط بينهما علاقات اجتماعية وثقافية ودينية. ومن ذلك نجد ان العناصر التي تكون المجتمع تتمثل فيما يلي: (جابر، 2003، ص.66)
- ✓ إدراك أفراد المجتمع وشعورهم بأن يكونون وحدة واحدة.
 - ✓ نطاق جغرافي لجميع أفراد المجتمع وجماعته.
 - ✓ وجود نظام يسمح لأعضاء المجتمع بالتعبير عن آرائهم.
 - ✓ تمكن المجتمع من إشباع الاحتياجات الأساسية لأفراده الى حد ما.
 - ✓ وجود سلوكيات اجتماعية داخلية مثل التعاون، التكافل والصراع.
 - ✓ بناء اجتماعي خاص به.

المبحث الثاني: المجتمع الافتراضي

المطلب الأول: تعريف المجتمع الافتراضي

يلاحظ المتأمل لمفهوم المجتمع بأنه يتكون من العناصر الأساسية التالية: مجموعة من الأفراد يتفاعلون في علاقات اجتماعية، يتميزون بكيان ذاتي و ثقافة متميزة، يتقيدون بقواعد أو بني للأدوار و السلوك و القيم بما ذلك مكانات السلطة، إنه مستمر لفترة طويلة من الزمان، أما عنصر الإقليم فهذه مسألة خلافية، بمعنى ليست شرطا متفقا عليه لأن بعض الأفراد قد يشكلون مجتمعا يتمتع بمختلف العناصر أو الشروط الأساسية دون أن يكون الإقليم من ضمنها، و من خلال التعريف السابق الذي أوردناه للمجتمع الطبيعي يمكننا تعريف المجتمع الافتراضي.

يعرف قاموس الإعلام والاتصال Dictionary of communication and media المجتمع الافتراضي أنه "مجموعة من الأشخاص يتفاعلون في الأنترنت مثل غرف الدردشة ويتبادلون الاهتمام (الزرنب، 2009، ص.8)

ويعرف «سيرج بروكس "المجتمع الافتراضي بأنه "مجموعة أفراد يستخدمون منتديات المحادثة، حلقات النقاش، أو مجموعات الحوار...، والذين تنشأ بينهم علاقة إنتماء الى

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

جماعة واحدة ويتقاسمون نفس الأذواق، القيم، الاهتمامات ولهم أهداف مشتركة" (danesi, 2009, p300)

وتتعدد تعريفات المجتمع الافتراضي، غير أن نقطة الانطلاق التي اعتمدها عدد من الباحثين للوصول الى هذا المفهوم كانت تحديد مفهوم المجتمع المحلي الطبيعي والانطلاق منه للوصول الى هذا المجتمع الذي يحاكيه ولكن بخصائص وسمات جديدة تتيحها طبيعة الاتصال والتفاعل.

عرف بسيوني إبراهيم حمادة المجتمعات الافتراضية على أنها "تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الأنترنت تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة، يتواصلون فيما بينهم ويشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي" (بعزيز، ص 73)

أمام هذه التعريفات المتعددة للمجتمع الافتراضي نلاحظ أن كل باحث اتخذ اتجاهها معينا، فهناك من قام بإسقاط لتعريف المجتمع الطبيعي وعناصره على هذا المفهوم التي تتمثل أساسا في الجماعة، التفاعل والروابط، والمكان والزمان وغيرها، غير أن البعض من خلال تعريفه حصر تعريف المجتمع الافتراضي وما يقود إلى تكوينه أو تشكله في عدد من الاستخدامات الأساسية مثل غرف الدردشة والحوار وغيرها. في حين أن المجتمع الافتراضي ومع تطور الأنترنت أصبح له العديد من الأسس.

التي يتجسد من خلالها مثل مواقع الشبكات الاجتماعية التي نجحت من خلال خدماتها في محاكاة المجتمع الطبيعي، والتأسيس لمفهوم المجتمع الافتراضي بشكل واضح وواقعي أكثر وذلك من خلال العلاقات الاجتماعية الافتراضية، والهويات الافتراضية، والتفاعل الافتراضي، والروابط التي تجمع بين المستخدمين، وفي دراستنا هذه نتبنى تعريف هارولد راينغولد الذي نجده ربما جامعا لتعريفات. عدة فهو يركز على المقومين الاجتماعي والتكنولوجي لهذه المجتمعات، ذلك أن هذه المجتمعات تنشأ أصلا بفعل الدافع الاجتماعي تجمعات اجتماعية (في بيئة التكنولوجية) شبكة المعلومات (أي في ظروف تكنو-اجتماعية،

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

بعدد كاف من المشاركين والأعضاء ويستمررون في تفاعلهم الاجتماعي رقمياً لوقت كاف من الزمن، يكفل لهم بناء شبكات من العلاقات الشخصية والجماعية المتبادلة في الفضاء الافتراضي الكوني (بسيوني، 2001، ص.34-35).

ان هذا المجتمع (الافتراضي) لم يكن ليظهر فجأة ولكن حدث نتيجة عدد من العوامل التي مهدت لظهوره، أهمها الشبكة الدولية للمعلومات وتشكل الفضاء الرمزي، ومع ذلك فإن هذا المجتمع لم تكتمل صورته بعد، ذلك انه مرتبط بتكنولوجيا الاتصال، وبمجتمع المعلومات العالمي وهذا المجتمع أخذ في التشكل ولا يستطيع أحد التكهن بالصورة الأساسية للمجتمع الافتراضي في المستقبل، وذلك لعدة اعتبارات منها:

سرعة التغيرات التي تطرأ على هذا المجتمع، وارتباط تحولاته بصناعة البرمجيات التي تتطور في عالمنا بشكل ملحوظ.

- ✓ كثرة المتفاعلين في السياق الافتراضي، إذ أن هذه التفاعلات بدأت على المستوى النخبوي والأُن يتعامل معها كل من يجيد أساسيات التعامل مع الكمبيوتر.
- ✓ تفاوت أعمار المترددين على تفاعلات المجتمع الافتراضي، إذ أنه لا يرتبط بشريحة عمرية واحدة، فجميع الأعمار منذ الطفولة حتى الشيخوخة تتفاعل في هذا السياق.
- ✓ تعدد الصور والآليات التي يتواصل بها الأفراد في التفاعلات الافتراضية ما بين غرف محادثات بريرية وقوائم بريرية ومنديات، ومدونات وغيرها من طرق التفاعل.
- لقد تجسدت المجتمعات الافتراضية بشكل كبير في السنوات الأخيرة مع ظهور الجيل الثاني للإنترنت وأصبحت وسيلة مهمة جداً للأشخاص حتى يتفاعلوا مع بعضهم البعض، في الوقت الذي ظل فيه موضوع وجود المجتمعات الافتراضية أو عدمه محل نقاش، في حين يرى المؤيدون لوجود المجتمع الافتراضي أن عدم الموافقة على وجود مجتمع افتراضي هي مسألة ذات صلة فقط. بمن لم يختبروا هذا المجتمع. حيث أنه ومع الاندماج الكبير للتكنولوجيا في الحياة اليومية العملية والاجتماعية للأشخاص ستصبح المجتمعات الافتراضية الوسيلة الأمتل التي يتصل بها الأفراد مع بعضهم البعض.

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

إنه من الواضح أن مثل هذا المفهوم للمجتمع الجديد، المجتمع السابري أو الافتراضي الذي تشكل في الأنترنت بيئة التفاعل، أصبح ينبئ بتفاعلات وتعاملات جديدة تميزها طبيعة الاتصال في حد ذاته. الأمر الذي أنتج العديد من المفاهيم الجديدة سواء فيما يتعلق بالاتصال والتفاعل أو حتى الهويات والمشاعر وطبيعة العلاقات الاجتماعية في حد ذاتها.

المطلب الثاني: خصائص المجتمعات الافتراضية

أهم ما يميز هذه التجمعات الافتراضية هي أنها متاحة للأفراد الذي يريدون المشاركة في أحد أنماطها، فالمدينة الافتراضية على حد قول البرتان روبرت Rupert Alberta و ميشال يكنسون Michael Jenkins on مدينة لا تنام فهناك دائما أفراد مشتركون في التفاعلات الافتراضية حتى في منتصف الليل، ولا غرابة في ذلك فقد أصبحت الإنترنت بشكل عام جزءا من حياة الناس والجماعات الافتراضية بأنماطها المختلفة، باتت تشكل أهمية للعديد من المهتمين بالإنترنت على وجه خاص. و ذلك ما دعا ماريا بكارد جيفا Bakardjieva Maria إلى أن تعلن في الحاسوب أصبح أسلوب حياة، و ذلك في الفصل الذي أعدته بعنوان التكنولوجيا في حياتنا اليومية (رشاد، 2009، ص.44)

من بين الخصائص الأساسية للمجتمعات الافتراضية أن الأفراد ينتظمون دون علاقة محددة تربطهم بمكان وزمان معين (ساري، ص.303)

الاتصال والتفاعل: إن ما يميز المجتمعات الافتراضية هو طبيعة التفاعل الذي يكون من خلال الاتصال الوسيطين، ويرى علماء الاجتماع الفييري (Webernien) أن هذه الوسائط أداة فاعلة في دعم العلانية التي هي برأيهم السبب الرئيس في التغيير الاجتماعي في المجتمعات الرأسمالية الغربية، إذ تعمل هذه الوسائط برأيهم على تخفيف القيود التي يفرضها الزمان والمكان على الأطراف المتصلة حين تتواصل فيما بينها، وتختصر الكثير من جهودهم وعنائهم. ورغم هذه الرؤية الإيجابية لهذا النوع من الاتصال فإن التطور المتسارع في تكنولوجيا الاتصال الإلكتروني الوسيطين، وانتشاره في مناحي الحياة كافة بشكل غير

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

مسبوق، كاف قد دفع العديد من الباحثين الاجتماعيين الى إيلاء هذه الوسائط مزيدا من الاهتمام، ودعاهم الى إعادة النظر في فهمهم لأبعادها الاجتماعية وتأثيراتها في الاتصال الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية. (ساري، ص.304)

التعبير عن المشاعر في المجتمعات الافتراضية:

على الرغم من أن التعبير على المشاعر عادة تكون بالعديد من الميكانيزمات غير اللغوية مثل الضحك، الابتسام، تعابير الوجه وغيرها، يكون هذا التعبير في المجتمعات الافتراضية من خلال الرسائل النصية التي قد تكون أحيانا متبوعة بما يعرف بالإيموتيكونات، أو سمايليز (رحومة، 2009، ص.74)

✓ الأعضاء لديهم غرض مشترك، مصلحة واهتمام واحتياج، أو نشاط بسبب الانتماء للمجتمع المعني من بين خصائص المجتمعات الافتراضية أن يكون لديها على الأقل نشاط واحد محدد.

✓ وجود المعلومات وتوفرها للجميع والدعم والخدمات بين الأعضاء امر مهم في حركة المجتمع.

✓ هناك إطار مشترك للتقاليد الاجتماعية واللغة والبروتوكولات المتبعة. إضافة الى ذلك فقد كان هناك اتفاق بين الباحثين بشأن نقاط أخرى تكثف وتؤثر في التفاعلات على الخط وهي: (نومار، 2011-2012، ص.74)

✓ وجود دليل على أن المشتركين الأعضاء لديهم أدوار مختلفة.

✓ الوعي بحدود العضوية وهوية الجماعة.

✓ المعايير المبدئية للاشتراك في المجتمع المعني.

✓ تاريخ المجتمع ووجوده على مدى فترة من الزمن

✓ الأحداث الملحوظة والطقوس التي يمارسها الأعضاء.

✓ البيئات الطبيعية المشتركة.

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

ويمكن أن تختلف وجهات النظر بشأن هذه الخصائص وفق الحقل المعرفي المعني ومدى تركيز بعضها، ودرجة أهميتها في مجال دون آخر، ولذلك نجد الاختلافات واضحة بشأن تعريف المجتمع الافتراضي نظرا لارتباط هذه التعريفات بالخصائص المحددة للمجتمع في حد ذاته.

المطلب الثالث: الفوارق بين المجتمع الطبيعي والمجتمع الافتراضي

رغم محاكاة المجتمع الافتراضي بشكل كبير للمجتمع الطبيعي الى ان هناك العديد من الفوارق التي يمكن من خلالها التمييز بينهما: (banister, 2009, p53)

✓ من أهم صفات المجتمع الطبيعي انه مجتمع يدوم لفترة طويلة، في حين نجد بأن المجتمع الافتراضي مهدد بالزوال في أي لحظة مع مجرد انقطاع في الاتصال بالإنترنت أو إنقطاع في الكهرباء.

✓ التقارب الجغرافي في المجتمع الطبيعي يقابله غياب المكان في المجتمع الافتراضي.

✓ يتميز المجتمع الافتراضي بالعالمية والكونية في حين يعتبر المجتمع الطبيعي محليا، ومن جانب آخر نجد ان الأشخاص في المجتمعات الافتراضية غالبا ما تجمعهم مصالح مشتركة عكس المجتمع فلا يشترط ذلك.

✓ الاتصال في المجتمع الطبيعي يكون مواجهي إما في المجتمع الافتراضي فهو اتصال وسيطي.

✓ يمكننا القول بأن المجتمع الطبيعي ندرك الواقع فيه من خلال حواسنا الخمس في حين ندرك المجتمع الافتراضي من خلال مجموعة من الأفكار والمفاهيم والآراء وغيرها. كما يتميز التفاعل في المجتمع الواقعي الطبيعي بعدد من الصفات إلى جانب الاتصال المواجهي مثل الرموز غير اللغوية، والتعبير عن المشاعر مثل: الضحك والقلق والاضطراب، وتعبير الوجه، الى جانب لغة الجسد وغيرها في حين نجد في المجتمع الافتراضي تحولت الى مجموعة من الرموز التي يطلق عليها إيموتيكونات يعتمد عليها المتفاعلين لتوصيل طبيعة مشاعرهم للطرف الآخر المتفاعلين معه بفعل التكنولوجيا.



شكل (01): الواقع الافتراضي (رحومة، 2009، ص.65)

يمكن القول بأن المجتمع المحلي الافتراضي حقق ما لم يحققه المجتمع المحلي الطبيعي. بما توفره تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من تقنيات وخدمات عالية المستوى. فهو مجتمع على الخط يتفاعل في بيئة الكترونية افتراضية ويشترك أعضاؤه في الكثير من الروابط والاهتمامات والأنشطة الاجتماعية المشتركة. وقد يكون هناك حضور طبيعي (شخصي) خلف أجهزة الحواسيب، أو لا يكون ذلك، أي مجرد حضور افتراضي-برامجي، في أوقات معينة. فالبيئة البرمجية للتفاعل تتقاسم أنماطا متنوعة للتفاعل و أحجاما صغيرة أو كبيرة من المشاركين و فترات زمنية غير مقيدة كل ذلك يتيح الفضاء السيريبي بدلا من الفضاء الطبيعي، فتتفاعل جماعات النقاش والحوار و يحدث التآلف وتنمو المصالح الشخصية الاجتماعية و الاهتمامات النفسية و الثقافية و السياسية و الاقتصادية و الأدبية المشتركة. الى جانب كون المجتمعات المحلية الافتراضية هي عمليا جماعات لتبادل المعلومات و الإتصال التقني المفيد معرفيا و اجتماعيا و الذي بدوره يكتسب نوعا من

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

العادات و التقاليد و اللوائح الإجتماعية المشتركة من الجماعة أو المجتمع الافتراضي المعني(عزام، 2011، ص.91)

بالطبع قد يجادل البعض من جانب آخر وهم على حق في ان المجتمع الافتراضي لا ولن يكون بديلا فعليا للمجتمع الفعلي، فالحاجات الفيزيولوجية الفطرية لن يجري إشباعها من خلال المجتمع الافتراضي، كحاجة الفرد للغذاء والكساء والزواج والتناسل والصراع أيضا، صحيح ان المجتمع الافتراضي سيساهم بشكل كبير في توفير هذه الحاجات من الناحية اللوجستية لكن ذلك لن يغني عن تحرك الأفراد لنقل تلك الحاجات أو لتصنيعها أو للقاء تحت سقف واحد والعيش معا لفترة طويلة لإنجاب الأطفال وتربيتهم...إلخ. لذلك فإن المجتمع الافتراضي لن يكون بديلا بقدر ما سيكون موازيا للمجتمع الحقيقي. (رحومة، 2009، ص.75)

جدول(02): اهم الفروق بين المجتمع الطبيعي والمجتمع الافتراضي

العلاقات	الاتصال	الإدراك	المحلية / العالمية	المكان	البقاء	
حقيقية	مواجهي	من خلال الحواس الخمس	المحلية	محصور بمجال جغرافي	دائم	المجتمع الطبيعي
افتراضية	وسيطي	من خلال الأفكار، الآراء، المفاهيم	العالمية و الكونية	غير محصور بمجال جغرافي	مهدد	المجتمع الافتراضي

إن الدراسة العلمية للجماعات الافتراضية تقدم تفسيراً لفهم نتائج التقنية الإلكترونية على التفاعل الاجتماعي على الرغم من أن ما يواجه هذا النوع من الجماعات من صعوبات في دراستها قد لا تتوفر في دراسة الجماعات العادية ذات الاتصالات المباشرة، فهذه العلاقات الكونية الجديدة وليدة التقدم في وسائل الاتصالات، فقد اتخذت هذه التجمعات من الأنترنت آلية للاتصال والتفاعل وذلك بعدة مستويات وأبعاد منها البريد الإلكتروني، خدمة النقاش، صفحات الويب، وأن هذه التجمعات تفتقد إلى الإطار المكاني وهذه التجمعات تجمع

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

بين أفرادها فضاء مشترك لا يعتمد بالأساس على المشاركة الفيزيائية الحيوية (ساري، ص.314)

ومع تطور خدمات الأنترنت تأسست بشكل واضح علاقات إجتماعية إفتراضية ساهم التزايد الكبير في استخدام الشبكات الإجتماعية في انتشارها ليصبح لها دور مهم في المجتمع الإفتراضي.

المبحث الثالث: العلاقات الاجتماعية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية

المطلب الأول: الشبكات الاجتماعية وتشكيل المجتمعات الافتراضية

يقوم الأفراد الذين يستخدمون مواقع الشبكات الإجتماعية بإقامة روابط فيما بينهم ويتجمعون في جماعات مختلفة، كل واحدة لها اهتماماتها الخاصة ومميزاتها، وتتميز هذه الجماعات بديناميكية من حيث تغير عدد أعضائها وطريقة تكوينها، وهي تقريبا تشبه الجماعات الحقيقية في حياتنا الواقعية إلى حد كبير، فهناك عدة خصائص ومميزات مشتركة بينها.

إن إطلالة الفرد على الواقع في هذه الوضعية لا تتم الى عبر معدات الكترونية تتلاعب بالأبعاد الفيزيائية والاجتماعية للواقع، هذا الفرد الذي تخلص من الإكراهات الأنثروبولوجيا للفضاء في بعده المادي يصبح إذا في علاقة تبعية للمعدات الإتصالية في تمثله للواقع إلى درجة أن أقل الأعطال التي قد تصيب هذه الأجهزة وتمنعها وبالتالي من تأدية وظائفها تمثل كارثة وجودية بالنسبة له (الصادق، 2007، ص.3)

ولقد نجحت مواقع الشبكات الإجتماعية من خلال خصائصها التي تتيح التفاعل بين مختلف مكونات المجتمع أن تجسد بشكل واضح معايير المجتمع الإفتراضي الذي ينمو مع مختلف المحددات التي تتيحها هذه الشبكات ، حيث يقتضي التحليل الموضوعي القول بأن العلاقات الإجتماعية على الأنترنت ، أو استخدام الخدمات الإلكترونية للتواصل مع الآخرين ، والتفاعل معهم حول الاهتمامات أو النشاطات المشتركة في ظل عالم إفتراضي ،

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

هو أمر يمكن أن يقدم وسيلة ممتازة لمتابعة الهويات وتأسيس الصداقات الجديدة وتعزيز تلك المكونة الأصل ، وممارسة الألعاب والتشارك بالأفكار (عده، 2009، ص.100)

فالمجتمع الكلاسيكي الذي يتكون من أفراد وجماعات نجحت من خلال دخول الشبكات الاجتماعية أن تخلق أنماطا اتصالية جديدة، فالفرد أصبح يتصل مع فرد آخر اتصالا وسيطيا وأصبح التفاعل افتراضيا تغيب فيه حدود الزمان والمكان وتملأه الهويات الافتراضية الإلكترونية، وتحول الأفراد في المجتمع الكلاسيكي الذين بدأوا ينسحبون الى الشبكات الاجتماعية إلى أفراد افتراضيين يتفاعلون افتراضيا وينتمون لجماعات الافتراضية ويشاركون في نشاطات حياتية متنوعة تدور كلها في عالم واحد هو العالم الافتراضي.

ففي الوقت الذي يتكون فيه المجتمع الطبيعي من أفراد وجماعات تتفاعل فيما بينها فإن الشبكات الاجتماعية تتيح عددا من المعايير والقواعد التي تسهل هذا التفاعل وتردع في الوقت ذاته أي تجاوزات كالتعدي على الآخرين بالسب أو مضايقة شخص آخر ما أو الإساءة لديانة، هذه التفاعلات الواقعية انتقلت من خلال الشبكات الاجتماعية الى العالم السيبراني مجسده بذلك خصائص المجتمع الافتراضي من حيث التفاعل، طبيعة الاتصال، حدود الزمان والمكان وغيرها.

ليصبح الفرد يعيش من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية في مجتمع آخر مواز للمجتمع الحقيقي حيث ساهمت هذه الأخيرة بشكل كبير في الانتشار الواسع لهذا الوجود عبر الأنترنت

المطلب الثاني: الفوارق بين العلاقات الافتراضية والعلاقات الكلاسيكية

عندما يبحر الانترنتي في الفضاء الإلكتروني بحثا عن المعلومات ومصادر متنوعة فإنه ليس مفصولا تماما عن عوالمه المادية كما يبدو للبعض، فإذا كانت الشاشة باعتبارها وسيطا تقنيا، تحيل في أذهاننا على معنى الإخفاء وإسقاط امكانية التفاعل الوجهي الحضوري فإنها تتيح لنا إمكانية استثمار مساحة حميمية تكون أدواتنا في توصيل المعلومات التي نرى أنها مهمة وقيمة. (الصادق، 2007، ص. 5)

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

هذه المساحة الحميمية وإن كنا نعتمد فيها على الوجود الافتراضي فإنها كثيرا ما تتحول إلى علاقات رغم طبيعتها الافتراضية إلى أنها ذات قوة وأهمية كبيرة في حياة العديد من الأشخاص الذين لم يعد بإمكانهم الحياة بعيدا عن الشاشة.

لقد أدت تكنولوجيا الاتصال الحديثة وعلى رأسها الأنترنت إلى تغير جذري في كيفية تشكيل النسيج الاجتماعي ، وبناء العلاقات الاجتماعية ، كما تغير المعايير التي تقاس على أساسها العلاقات وإمكانية استمرارها ، فبعد أن كان في الماضي البعد الجغرافي يلعب دورا كبيرا في تكوين الفرد لعلاقاته ، أي ان التقارب الجغرافي والإحتكاك اليومي في مختلف الأماكن(السوق ،المدرسة ...)هو في تكنولوجيا الذي تكون على أساسه الروابط الاجتماعية فقد أصبح الأمر مع التطورات الحاصلة الإتصال والأنترنت مختلف تماما ، فيمكن لأي شخص أن يتعارف مع أفراد من مختلف أنحاء العالم ويكون معهم علاقة ، حتى وإن كان بعيدا عنهم جغرافيا وحتى ان لم يلتق معهم أبدا وجها لوجه ورغم هذا التغير في طبيعة العلاقات وكيفية تشكلها يبقى الكثير من الكتاب والمختصين يرون في هذا هو إلا امتداد للروابط القائمة الكلاسيكية ، أي أنها تخضع تقريبا لنفس النوع الجديد من الروابط والمعايير . ويمكننا أن نفرق بين العلاقات الافتراضية والعلاقات الكلاسيكية من خلال بعدين

أساسيين هما:(نوبي،2000، ص.69)

البعد الأول: القرب الوظيفي جدلية العلاقة: الإنسان والمكان:

أهمية القرب لبداية الإحتكاك والإتصال الاجتماعي في عصر المعلوماتية القرب وهمي ولا يتم من خلال الفراغ المكاني أي المكان افتراضي بدلا من المكان الحقيقي.

البعد الثاني: الإتصال والتفاعل جدلية العلاقة: الإنسان والزمان

تعتمد الإتصالات التقليدية على الإتصال المباشر، الحضور يتم من خلال زمن محدد وفي مكان محدد كالحضور في المعلوماتية غير متزامن وعن بعد بدلا من الحضور المتزامن، فالتفاعل يكوف في أي مكان وفي أي وقت وتظهر الفروق الأساسية بين العلاقات

الافتراضية والعلاقات الكلاسيكية فيما يلي:(نومار، 2011، ص.103)

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

العلاقات الاجتماعية الكلاسيكية	العلاقات الاجتماعية الافتراضية
وجود الحضور الفيزيائي وجها لوجه .	إنعدام الوجود الفيزيائي.
هناك تقارب جغرافي بين الأفراد في اغلب الأحيان .	ليس بالضرورة أن يكون هناك تقارب جغرافي.
يعرف المتفاعلون كل المعلومات عن بعضهم البعض .	أغلبية هذه العلاقات قد تكون مبنية على معلومات مزيفة وليس من السهل الوصول إلى معلومات عن الذين يتم التفاعل معهم.
الهوية حقيقية في الأغلب لديها محددات معينة .	يكون الإعتماد على الهوية الافتراضية من خلال تقديم عدد من المعلومات عن الشخص في صفحات البروفايل التي لا تمت بصلة للمستخدم، وبالتالي قد يتفاعل الشخص من خلال المجتمع الافتراضي مع شخص آخر لا وجود له في الواقع.
بحكم الإتصال وجها لوجه والإحتكاك الدائم تكون العلاقة قوية.	علاقة مؤقتة وغير وطيدة نظرا للشكوك التي تحيط بالطرف الآخر وطبيعة التفاعل في بيئة المجتمع الافتراضي.
عدم وجود وسيط تقني .	وجود وسيط تقني "شبكة الأنترنت".
التعبير على المشاعر يكون من خلال تعبير الوجه (البكاء ، الضحك، الإبتسام)	يمكن التعبير على المشاعر من خلال الإعتماد على ما يعرف بالإيموتيكونات أو من خلال الرسائل النصية التي يتبادلها المتفاعلون

ورغم كل هذه الفروق الموجودة بين العلاقات الافتراضية و العلاقات الكلاسيكية تبقى الأولى مكتملة لثانية فماهي إلى امتداد لها رغم التخوفات المقترحة لأن الإتصال التقليدي وجه لوجه كان يتميز بخصائص فجاءت الإتصالات عبر التقنيات الحديثة لتضفي بعض الميزات الأخرى كما يقول محمد محفوظ فإن التطور التاريخي لتكنولوجيا الإتصال يبين أنها تقوم دائما بسد ثغرات و نقائص الاتصال عن بعد والتي تنعدم في الإتصال الشخصي المواجهي يعني أن النقائص الموجودة في الإتصال عن بعد مقارنة بالإتصال المواجهي

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

تعمل التكنولوجيات الإتصالية دائما على إزالتها من خلال توفير وسائل و تقنيات و ظروف تجعل المتصل يحس بأنه مع من يتصل به دون حدود زمانية أو جغرافية (بعزيز، ص.71)، لكن وإن أمناً بتكاملية هذه العلاقة فإن الإنتشار الواسع للعلاقات الافتراضية في حياة الأشخاص سواء كانت نتيجة التفاعل الاجتماعي عبر الأنترنت بغرض ربط العلاقات الاجتماعية أو بهدف التعليم الإلكتروني أو التجارة الإلكترونية وغيرها بدأت تطرح العديد من التساؤلات حول مستقبل العلاقات الاجتماعية التقليدية.

المطلب الثالث: العلاقات الافتراضية عبر الشبكات الاجتماعية ومستقبل العلاقات الاجتماعية التقليدية.

أبدى الدارسون والمهتمون بإستخدام تكنولوجيا الإتصال تخوفاتهم من إمكانية تأثير الروابط الاجتماعية بين الأفراد، بفعل ظهور هذه الطرق والتقنيات الحديثة الإتصال التي قلبت التواصل في المجتمع رأساً على عقب بعد أن جعلت الحضور الفيزيائي أو الحضور الاجتماعي والتقارب الجغرافي التوافق التزامني، والتماثل الثقافي، أمور لا يشترط توفرها لإقامة التواصل بين الأفراد.

حيث أصبح الأفراد داخل البيئة الإتصالية الجديدة يتمتعون بقدرة على خلق فضاءات إتصالية افتراضية يلتقون فيها ظرفياً كأسلوب تعبيرى جديد يمكنهم من الإتصال بالآخرين (بودهان، 2010، ص.35) ومع تزايد الإعتماد على الفضاءات الافتراضية بدأت تتجلى العديد من التساؤلات حول ما إذا كان انتشار العلاقات الافتراضية الناتجة عن استخدام الأنترنت يؤثر سلباً على العلاقات الاجتماعية التقليدية في المستقبل أو يساهم في دعمها وتقوية روابطها.

في دراسة على 895 مفردة من مستخدمي الأنترنت توصل Research s'Centr PEW American Life Project و internet الى ان: 85% يعتقدون بأنهم في عام 2020 عندما سيقومون بحياتهم بصورة عامة، صداقاتهم وعلاقاتهم الزوجية وغيرها من العلاقات سيجدون بأن الأنترنت كان لها قوة إيجابية على علاقاتهم الشخصية والزوجية

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

وغيرها من العلاقات، سيجدون بأن الأنترنت كان ذا قوة سلبية على علاقاتهم الاجتماعية، (نومار، 2011-2012، ص.101) أمام هذه التصورات ظهر اتجاهين رئيسين متعلقين برؤية مستقبل العلاقات الاجتماعية في ظل انتشار العلاقات الافتراضية.

الاتجاه الأول: الإتصال عبر الأنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية يدعم العلاقات الاجتماعية كان باري" قد كتب بأن المجتمع الافتراضي كشبكة من العلاقات الشخصية تقدم المؤلثة والدعم المعلومات و الشعور بالإنتماء و الهوية الاجتماعية، ويقول *gulia welmam* بأن الكمبيوتر يدعم الشبكات الاجتماعية من خلال مجموعة متنوعة من الخدمات مثل الإيميل الدردشة وغيرها ولقد استطاعت المجتمعات الافتراضية من خلال الشبكات الاجتماعية أن توفر العديد من الفرص للأشخاص لمشاركة حياتهم الخاصة مع الآخرين في نموذج من المجتمعات هو المجتمع الرقمي الافتراضي ،و لقد أشار العديد من الأشخاص الذين يعتبرون بأن الإنترنت تمثل قوة إيجابية في علاقاتهم بأنها سمحت لهم بإنشاء العديد من العلاقات ، سواء كانت قوية أو ضعيفة ،حيث لم البعد الجغرافي يمثل عائقا أمام الحفاظ على العلاقات و تقويتها، يؤكد العديد ممن يدعمون هذا الإتجاهات أن الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت و التواصل من خلالها يساهم في دعم العلاقات الاجتماعية و الحفاظ عليها ،مثال ذلك الدور يلعبه الفيسبوك اليوم في حياة الأشخاص ،حيث يرى العديد من مستخدميه بأن الموقع ساعدهم في الحفاظ على علاقاتهم الاجتماعية القديمة و القائمة هو الهدف من الموقع منذ إنشائه، حيث سمحت هذه الموقع "الفيسبوك" و "تويتر" للمستخدمين إن يبقوا على اتصال مع الأصدقاء في أوقات اغلبهم حتى الوقت الذي يجلس فيه في المكتب أو ينتظر القطار ، و تبين الدراسات بأن فايسبوك مؤخر أصبح يضم أكثر من ٤٧٠٠٠ كلية مدارس ،عمال شبكات إقليمية، عمال وغيرها تساهم اليوم هذه المواقع في العمليات التعليمية من خلال جمع العديد من ذوي الاهتمامات المشتركة إقليمية عمال و غيرها تساهم اليوم هذه المواقع في العمليات التعليمية من خلال جمع العديد من ذوي الاهتمامات المشتركة ،و تجدر الإشارة أن زوكر بيرغ من خلال تصميمه لموقع الفيسبوك

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

ركز على إنتاج النفعة الاجتماعية التي تربط الناس ببعضهم البعض في جميع انحاء العالم و ليس تركيزه على جعل الموقع يبدو جذابا و حسب ،و يعتقد بأن الأشخاص الذين بإمكانهم التعبير عن أنفسهم عبر الانترنت أكثر مما يتيح لهم الواقع هم الأقدار على بناء علاقات إجتماعية مقربة من خلال الأنترنت ،و يمكن تحديد نوعين من هؤلاء الأشخاص الذين يحسون بقلق إجتماعي من توصلهم وجها لوجه ،و النوع الثاني هم الأشخاص الذين يشعرون بالوحدة ، هؤلاء الأشخاص يمكنهم تطوير علاقاتهم عبر الأنترنت بسرعة كبيرة ويمكن لهذه العلاقات أن تتحول إلى علاقات اجتماعية حقيقية يكون فيها المباشر وجها لوجه وإنما جاء ليكملة ويتممه.(نومار، 2011-2012، ص.104)

الاتجاه الثاني: الإتصال عبر الأنترنت والشبكات الاجتماعية ويؤثر سلبا على العلاقات الاجتماعية.

يشير إبراهيم إسماعيل إلى أن الأنترنت لها دور كبير عزل الأفراد إجتماعيا و تفكيك العلاقات بين الأفراد في المجتمع ،فالأفراد أصبحوا يقضون و قتا طويلا في التعامل مع الكمبيوتر و الأنترنت بطريقة لافتة .بما ينطوي عليه ذلك في كثير من الأحيان من حاجة إلى العزلة عن الآخرين خلال فترة الإستخدام ،الأمر الذي يؤدي بدوره إلى إشاعة حالة من العزلة الاجتماعية، و بالتالي التفكك الإجتماعي ،خاصة في ظل إنتشار أنماط جديدة من القيم و السلوكيات المستحدثة في المجتمع العربي كله ،و هنا يشير المتخصصون إلى ما يطلق عليه إنطوائية الكمبيوتر .

ويرى ويليام والآخرين ان استخدام الأنترنت قد يتدخل في الكثير من الأحيان في الإتصال داخل المنزل، وخلق ما يسمى بما بعد الأسرة، عندما يصبح الأفراد يتفاعلون مع الكمبيوتر أكثر مما يتفاعلون مع بعضهم البعض (عبد، 2009، ص.59)

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

مدخل مفاهيمي حول جائحة كورونا:

فيروس كورونا:

فيروسات كورونا هي فصيلة فيروسات واسعة الانتشار يُعرف أنها تسبب أمراضاً تتراوح من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد حدةً، مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS) ومتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (السارس). وفيروس كورونا المستجد (nCoV) هو سلالة جديدة من الفيروس لم يسبق اكتشافها لدى البشر (www.un.org)

أعراض فيروس كورونا:

الأعراض الأولى:

تظهر الأعراض بعد الإصابة بعدوى كورونا خلال 5 إلى 6 أيام في كثير من الحالات، غير أن هذه الفترة يمكن أن تتراوح بين يوم واحد وحتى 14 يوماً، وفقاً لمنظمة الصحة.

الأعراض المبكرة جداً:

✓ إحساس غريب في الأنف.

✓ جفاف الأنف المفرط.

✓ إحساس دائم بوجود "نضح أنفي قوي".

أكثر الأعراض شيوعاً:

✓ الحمى

✓ السعال الجاف

✓ الإرهاق

مع الإشارة إلى أن بعض الأشخاص لا تظهر عليهم أي أعراض.

ووفقاً لمعطيات علمية فإنه بعد 7-10 أيام من ظهور الأعراض لا يصبح المريض قادراً على نقل العدوى للآخرين.

1. الحمى:

هي ارتفاع حرارة الجسم فوق المستوى الطبيعي، وبعد الشخص مصابا بالحمى إذا كانت درجة حرارته 38 درجة مئوية (100.4 فهرنهايت) أو أكثر. وقد تأتي مصاحبة بأعراض مثل:

✓ أعراض الإنفلونزا مثل الصداع والسعال والتهاب الحلق.

✓ ضيق في التنفس وآلام الصدر في الحالات الخطيرة.

وبلغ معدل الإصابة بعرض "الحمى" (prevalence) نسبة 78% من الحالات، وفقا لدراسة نشرت في مجلة "بلوس وان" (PLOS ONE) العلمية.

2. السعال الجاف:

أي "السعال والكحة دون إخراج بلغم" (dry non productive cough) ونسبته 58%. وفي حالات نادرة قد يكون السعال مصحوبا بالدم. www.aljazeera.net

3. الإرهاق:

4. فقدان حاسة الشم:

والاسم العلمي "Hyposmia"، ونسبة انتشاره 25% وفقا لمجلة "بلوس وان" (PLOS ONE)، ووفق الدراسة أخرى نشرت بمجلة "بلوس ميديسن" (PLOS Medicine)، فإن فقدان حاسة الشم لأربع روائح قد يشير إلى الإصابة بفيروس كورونا.

ووجد الباحثون عامة أن الأشخاص المصابين يلاحظون فقداناً في قدرتهم على شم الروائح التالية:

✓ الثوم

✓ البصل

✓ القهوة

✓ العطور

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

ويجب أن يعزلوا أنفسهم ويطلبوا الخضوع لفحص للكشف عن فيروس كورونا.

5. الصداع:

ونسبة انتشار الصداع بين حالات كورونا وفقا للدراسة 13%. وتم الإبلاغ عن حدوث صداع في وقت مبكر ومتأخر من مرحلة الإصابة بفيروس كورونا، مع احتمال ارتباط الصداع المتأخر بتفاقم المرض.

ويمكن أن يكون الصداع أيضا أحد أعراض كورونا لدى المصابين بالصداع النصفي. وفي هذه الحالات، يتم الإبلاغ عن حدوث الصداع قبل ظهور الأعراض الأكثر شيوعا لكورونا.

ووفق معطيات علمية هناك أربعة خصائص لصداع كورونا:

✓ صداع معتدل إلى حاد القوة.

✓ يسبب الشعور بنبض أو الإحساس بضغط في الرأس.

✓ يحدث على جانبي الرأس.

✓ قد يزداد سوءا عند الانحناء.

6. التهاب الحلق:

التهاب الحلق من أعراض الإصابة بكورونا، ويعرف أيضا باسم "ألم الحلق" (sore throat)، ونسبة انتشاره بين حالات كورونا وفقا للدراسة 12%.

وفي أمراض الجهاز التنفسي الأخرى، مثل نزلات البرد، غالبا ما يكون التهاب الحلق من الأعراض المبكرة، ونظرا لاستنشاق فيروسات الجهاز التنفسي، فإنها تدخل الأنف والحلق أولا، وقد تتكاثر هناك في وقت مبكر، مما يؤدي إلى ألم الحلق وتهيجه.

ووفقا للخبراء، قد يكون التهاب الحلق علامة تحذير على الإصابة بفيروس كورونا، خاصة إذا رافقته أعراض أخرى لكورونا.

7. الارتباك:

ونسبة انتشار الارتباك 11%.

8. الإسهال:

الإسهال من الأعراض المرتبطة بالجهاز الهضمي، ونسبة انتشاره 10%.

9. الغثيان:

نسبة انتشار الغثيان بين حالات كورونا وفقا للدراسة 6%.

10. احتقان الأنف:

ونسبة انتشار "احتقان الأنف" (Nasal Congestion) هي 5%.

11. فقدان حاسة الذوق:

واسمه العلمي (Hypogeusia)، وكانت نسبة انتشاره بين حالات كورونا وفقا

لِلدراسة 4%.

12. القيء:

ونسبة انتشار القيء وفقا للدراسة 4%.

13. آلام شديدة بالبطن:

ونسبة انتشارها لدى مرضى كورونا وفقا للدراسة 4%.

14. السعال الدموي:

واسمه العلمي (Hemoptysis) ويكون مصاحبا بخروج دم، ونسبة انتشاره 2%.

15. التهاب الملتحمة:

ملتحمة العين غشاء شفاف يبطن جفن العين من الداخل وبياضها، وتعمل على

ترطيب العين من خلال إنتاج المخاط والدموع، كما تؤدي دورا مناعيا يتمثل في رصد

الأجسام الغريبة والجراثيم ومنع دخولها إلى العين.

واسمه العلمي (Conjunctivitis)، ونسبة انتشاره وفقا للدراسة 2%.

16. بحة في الصوت:

إذ يحدث تغير في الصوت، ويطلق عليه علميا (Hoarseness) أو

(Dysphonia).

17. فقدان الشهية:

الاسم العلمي هو (Anorexia)، وقد يرتبط هذا العرض بفقدان حاسة التذوق، مما يجعل الشخص لا يستطيع الشعور بطعم الأكل، وبالتالي تقل رغبته في تناول الطعام.

18. الآلام والأوجاع:

وتشمل آلام العضلات والمفاصل.

19. ظهور طفح جلدي:

إذ يحدث تغير في الجلد، مثل احمرار أو تهيج.

20. تغير لون أصابع اليدين أو القدمين:

والاسم العلمي لهذا العرض (Acrocyanosis).

21. صعوبة في التنفس:

وقد تكون الصعوبة في التنفس وحدها أو مصحوبة بحمى أو سعال.

22. ألم في الصدر:

ويشعر المصاب بألم أو ضغط في الصدر، وقد يكون مصحوبا بحمى أو سعال.

23. شلل العصب الوجهي:

الاسم العلمي لهذا العرض "فيشال نيرف بورالسيس" (facial nerve paralysis)،

ويعرف أيضا باسم "شلل بيل" (Bell's palsy).

وفي شلل بيل يحدث ضعفا مفاجئا في عضلات الوجه، ويجعل هذا الضعف نصف الوجه

يبدو متدليا، وتكون الابتسامة على جانب واحد، ولا تتغلق العين في هذا الجانب.

في شلل بيل يحدث ضعف مفاجئ في عضلات الوجه، ويبدو معه نصف الوجه متدليا

(شتر ستوك)

24. رهاب الضوء:

وهو الشعور بانزعاج من الضوء (photophobia)، وعاناه 18% من المشاركين في

دراسة أجراها باحثون من جامعة "أنجليا روسكين" (Anglia Ruskin University) في

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

المملكة المتحدة، وشملت 83 شخصاً تم تشخيصهم بـ"كوفيد-19"، ونشرت في مجلة "بي إم جيه أوبن أوبثالوموجي" (BMJ Open Ophthalmology).

25. التهاب العين:

أسباب انتشار فيروس كورونا:

يُعرف فيروس كورونا بأنه حيواني المصدر، ويعني هذا أنه تطور أولاً لدى الحيوانات ثم انتقل إلى لبشر، ولم يتم ربط فيروس كورونا بشكل نهائي بحيوان معين، ولكن يعتقد الباحثون أن انتقال هذا الفيروس حدث في سوق المواد الغذائية المفتوح في مدينة ووهان الصينية.

ولكي ينتقل الفيروس من الحيوان المصاب إلى الإنسان، لا بد أن يكون الشخص قد مارس اتصالاً وثيقاً مع حيوان يحمل العدوى.

ولكن السبب في الأمر أنه بمجرد تطور فيروس كورونا ووصوله إلى البشر يمكن أن ينتشر الفيروس من شخص لآخر من خلال قطرات الجهاز التنفسي (الرذاذ)، وهو الاسم التقني للمواد الرطبة التي تتحرك في الهواء عند السعال أو العطاس.

يحتوي الرذاذ الصادر عن المصاب بفيروس كورونا على مادة فيروسية، ويمكن أن تُستنشق من قبل إنسان سليم آخر عبر جهازه التنفسي وصولاً إلى القصبة الهوائية والرئتين، مؤدياً إلى الإصابة من شخص لآخر.

فترة حضانة فيروس كورونا:

تعني "فترة الحضانة": الفترة الواقعة بين التقاط الفيروس وبدء ظهور أعراض المرض. تتراوح معظم تقديرات فترة الحضانة لفيروس كوفيد 19 من 1 إلى 14 يوماً، والأكثر شيوعاً حوالي خمسة أيام.

الشفاء من فيروس كورونا:

يعتمد الشفاء من فيروس كورونا على عوامل كثيرة، بعضها يتعلق بالشخص المصاب نفسه، مثل فئته العمرية، أو ترافقه مع أمراض مزمنة أخرى كأمراض القلب والسكري وغيرها،

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

بالإضافة إلى قوة المناعة لدى المصاب، والامتثال للقوانين والنصائح، وعوامل خارجية أيضاً، مثل جودة الرعاية الصحية، والإجراءات الحكومية بفرض التباعد الاجتماعي وإلغاء التجمعات وغيرها من الإجراءات.

يقول علماء الأوبئة: إن معدلات نسبة الشفاء من فيروس كورونا لن تكون واضحة حتى انتهاء فترة النقشي، حيث لن يمكن الاطلاع على مجموع البيانات كاملة إلا حينها، ولكن الجدير بالذكر أن معظم الأشخاص الذين يصابون بفيروس كورونا الجديد/ كوفيد 19 غالباً ما يتعافون إذا التزموا نظام الحجر الصحي في منازلهم، بينما يحتاج بعض الأشخاص فقط إلى العلاج في المستشفى والعناية المركزة.

طرق الوقاية من فيروس كورونا:

✓ أعلنت الكثير من الشركات في انحاء العالم عن لقاح فيروس كورونا/ كوفيد 19، وحتى وصول اللقاح لكل الناس ننصحكم بالوقاية من فيروس كورونا و تجنب التعرض لهذا الفيروس أصلاً.

يعتقد أن الفيروس ينتشر بشكل رئيس من شخص لآخر، وخصوصاً بين الأشخاص الذين هم على اتصال وثيق مع بعضهم (مسافة 6 أقدام/ 2 متر تقريباً)، من خلال رذاذ الجهاز التنفسي الناتج من سعال أو عطاس الشخص المصاب.
البقاء في المنزل

في حالة العزل المنزلي، فيجب عليك:

✓ عدم مغادرة المنزل لأي سبب كان، مع ممارسة الرياضة لمرة واحدة على الأقل في اليوم الواحد.

✓ حافظ على مسافة مترين من الأشخاص الآخرين.

✓ اطلب حاجياتك عن طريق الهاتف أو عبر الإنترنت.

✓ إلغاء أو تأجيل استقبال وزيارة الأصدقاء والعائلة في المنزل.

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

التباعد الاجتماعي:

التباعد الجسدي أو التباعد الاجتماعي بتجنب التجمعات العامة الكبيرة أو وسائل النقل العام، والبقاء بعيداً عن الآخرين عندما تكون في مكان عام، مع الحفاظ على مسافة مترين (6 أقدام) على الأقل بينك وبين أي شخص يسعل أو يعطس. لأن السعال أو العطاس ينتج قطرات (رذاذ) سائلة صغيرة، وقد تحتوي هذه القطرات على الفيروس، وهو ما يؤدي للإصابة.

النظافة الشخصية:

احرص على النظافة الشخصية عموماً، ونظافة اليدين خصوصاً، عبر غسلهما بالماء والصابون لمدة لا تقل عن 20 ثانية، وخصوصاً بعد العودة في أي مكان عام أو بعد السعال أو العطاس.

وإذا لم يكن الصابون والماء متوفرين بسهولة، فاستخدم معقماً لليدين يحتوي ما لا يقل عن نسبة 60% من الكحول، عبر وضع المعقم على سطح يديك وفركهما معاً حتى يجف. ويجدر التذكير بضرورة تجنب لمس الأنف والفم والعينين بأيدي غير مغسولة، لأن ذلك أدى للإصابة.

دور الكمامات في الوقاية من كورونا

يجب على الشخص المصاب ارتداء الكمامات عند الاقتراب من الأشخاص الآخرين، وقبل دخول أماكن الرعاية الصحية، وإذا تعذر عليه ارتداء الكمامة (لصعوبة في التنفس مثلاً) فيجب على المريض بذل قصارى جهده لتغطية السعال والعطاس، كما يجب على الأشخاص الذين يعيشون مع الشخص المصاب ارتداء الكمامة عند الاقتراب منه ، ولا داعي لارتداء الكمامات في حال عدم التماس مع المرضى.

الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية

استخدام مطهرات للوقاية من كورونا:

يجب مسح الأسطح التي يلمسها الأشخاص عادةً بالصابون المنزلي العادي أو أي مُنظفٍ آخر، ثم شطفها بالماء، كما ينصح بعد ذلك باستخدام مُطهرٍ منزلي، مثل المُبيّض (الكلور).

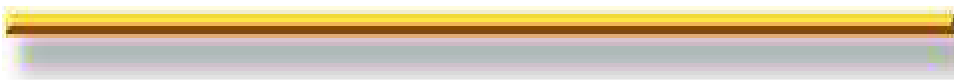
تقضي المادة الفعّالة (هيبوكلوريت الصوديوم) في المُبيّض على الجراثيم والفطريات والفيروسات. ولكن لا بد من الحرص على حماية يديك عند استخدام المُبيّض (بارتداء قفازات مطاطية مثلاً) مع تمديد المُبيّض بالماء بحسب التعليمات الموجودة على العبوة. كما يمكن استخدام المواد المطهرة والمعقمة التي تحتوي على الكحول بنسبة لا تقل عن 60-70% أو المواد التي تحتوي على 0.5% من مادة البيروكسيد هيدروجين،

ويجب أن لا يخلط الناس بين المواد المستخدمة لتنظيف الأسطح

فيروس كورونا:

فيروسات كورونا هي فصيلة فيروسات واسعة الانتشار يُعرف أنها تسبب أمراضاً تتراوح من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد حدةً، مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS) ومتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (السارس). وفيروس كورونا المستجد (nCoV) هو سلالة جديدة من الفيروس لم يسبق اكتشافها لدى البشر (www.un.org)

الإطار التطبيقي



الإطار التطبيقي:

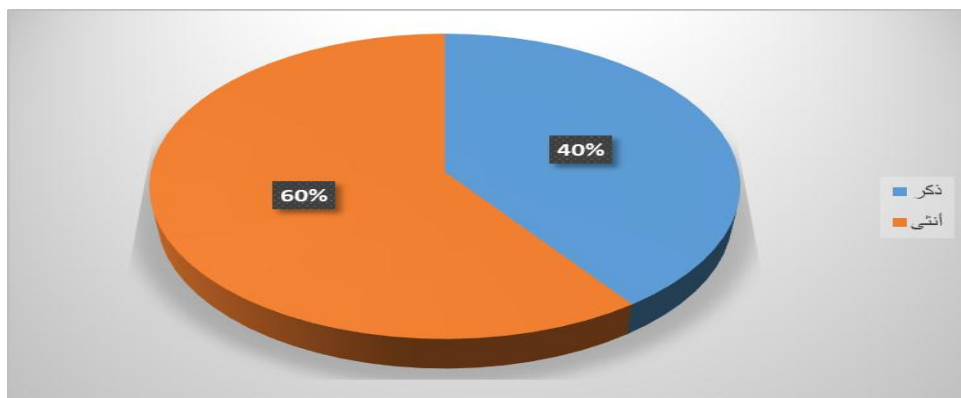
البيانات الشخصية:

1-الجنس :

الجدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	8	40%
أنثى	12	60%
المجموع	20	100%

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (20) فرداً، نلاحظ أن كل عدد الذكور بلغ (08) بنسبة بلغت 40%، في حين قدر عدد الإناث (12) بنسبة بلغت 60%، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

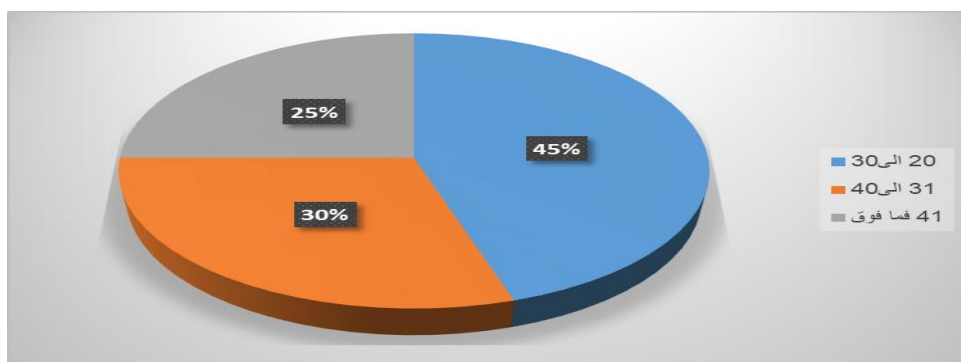


الشكل رقم (02) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجدول رقم (04) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
45 %	9	20 الى 30
30%	6	31 الى 40
25 %	5	41 فما فوق
100%	20	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (20) فرداً، نلاحظ أن (09) من أفراد العينة ينتمون إلى فئة السن من (20-30 سنة) بنسبة بلغت 45 %، أما من ينتمون إلى فئة السن (من 31-40 سنة) فبلغ عددهم (06) بنسبة بلغت 30%، أما من ينتمون إلى فئة السن (41 سنة فما فوق) فقد بلغ عددهم (05) أفراد بنسبة قدرت بـ 25% وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

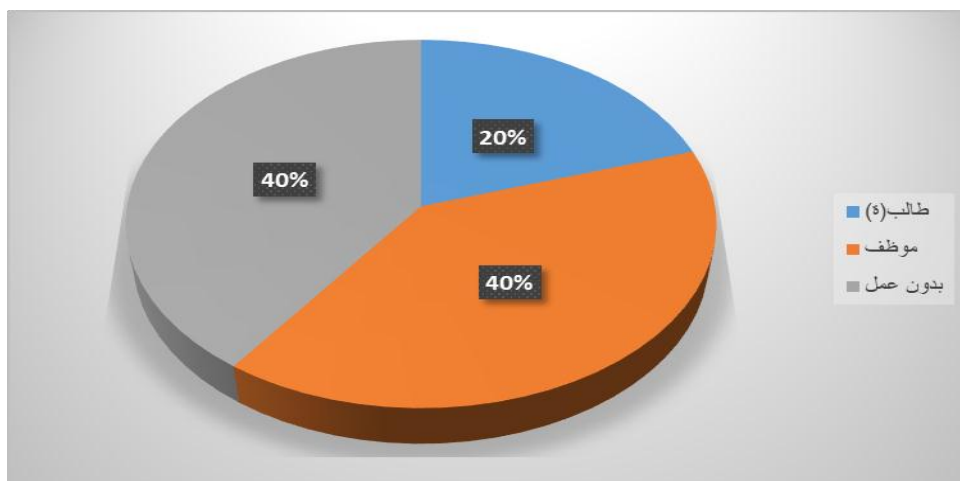


الشكل رقم (03) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

الجدول رقم (05) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة.

الوظيفة	التكرارات	النسبة المئوية
طالب	4	20 %
موظف	8	40 %
بدون عمل	8	40 %
المجموع	20	100 %

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (20) فرداً، نلاحظ أن (04) من أفراد العينة (طلبة) بنسبة بلغت 20 %، أما عينة الموظفين فبلغ عددهم (08) بنسبة بلغت 40 %، في حين بلغت عينة الأفراد (بدون عمل) (08) أفراد بنسبة بلغت 40 %، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

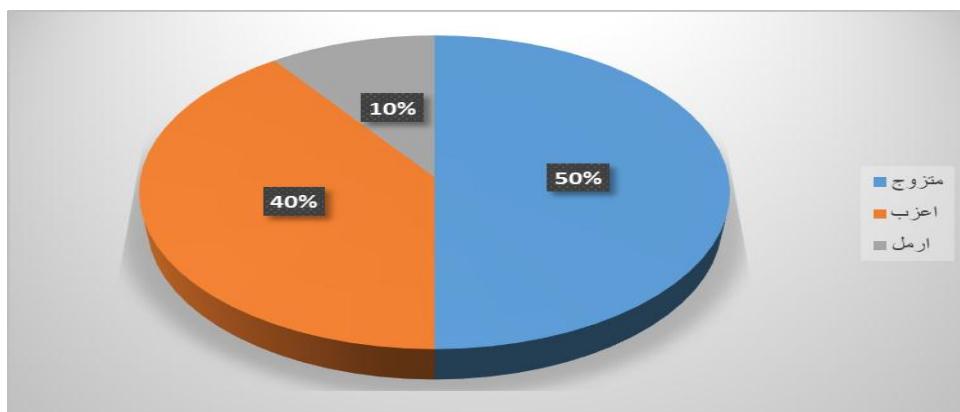


الشكل رقم (04) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة

الجدول رقم (06) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية.

النسبة المئوية	التكرارات	الحالة الاجتماعية
0,50	10	متزوج
0,40	8	اعزب
0,10	2	ارمل
%100	20	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (20) فرداً، نلاحظ أن (10) من أفراد العينة (متزوجين) بنسبة بلغت 50 %، أما غير المتزوجين (أعزب) فبلغ عددهم (08) بنسبة بلغت 40%، في حين بلغت عينة الأرملة (02) أفراد بنسبة قدرت بـ 10%، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:



الشكل رقم (05) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا

1- هل تستخدم الفايسبوك في ظل جائحة كورونا بصفة: ؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (07) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (1)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
3	% 10	2	دائما
1	% 65	13	أحيانا
2	% 25	5	نادرا
////////////////	%100	20	الاجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجاباتهم على السؤال رقم (01): هل تستخدم الفايسبوك في ظل جائحة كورونا بصفة ؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (أحيانا) بـ 13 تكرار بنسبة مئوية بلغت 65%، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (نادرا) بمجموع تكرار بلغ 05، بنسبة مئوية بلغت 25%، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (دائما) بمجموع تكرار بلغ (02)، وبنسبة مئوية بلغت 10%. وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة أن أغليتهم يؤكدون بأنهم ما استخدموا الفايسبوك في ظل جائحة كورونا.

الإطار التطبيقي:

2- كم عدد الساعات التي تقضيها في الفايسبوك في ظل جائحة كورونا؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (08) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	البدايل
2	% 40	8	اقل من ساعة
1	% 45	9	ساعة الى ساعتين
3	% 15	3	ساعتين فأكثر
////////////////	%100	20	الاجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجاباتهم على السؤال رقم (00): كم عدد الساعات التي تقضيها في الفايسبوك في ظل جائحة كورونا ؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (ساعة الى ساعتين) بـ 09 تكرار بنسبة مئوية بلغت 45%، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (اقل من ساعة) بمجموع تكرار بلغ 08، بنسبة مئوية بلغت 40%، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (ساعتين فأكثر) بمجموع تكرار بلغ (03)، وبنسبة مئوية بلغت 15%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة أن أغلبهم يؤكدون بأن عدد الساعات التي يقضونها في الفايسبوك في ظل جائحة كورونا تراوحت بين أقل من ساعة ومن ساعة الى ساعتين.

3- ماهي الاوقات المفضلة لديك لإستخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا؟ وبعد

المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (09) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	البدايل
3	% 15	3	صباحا
2	% 40	8	مساء
1	% 45	9	ليلا
////////////////	%100	20	الاجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجاباتهم على السؤال رقم (03): ماهي الاوقات المفضلة لديك لإستخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا ؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (ليلا) بـ 09 تكرار بنسبة مئوية بلغت 45%، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (مساء) بمجموع تكرار بلغ 08، بنسبة مئوية بلغت 40%، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (صباحا) بمجموع تكرار بلغ (03)، وبنسبة مئوية بلغت 15%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة أن أغليبتهم يؤكدون بأن الاوقات المفضلة لديهم لإستخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا تراوحت بين المساء والليل.

الإطار التطبيقي:

4- هل تدخل الى حسابك في الفايسبوك باسمك الحقيقي او باسم مستعار؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	البدايل
1	%50	10	تفضل اسمك الحقيقي
1	%50	10	تفضل اسم مستعار
////////////////	%100	20	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (20) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " تفضل اسمك الحقيقي " وقد بلغ عددهم (10) فرداً بنسبة مئوية بلغت 50%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " تفضل اسم مستعار " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 50%. بمعنى أن أفراد عينة الدراسة انقسموا الى مجموعتين مجموعة يؤكدون بأنهم يدخلون الى حساباتهم في الفايسبوك بأسمائهم الحقيقية. ومجموعة ثانية يؤكدون بأنهم يدخلون الى حساباتهم في الفايسبوك بأسماء مستعارة.

5- ما الذي يدفعك الى إستخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
3	% 20	4	الترفيه والتسلية
1	% 45	9	زيادة المعلومات والمعارف
2	% 35	7	التواصل مع الاهل والاقارب
////////////////	%100	20	الاجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجاباتهم على السؤال رقم (05): ما الذي يدفعك الى إستخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا ؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (زيادة المعلومات والمعارف) ب 09 تكرار بنسبة مئوية بلغت 45%، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (التواصل مع الاهل والاقارب) بمجموع تكرار بلغ 07، بنسبة مئوية بلغت 35%، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (الترفيه والتسلية) بمجموع تكرار بلغ (04)، وبنسبة مئوية بلغت 20%. وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة أن أغلبيتهم يؤكدون بأن الذي يدفعهم الى استخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا بالدرجة الأولى زياده المعلومات والمعارف ثم يليها التواصل مع الاهل والاقارب في الدرجة الثانية.

الإطار التطبيقي:

6- ماهي الاماكن التي تستخدم فيها الفايسبوك في ظل جائحة كورونا؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	البدايل
1	% 85	17	البيت
2	% 10	2	مقاهي الانترنت
3	% 5	1	مكان العمل
////////////////	%100	20	الاجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجاباتهم على السؤال رقم (06): ماهي الاماكن التي تستخدم فيها الفايسبوك في ظل جائحة كورونا ؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (البيت) ب 17 تكرار بنسبة مئوية بلغت 85%، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (مقاهي الانترنت) بمجموع تكرار بلغ 02، بنسبة مئوية بلغت 10%، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (مكان العمل) بمجموع تكرار بلغ (01)، وبنسبة مئوية بلغت 05%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة أن أغليبتهم يؤكدون بأن البيت هو أكثر الأماكن التي استخدموا فيها الفايسبوك في ظل جائحة كورونا.

الإطار التطبيقي:

7-تواصل مع الاقارب والاهل عبر الفايسبوك في ظل جائحة كورونا بصفة؟ وبعد

المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	البدايل
2	% 30	6	دائما
3	% 20	4	نادرا
1	% 50	10	أحيانا
////////////////	%100	20	الاجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجاباتهم على السؤال رقم (07): تتواصل مع الاقارب والاهل عبر الفايسبوك في ظل جائحة كورونا بصفة ؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (أحيانا) بـ 10 تكرار بنسبة مئوية بلغت 50%، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (دائما) بمجموع تكرار بلغ 06، بنسبة مئوية بلغت 30%، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (نادرا) بمجموع تكرار بلغ (04)، وبنسبة مئوية بلغت 20%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة أن أغليتهم يؤكدون بأنهم أحيانا ما يتواصلون مع الاقارب والأهل عبر الفايسبوك في ظل جائحة كورونا.

المحور الثاني: الإشباع المحققة من خلال استخدام موقع الفايسبوك في ظل جائحة كورونا

1- هل انت راض بالمعلومات المنشورة في الفايسبوك في ظل جائحة كورونا بشكل؟: وبعد

المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (14) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	البدايل
3	% 25	5	جيد
1	% 45	9	متوسط
2	% 30	6	ضعيف
////////////////	%100	20	الاجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجاباتهم على السؤال رقم (01): هل انت راض بالمعلومات المنشورة في الفايسبوك في ظل جائحة كورونا بشكل ؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (متوسط) بـ 09 تكرار بنسبة مئوية بلغت 45%، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (ضعيف) بمجموع تكرار بلغ 06، بنسبة مئوية بلغت 30%، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (جيد) بمجموع تكرار بلغ (05)، وبنسبة مئوية بلغت 25%. وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة أن أغلبهم يؤكدون بأنهم راضون عن المعلومات المنشورة في الفايسبوك في ظل جائحة كورونا بدرجة متوسطة.

الإطار التطبيقي:

2- هل ساعد الفايسبوك على خلق الطمأنينة بين المواطنين في ظل جائحة كورونا بشكل؟

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (15) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (2)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
3	%15	3	كبير
1	% 60	12	متوسط
2	% 25	5	ضعيف
////////////////	%100	20	الاجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجاباتهم على السؤال رقم (02): هل ساعد الفايسبوك على خلق الطمأنينة بين المواطنين في ظل جائحة كورونا بشكل ؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (متوسط) بـ 12 تكرار بنسبة مئوية بلغت 60%، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (ضعيف) بمجموع تكرار بلغ 05، بنسبة مئوية بلغت 25%، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (كبير) بمجموع تكرار بلغ (03)، وبنسبة مئوية بلغت 15%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة أن أغليبتهم يؤكدون بأن الفايسبوك ساعد على خلق الطمأنينة بين المواطنين في ظل جائحة كورونا بشكل متوسط.

الإطار التطبيقي:

3- ما هي الرغبات التي يلبّيها لك موقع الفايسبوك في ظل جائحة كورونا ؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (16) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (3)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	البدايل
3	% 10	2	نفسية
2	% 40	8	اجتماعية
1	% 50	10	ثقافية
////////////////	%100	20	الاجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجاباتهم على السؤال رقم (03): ما هي الرغبات التي يلبّيها لك موقع الفايسبوك في ظل جائحة كورونا؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (ثقافية) ب 10 تكرار بنسبة مئوية بلغت 50%، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (اجتماعية) بمجموع تكرار بلغ 08، بنسبة مئوية بلغت 40%، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (نفسية) بمجموع تكرار بلغ (02)، وبنسبة مئوية بلغت 100%. وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة أن أغلبيتهم يؤكدون بأن الرغبات التي يلبّيها لهم موقع الفايسبوك في ظل جائحة كورونا هي الرغبات الثقافية بالدرجة الأولى ثم يليها الرغبات الاجتماعية واقلها الرغبات النفسية.

الإطار التطبيقي:

4- ماهي الاشباعات الإجتماعية التي يحققها لك الفايسبوك في ظل جائحة كورونا؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (17) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (4)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	البدايل
2	% 25	5	ربط علاقات صداقة
4	% 15	3	ربط علاقات مع الجنس الاخر
1	%40	8	ايجاد حلول لمشاكلك الاجتماعية
3	%0,20	4	التعارف
//////////	%100	20	الاجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجاباتهم على السؤال رقم (4): ماهي الاشباعات الإجتماعية التي يحققها لك الفايسبوك في ظل جائحة كورونا؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (ايجاد حلول لمشاكلك الاجتماعية) ب 08 تكرار بنسبة مئوية بلغت 40%، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (ربط علاقات صداقه) بمجموع تكرار بلغ 05، بنسبة مئوية بلغت 25%، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (التعارف) بمجموع تكرار بلغ (04)، وبنسبة مئوية بلغت 20%. وفي المرتبة الرابعة جاء البديل (ربط علاقات مع الجنس الاخر) بمجموع تكرار بلغ (03)، وبنسبة مئوية بلغت 15%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة أن أغليتهم يؤكدون بأن الاشباعات الإجتماعية التي يحققها لهم الفايسبوك فيظل جائحة كوروناهي ايجاد حلول لمشاكلهم الاجتماعية.

الإطار التطبيقي:

5- ماهي خدمات الفايسبوك المفضلة لديك في ظل جائحة كورونا؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (18) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (5)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
4	% 10	2	مشاركة الصور
2	% 20	4	مشاركة الروابط
1	% 50	10	مشاركة الفيديو
2	% 20	4	الدرشة
////////////////	%100	20	الاجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجاباتهم على السؤال رقم (05): ماهي خدمات الفايسبوك المفضلة لديك في ظل جائحة كورونا ؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (مشاركة الفيديو) بـ 10 تكرار بنسبة مئوية بلغت 50%، وفي الرتبة الثانية جاء كل من البديلين (مشاركة الروابط- الدرشة) بمجموع تكرار بلغ لكل منهما 04، بنسبة مئوية بلغت 20%، وفي المرتبة الرابعة جاء البديل (مشاركة الصور) بمجموع تكرار بلغ (02)، وبنسبة مئوية بلغت 10%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة أن أغليتهم يؤكدون بأن خدمات الفايسبوك المفضلة لديهم هي مشاركة الفيديو في ظل جائحة كورونا .

الإطار التطبيقي:

6- ماهي الأساليب التفاعلية المعتمدة مع الاهل والاقارب في ظل جائحة كورونا؟ وبعد

المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (19) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	البدايل
1	% 50	10	الاعجاب
2	% 35	7	التعليق
3	%15	3	المشاركة
////////////////	%100	20	الاجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجاباتهم على السؤال رقم (6): ماهي الأساليب التفاعلية المعتمدة مع الاهل والاقارب في ظل جائحة كورونا ؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (الاعجاب) بـ 10 تكرار بنسبة مئوية بلغت 50%، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (التعليق) بمجموع تكرار بلغ 07، بنسبة مئوية بلغت 35%، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (المشاركة) بمجموع تكرار بلغ (03)، وبنسبة مئوية بلغت 15%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة أن أغليبتهم يؤكدون بأن الأساليب التفاعلية المعتمدة مع الأهل والاقارب في ظل جائحة كورونا هي الاعجاب بالدرجة الأولى ثم يليها المشاركة وأقل هذه الأساليب المشاركة.

الإطار التطبيقي:

المحور الثالث: اثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا. وللإجابة على هذا التساؤل تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأفراد العينة لعبارة محور اثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا. كما هو مبين في الجدول التالي

الجدول رقم (20) يوضح مستوى تأثير استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية في

ظل جائحة كورونا

رقم العبارة	المحور الأول	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المجال (معياري الحكم)	اتجاه الموافقة	الترتيب
العبارة 1	اتاحت لك مواقع التواصل الاجتماعي فرصه لتوسيع شبكه علاقاتك الاجتماعية مع اشخاص من داخل وخارج الوطن في ظل جائحه كورونا	3500,2	87509,0	[3-2.34]	الموافقة العالية	3
العبارة 2	كثرة استخدام الفايسبوك تشعرك بالوحدة والعزلة من محيطك الاجتماعي في ظل جائحة كورونا	5000,1	68825,0	[1.66-1]	الموافقة المنخفضة	11
العبارة 3	قدمت لك مواقع التواصل الاجتماعي اضافة على المستوى الشخصي في علاقاتك بالآخرين في ظل جائحة كورونا	2000,2	76777,0	-1.67 [2.33]	الموافقة المتوسطة	5
العبارة 4	تشعر ان تفاعلك مع افراد اسرتك قل منذ بدأت تستخدم الفايسبوك في ظل جائحة كورونا	7500,1	85070,0	-1.67 [2.33]	الموافقة المتوسطة	6
العبارة 5	تشعر ان نشاطاتك الاجتماعية في المناسبات العائلية تراجع منذ بدأت تستخدم الفايسبوك في ظل جائحة كورونا	6500,1	87509,0	[1.66-1]	الموافقة المنخفضة	10

الإطار التطبيقي:

4	الموافقة المتوسطة	-1.67] [2.33	91047,0	2500,2	يعتبر الفايسبوك بديل لتقوية العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا	العبارة 6
2	الموافقة العالية	[3-2.34]	76089,0	5000,2	استخدامك للفايسبوك جعلك تحافظ على علاقاتك القديمة في ظل جائحة كورونا	العبارة 7
1	الموافقة العالية	[3-2.34]	68056,0	6000,2	استخدامك للفايسبوك جعلك تحافظ على علاقاتك القائمة في ظل جائحة كورونا	العبارة 8
7	الموافقة المتوسطة	-1.67] [2.33	91047,0	7500,1	الوقت التي تقضيه في التحدث مع اقاربك عبر الانترنت اكثر من الوقت الذي تقضيه معهم في الواقع في ظل جائحة كورونا	العبارة 9
8	الموافقة المتوسطة	-1.67] [2.33	80131,0	7000,1	تتق في معارفك واصدقائك عبر الفايسبوك اكثر من تتقك في اصدقائك ومعارفك في الواقع في ظل جائحة كورونا	العبارة 10
9	الموافقة المنخفضة	[1.66-1]	67082,0	6500,1	تميزت علاقاتك بمحيطك الاجتماعي بالعزلة والانطواء منذ بدأت استخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا	العبارة 11
		الموافقة المتوسطة	-1.67] [2.33	0, 26692	9909,1	المحور الثالث: اثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا

للتعرف على اثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا- تم معالجة البيانات التي تم الحصول عليها من تطبيق الاستبيان على العينة المؤلفة من (20) وبعد استخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات من عبارات هذا المحور ومقارنتها بمعيار الحكم حيث تبين أن متوسطات درجات افراد العينة في المحور الثالث تراوحت بين المستويين المنخفض والمرفع تبعا لمعيار الحكم المشار اليه في الجدول أعلاه، وبالنسبة للعبارات المرتفعة فهي العبارات رقم [01] والتي نصت على : "اتاحت لك مواقع التواصل الاجتماعي فرصه لتوسيع شبكه علاقاتك الاجتماعية مع اشخاص من داخل وخارج الوطن في ظل جائحة كورونا" بمتوسط حسابي قدر ب (2،3500) وانحراف معياري قدر ب (0،87509). وأيضا العبارة رقم [07] والتي نصت على : " استخدامك للفيسبوك جعلك تحافظ على علاقاتك القديمة في ظل جائحة كورونا " بمتوسط حسابي قدر ب (2،5000) وانحراف معياري قدر ب (0،76089). وأيضا العبارة رقم [08] والتي نصت على : " استخدامك للفيسبوك جعلك تحافظ على علاقاتك القائمة في ظل جائحة كورونا " بمتوسط حسابي قدر ب (2،6000) وانحراف معياري قدر ب (0،68056). وحصلت العبارة رقم (08) على المرتبة الأولى في مجال الموافقة المرتفعة أي أن أفراد العينة يوافقون بدرجة مرتفعة على أن استخدامهم للفيسبوك جعلهم يحافظون على علاقاتهم القائمة في ظل جائحة كورونا.

وعموما تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات المرتفعة بين [2،6000 و 2،3500] أي في المجال المرتفع كون ان العبارات تنتمي الى المجال [2.34-3]. وبالنسبة للعبارات المنخفضة فهي العبارات رقم [02] والتي نصت على : " كثرة استخدام الفيسبوك تشعرك بالوحدة والعزلة من محيطك الاجتماعي في ظل جائحة كورونا" بمتوسط حسابي قدر ب (1،5000) وانحراف معياري قدر ب (0،68825). أي أن أفراد العينة يوافقون بدرجة منخفضة على أن كثرة استخدام الفيسبوك جعلتهم يشعرون بالوحدة والعزلة من محيطهم الاجتماعي في ظل جائحة كورونا.

وأيضاً العبارة رقم [05] والتي نصت على: " تشعر ان نشاطاتك الإجتماعية في المناسبات العائلية تراجعت منذ بدأت تستخدم الفايسبوك في ظل جائحة كورونا " بمتوسط حسابي قدر بـ (1,6500) وانحراف معياري قدر بـ (87509,0). أي أن أفراد العينة يوافقون بدرجة منخفضة على أن نشاطاتهم الاجتماعية في المناسبات العائلية تراجعت منذ بدأت تستخدم الفايسبوك في ظل جائحة كورونا.

وأيضاً العبارة رقم [11] والتي نصت على: " تميزت علاقاتك بمحيطك الاجتماعي بالعزلة والانطواء منذ بدأت استخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا " بمتوسط حسابي قدر بـ (1,6500) وانحراف معياري قدر بـ (0,67082). أي أن أفراد العينة يوافقون بدرجة منخفضة على أن علاقاتهم بمحيطهم الاجتماعي تميزت بالعزلة والانطواء منذ بدأوا استخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا.

أما بالنسبة لباقي العبارات فجاء تقييمها من طرف أفراد العينة في المجال المتوسط وهي [10-09-06-04-03] حيث تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات المتوسطة بين [2500,2 و 7500,1] أي في المجال المتوسط كون ان العبارات تنتمي الى المجال [233-1.67].

وعموما نلاحظ أن المتوسطات الحسابية لاستجابات المبحوثين حول عبارات محور اثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا تراوحت بين [600,2 و 500,1] أي بين التقديرين المنخفض والمرتفع.

أما بالنسبة للدرجة الكلية لمستوى تقييم اثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا فنجدها في المستوى المتوسط بمتوسط حسابي قدر بـ (9909,1) وبانحراف معياري قدر بـ (26692,0). وتبعاً لمعيار الحكم الموضح في الجدول أعلاه نلاحظ أن المتوسط الحسابي للمحور ككل ينتمي الى مستوى الموافقة المتوسطة [2.33-1.67].

وعليه نستنتج أن مستوى تقييم أفراد عينة الدراسة لمحور اثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا متوسط. نتائج الدراسة:

نتائج متعلقة بالمحور الأول: عادات وأنماط استخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا

1. توصلت الدراسة الى ان 65% يستخدمون الفايسبوك احيانا في ظل جائحة كورونا ،ونسبة 25% نادرا ما يستخدمون الفايسبوك، اما نسبة 10% دائما يستخدمون الفايسبوك في ظل جائحة كورونا.
2. كشفت الدراسة أن 45% من الأفراد يستخدمون الفايسبوك في ظل جائحة كورونا من ساعة إلى ساعتين ،ويقضي 40% منهم اقل من ساعة في استخدامهم للفايسبوك ،اما نسبة 15% فهم الأفراد الذين يستخدمون مواقع الفايسبوك من ساعتين إلى أكثر .
3. تبين الدراسة أن أغلب المبحوثين يستخدمون الفايسبوك في ظل جائحة كورونا ليلا بنسبة 45%، ويفضل 40% منهم الفترة المسائية في استخدامهم ،في حين نجد نسبة 15% تستخدم موقع الفايسبوك غالبا في الفترة الصباحية.
4. كما توصلت الدراسة أن أفراد العينة انقسموا إلى مجموعتين، مجموعة يؤكدون بأنهم يدخلون إلى حساباتهم بأسمائهم الحقيقية 50%، والمجموعة الثانية يؤكدون بأنهم يدخلون إلى حساباتهم بأسماء مستعارة 50%
5. يفضل 45% من المبحوثين استخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا لزيادة المعلومات والمعارف، في حين 35% يستخدمونه من أجل التواصل مع الأهل والاقارب، وحيث نسبة 20% من أجل الترفيه والتسلية.
6. كشفت الدراسة أن 85% يستخدمون الفايسبوك في ظل جائحة كورونا في البيت، و10% يستخدمون الفايسبوك في مقاهي الانترنت، و5% تستخدم الفايسبوك في ظل جائحة كورونا في مكان العمل.

7. اتضح لنا أن 50% أحيانا ما يستخدمون موقع الفايسبوك لتواصل مع الأهل والأقارب في ظل جائحة كورونا ونسبة 30% بصفة دائما من أجل التواصل مع الأهل والأقارب، ونسبة 20% نادرا ما يستخدمون الفايسبوك من أجل التواصل مع الأهل والأقارب.

النتائج المتعلقة "بالمحور الثاني: الإشباعات المحققة من خلال موقع الفايسبوك في ظل جائحة كورونا

هل أنت راض بالمعلومات المنشورة في ظل جائحه وكورونا:

1. كشفت الدراسة أن نسبة 45% جاء في الرتبة الأولى البديل (متوسط)، وفي المرتبة الثانية بنسبه 30% البديل ضعيف، وفي المرتبة الثالثة 25% جاء البديل جيد.
2. توصلت الدراسة أن نسبة 60% على أن الفايسبوك ساعد على خلق الطمأنينة بين الأفراد في ظل جائحة كورونا، ونسبة 25% ساعد بشكل ضعيف على خلق الطمأنينة في ظل جائحة كورونا، ونسبة 15% يؤكدون على أن الفايسبوك ساعد بشكل كبير على خلق الطمأنينة.
3. توضح نسبة 50% على أن المبحوثين يستخدمون الفايسبوك في ظل جائحة كورونا من أجل تلبية رغباتهم الثقافية، و نسبة 40% يستخدمون الفايسبوك من أجل تلبية رغباتهم الإجتماعية، و نسبة 10% من اجل تلبية رغباتهم النفسية.
4. يتصدر قائمة الاشباعات التي يحققها موقع الفايسبوك في ظل جائحة كورونا للمبحوثين لإيجاد حلول لمشاكلهم الإجتماعية بنسبة 40%، يليها ربط علاقات صداقة بنسبة 25%، ثم التعارف بنسبة 25%، ومن ثم ربط علاقات مع الجنس الآخر بنسبة 5%،
5. تبين الدراسة أن نسبة 50% من المبحوثين يفضلون مشاركة الفيديو في ظل جائحة كورونا، ثم تليها خدمة مشاركة وخدمة الدردشة بنفس النسبة 20%، وخدمة مشاركة الصور بنسبة 10%.

6. كشفت الدراسة أن الأساليب التفاعلية المعتمدة مع الأهل والأقارب في ظل جائحة كورونا أن نسبة 50% الإعجاب، ثم تليها 35% تعليق، و 15% مشاركة.

نتائج متعلقة بالمحور الثالث: أثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الإجتماعية في ظل جائحة كورونا.

1. أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي فرصة لتوسيع شبكة العلاقات الاجتماعية مع أشخاص من داخل وخارج الوطن في ظل جائحة كورونا.

2. ان كثرة استخدامهم للفايسبوك لم يجعلهم يشعرون بالوحدة والعزلة من محيطهم الاجتماعي في ظل جائحة كورونا.

3. قدمت لهم مواقع التواصل الاجتماعي إضافة على المستوى الشخصي في علاقاتهم بالآخرين في ظل جائحة كورونا بحيث جعلتهم أكثر جرأة في مناقشة مختلف المواضيع مع الجميع.

4. تفاعلهم مع أفراد أسرتهم قل منذ بدئهم استخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا.

5. ان نشاطاتهم الاجتماعية في المناسبات العائلية لم تتراجع منذ بدء استخدام الفاسبوك في ظل جائحة كورونا.

6. الفايسبوك بديل بتقوية العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا.

7. استخدامهم للفايسبوك جعلهم يحافظون على علاقاتهم القديمة في ظل جائحة كورونا.

8. استخدامهم للفايسبوك جعلهم يحافظون على علاقاتهم القائمة في ظل جائحة كورونا.

9. الوقت التي يقضوه في التواصل مع أقاربهم عبر الأنترنت أكثر من الوقت الذي يقضوه معهم في الواقع في ظل جائحة كورونا.

10. يتقون في معارفهم وأصدقائهم عبر الفاسبوك أكثر من تقفهم من أصدقائهم ومعارفهم في الواقع في ظل جائحة كورونا.

11. ان كثرة استخدامهم للفايسبوك لم يجعلهم يشعرون بالعزلة والانطواء من محيطهم الاجتماعي في ظل جائحة كورونا.

مناقشة النتائج بتساؤلات الدراسة:

الإجابة على أسأله الدراسة:

مما سبق يمكن استخلاص ما يلي:

فيما يخص سؤال: ماهي عادات وأنماط استخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا؟

بحديثنا عن الاستخدام نجد ان أكبر عدد من المبحوثين أحيانا ما يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا في البيت، وان الساعات التي يقضونها في استخدام الفايسبوك تتراوح من ساعة الى ساعتين ليلا، وانقسم المبحوثين الى مجموعتين مجموعة يستخدمون أسمائهم الحقيقية ومجموعة تفضل أسماء مستعارة، واغلب المبحوثين يستخدمون الفايسبوك لزيادة المعلومات والمعارف، وأحيانا ما يتواصل المبحوثين مع الأهل والأقارب في ظل جائحة كورونا.

فيما يخص سؤال: ماهي الإشباعات المحققة من خلال استخدام موقع الفايسبوك في ظل جائحة كورونا؟

من خلال تحليلنا للنتائج التي رصدناها من إجابات المبحوثين نجد ان أغلبية المبحوثين راضيين عن المعلومات المنشورة في الفايسبوك في ظل جائحة كورونا، والفايسبوك ساعد على زرع الطمأنينة بين المواطنين في ظل جائحة كورونا، ويستخدم المبحوثين الفايسبوك في ظل جائحة كورونا من اجل تلبية رغباتهم الثقافية لزيادة المعارف والمعلومات. ويتصدر قائمة الاشباعات التي يحققها الفايسبوك في ظل جائحة كورونا إيجاد حلول لمشاكلهم الاجتماعية، ويفضلون مشاركة الفيديو في ظل جائحة كورونا، ويستخدمون الإعجاب في تفاعلهم مع الأهل والأقارب في ظل جائحة كورونا.

فيما يخص سؤال: كيف أثر استخدام الفاسبوك على العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا؟

من خلال إجابات المبحوثين تبين ان مواقع التواصل الاجتماعي أتاحت فرصة لتوسيع شبكة العلاقات الاجتماعية مع أشخاص من داخل وخارج الوطن في ظل جائحة كورونا، في إطار الصداقة واكتساب سلوكيات جديدة كالمشاركة في الأنشطة الاجتماعية، ان كثرة استخدامهم للفيسبوك لم يجعلهم يشعرون بالوحدة والعزلة من محيطهم الاجتماعي في ظل جائحة كورونا، قدمت لهم مواقع التواصل الاجتماعي إضافة على المستوى الشخصي في علاقاتهم بالآخرين في ظل جائحة كورونا بحيث جعلتهم أكثر جرأة في مناقشة مختلف المواضيع مع الجميع، تفاعلهم مع أفراد أسرتهم قل منذ بدئهم استخدام الفيسبوك في ظل جائحة كورونا، نشاطاتهم الاجتماعية في المناسبات العائلية لم تتراجع منذ بدء استخدام الفيسبوك في ظل جائحة كورونا، الفيسبوك بديل بتقوية العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا، استخدامهم للفيسبوك جعلهم يحافظون على علاقاتهم القديمة في ظل جائحة كورونا، استخدامهم للفيسبوك جعلهم يحافظون على علاقاتهم القائمة في ظل جائحة كورونا، الوقت التي يقضوه في التواصل مع أقاربهم عبر الأنترنت أكثر من الوقت الذي يقضوه معهم في الواقع في ظل جائحة كورونا.

خاتمة

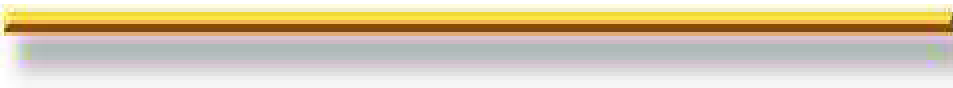
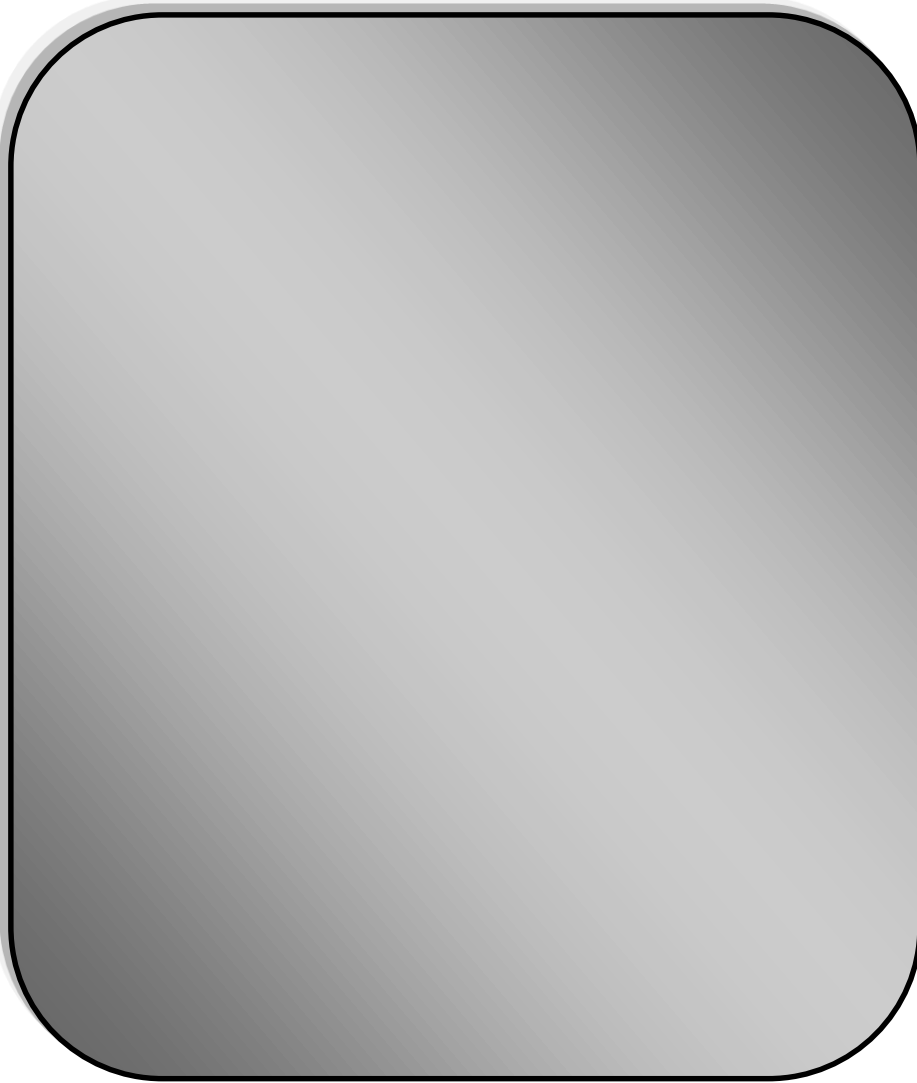


أدى التطور التكنولوجي المتسارع في مجال الإتصالات إلى إنتاج وسائل اتصال حديثة سهلت عملية التواصل مع الآخر بتفاعلية أكبر، على رأسها مواقع التواصل الاجتماعي هذه الأخيرة التي حظيت بشعبية كبيرة بحيث كان لتلك المواقع تأثيرا مباشرا وغير مباشر على العلاقات الإجتماعية، و تمكنت من خلق عادات وسلوكيات جديدة غزت الأوساط الإجتماعية، بحيث أصبح ذاك العالم الافتراضي يسيطر على عقول الأفراد وخاصة في ظل جائحة كورونا باعتبارهم شديدي التعلق بهذه المواقع نظرا لما تتيحه من خدمات عديدة كالدرشة ومشاركة المنشورات والتعليقات وباقي الخدمات الأخرى، ولكن رغم ما تمتاز به من إيجابيات إلا أنه لا يمكن إنكار سلبياتها.

فقد أصبحت تلك المواقع عالما افتراضيا يعيش فيه الكثير من الأفراد، فمن خلال مواقع التواصل الاجتماعي وجد الأفراد بديلا عن العلاقات المباشرة التي يفرضها عليه الواقع الحقيقي، وهذا ما حاولت دراستنا تسليط الضوء عليه من خلال دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا.

وفي الختام لا يمكننا القول ان العلاقة بين استخدام مواقع الشبكات الإجتماعية والعلاقات الإجتماعية هي علاقة تأثير سلبي دائما وأن هذا الدور السلبي مرتبط بكل المجتمعات وبكل الثقافات، إن هذه المواقع قد تفكك ما هو متلاحم وتجمع ما هو متباعد ويختلف التأثير من مجتمع لآخر ومن مستخدم لآخر تبعا للعديد من المتغيرات الإجتماعية، وما كان سلبييا في زمن سابق أصبح إيجابيا اليوم إذ لا يمكن العيش في معزل عن هذه التطورات بل لابد من مواكبتها واللاحق بالركب.

قائمة المراجع



قائمة المصادر والمراجع:

قائمة المصادر والمراجع:

الكتب:

1. ابراهيم، اسماعيل عبده، (2009)، العلاقات الاجتماعية عبر الأنترنت دراسة في الفرص الكامنة والمخاطر المستترة، مركز اسبار للبحوث والدراسات والإعلام.
2. ابو العلا، محمد علي، (2013)، فن الاتصال بالجمهور بين النظرية والتطبيق، ط1، دار العلم والإيمان.
3. بسيوني، إبراهيم حمادة، (2001)، حرية الإعلام الإلكتروني الدولي وسيادة الدول، القاهرة.
4. بن سليمان، رحمة وآخرون، (2017)، العنف والسياسة في المجتمعات العربية المعاصرة -ثنائية الثقافية والخطاب، ج2، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت لبنان
5. بن عروس، محمد لمين، (2008-2009)، الدور والمكانة الاجتماعية للأمين بعد دخولهم فصول محو الأمية.
6. بن مرسل، احمد، (2006)، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية
7. بن ورقلة، نادية، (2017)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي. جامعة الجلفة.
8. بوحوش، عمار، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائري.
9. بودهان، يامين، (2012)، تحولات الإعلام المعاصر، دار اليازوري، عمان.
10. حجاب، محمد منير، (2000)، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، ط3، ندار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة.

قائمة المصادر والمراجع:

11. حجازي، علي إبراهيم، (2017)، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، دار المعتز للنشر والتوزيع
12. حسن، عادل فتحي (2011)، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيس بوك، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
13. خضير، كاظم محمد، اللوزي، موسى سلامة، (2008)، منهجية البحث العلمي، ثراء للنشر والتوزيع، عمان، الاردن
14. الخليفي، محمد بن صالح، (2001)، تأثيرات الأنترنت في المجتمع، عالم الكتب، الرياض
15. دويدي، رجاء وحيد، البحث العلمي السياسية والنظرية، والممارسات العلمية، ط1، دار الفكر، دمشق سورية
16. رحومة، علي محمد، (2007)، الأنترنت والمنظومة التكنو اجتماعية، مركز الوحدة العربية، بيروت.
17. رحومة، علي محمد، (2009)، تنمية المجتمعات الافتراضية عوامل نجاح جديدة للتطوير الشبكي التكنو اجتماعي، معهد النفط الليبي، ليبيا.
18. سامية، محمد جابر، (2003)، علم الاجتماع العام، ط1، دار النهضة العربية، بيروت.
19. الشاعر، عبد الرحمن بن إبراهيم، (2015)، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
20. شتا، السيد علي، (1995)، المجتمع البشري، الجزء 4، مؤسسة شباب الجامعة، مصر.
21. الصادق، رابح، (2007)، الأنترنت كفضاء مستحدث لتشكل احداث، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام.

قائمة المصادر والمراجع:

22. الصقور، صالح خليل، (2012)، الإعلام والتنشئة الاجتماعية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن
23. عبد الامير، فيصل، (2014)، دراسات في الإعلام الإلكتروني، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، الامارات.
24. عبد العاطي، السيد، علم الاجتماع الحضري، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية
25. عبد المعطي، نها السيد، (2015)، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، دار الكتاب الجامعي، دولة الامارات العربية المتحدة-الجمهورية اللبنانية
26. عبد الواحد رضا امين(2007)، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع.
27. العريشي، جبريل بن حسن.الدوسري، سلمى بنت عبد الرحمان، (2015)، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان الأردن
28. عزام، ابو الحمام، (2011)، الإعلام والمجتمع، ط1، دار اسامة، الأردن.
29. علي عبد الفتاح كنعان، (2014)، نظريات الاعلام، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
30. عليان، ربحي مصطفى.غنيم، عثمان محمد، (2007)، مناهج وأساليب البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان.
31. عواجي عبد الحافظ صلوي،(1433هـ)، نظريات التأثير الإعلامية، جمع وتنسيق، أسامة بن مساعد المحيي.
32. غريب، محمد لمين احمد، (2003)، علم الاجتماع ودراسة المجتمع، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية.
33. قاسمي احمد، جدادي سليم،(2019)، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، المركز الديمقراطي العربي، ط1، برلين -المانيا.
34. القاضي، دلال.البياني، محمود، (2000)، منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الاحصائي، دار الحامد، الأردن

قائمة المصادر والمراجع:

35. مربي، عادل، نحوي، عائشة، (2009)، مجلة الواحات للبحوث والدراسات.
36. معن، خلي، (1999)، البناء الاجتماعي انساقه ونظمه، ط3، دار الشروق للنشر والتوزيع، الاردن
37. معن، خليل عمر، (2001)، ثنائيات علم الاجتماع، الشروق، الاردن.
38. معن، خليل، البناء الاجتماعي، انساقه ونظمه، ط3، الشروق.
39. المقدادي، خالد غسان يوسف، (2013)، ثورة الشبكات الاجتماعي، الاردن.
40. مكايي حسن عماد (2009)، نظريات الاعلام، دار العربية للنشر والتوزيع.
41. نوبي، محمد حسن، (2000)، ثوره المعلومات والعلاقات الاجتماعية، جامعة الملك عبد العزيز، الجمعية السعودية لعلوم العمران، الرياض.
42. هتيمي، حسين محمود، (2015)، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن، عمان.

المراجع الأجنبية:

1. Jim banister, word of mouse, the new age of networked media, Chicago, 2009.
2. Marcel danesi, dictionary, of media and comminication, united states of cogress cataloging-in-publication. 2009.

الأطروحات والرسائل الجامعية:

1. ترنيم زهدي يوسف خاطر، اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي اثناء العدوان الاسرائيلي على غزة 2014م، رسالة ماجستير، الجامعة الاسلاميه. غزه 134هـ-2015م.
2. حمدي، ماطر عبدالله، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات، جامعة الشرق الاوسط، مذكرة ماجستير في الاعلام، قسم الصحافة والاعلام، 2018

قائمة المصادر والمراجع:

3. حنان بنت شعشوع الشهري، مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماجستير في علم الاجتماع، اثر استخدام الفايسبوك وتويتر على العلاقات الاجتماعية.2007-2008.
4. خولة لعبيدي، نعيمة جواد، استخدامات البناء الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك نموذجا، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المستخدم للفايسبوك،شهاده الماستر، معهد العلوم الاجتماعية والانسانية،مجال العلوم الاجتماعية 2012-2013.
5. رأفت محمد عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي. رساله ماجستير في الاعلام،قسم الصحافة والاعلام .كلية الآداب والعلوم جامعة البتر الاردنية.2013
6. عواطف عبيدي سعد، استخدام أئمة المساجد لشبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"نموذجا،دراسة ميدانية بولاية الوادي. شهادة الماستر في العلوم الاسلامية،تخصص دعوة وإعلام،جامعة الوادي2015-2016.
7. فاطمة بريك، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية بجامعة الوادي. شهادة ماستر في العلوم الإسلامية والانسانية ،مجال العلوم الاجتماعية.2012-2013.
8. محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير الاكاديمية العربية في الدنمارك2012.
9. مصطفى اسماء(2014-2015)، تعرض الطلبة الجامعيين لبرامج الافتاء في القنوات الفضائية الاسلامية، شهادة ماستر في العلوم الاسلامية، تخصص دعوة واعلام واتصال، جامعة الوادي.

قائمة المصادر والمراجع:

البحوث والمجلات:

1. بشير نور علي، مواقع التواصل الاجتماعي واثرها على المجتمع، مؤسسة الصومال الجديد للإعلام والبحوث والتنمية، التقرير الاسبوعي، رقم 13-25 ديسمبر 2017
2. الشماس، عيسى، عجيب، فاتن، التأثيرات التربوية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي وعلاقته ببعض المتغيرات الديمغرافية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة الآداب والعلوم الانسانية، المجلد 37 العدد 2. 2015.
3. بركات، علي راجح، نظريات التعلم السلوكية، قسم علم النفس، جامعة أم القرى، طالبة ببرنامج الدكتوراه.

المواقع الإلكترونية:

1. جمال الزرن، هندسة المكان الافتراضي المنتجة لخطاب ثقافي، 2009، تم استرجاعها بتاريخ 15 جانفي 2021 من <http://jamelwran.jeeran.com/archive/2009/3/82100.html>.
2. <https://ar.m.wikipedia.org/wiki/20>
3. www.un.org

ملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الأعلام والاتصال



استمارة استبيان

في إطار إنجاز مذكرة ماستر تحت عنوان:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز العلاقات الاجتماعية في ظل

جائحة كورونا

دراسة ميدانية على المجتمع المسيلي حي 500 مسكن

تحت إشراف الأستاذ:

د/صاولي عبد المالك

إعداد الطالبتان

فراي فريال

دحماني سارة

نرجو من سيادتكم الإجابة عن هذه الأسئلة بكل دقة ووضوح وذلك بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة لرأيكم ولعلمكم انه لا توجد أسئلة صحيحة وأخرى خاطئة.

ويجابتكم هذه تكون قد ساهتمتم في إثراء هذا البحث.

البيانات الشخصية:

1. الجنس : ذكر () انثى ()
 2. السن: 20الى 30 () 31الى 40 () 41 فما فوق ()
 3. الوظيفة: طالب(ة) () موظف () بدون عمل ()
 4. الحالة الاجتماعية: متزوج () اعزب () ارمل () مطلق ()
- المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا

1. هل تستخدم الفايسبوك في ظل جائحة كورونا بصفة
دائمه () احيانا () نادرا ()
2. كم عدد الساعات التي تقضيها في الفايسبوك في ظل جائحة كورونا
اقل من ساعه () ساعه الى ساعتين () ساعتين فأكثر ()
3. ماهي الاوقات المفضلة لديك لاستخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا
صباحا () مساء () ليلا ()
4. هل تدخل الى حسابك في الفايسبوك باسمك الحقيقي او باسم مستعار
تفضل اسمك الحقيقي () أفضل اسم مستعار ()
5. ما الذي يدفعك الى استخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا
الترفيه والتسلية () زيادة المعلومات والمعارف () التواصل مع الاهل والاقارب ()
6. ماهي الاماكن التي تستخدم فيها الفايسبوك في ظل جائحة كورونا
البيت () مقاهي الانترنت () مكان العمل () اخرى ()
7. تتواصل مع الاقارب والاهل عبر الفايسبوك في ظل جائحة كورونا بصفة

دائمة () نادرا () احيانا ()

المحور الثاني: الاشباع المحققة من خلال استخدام موقع الفايسبوك في ظل جائحة كورونا

1. هل انت راض بالمعلومات المنشورة في الفايسبوك في ظل جائحة كورونا بشكل

جيد () متوسط () ضعيف ()

2. هل ساعد الفايسبوك على خلق الطمأنينة بين المواطنين في ظل جائحة كورونا بشكل

كبير () متوسط () ضعيف ()

3. ما هي الرغبات التي يلبها لك موقع الفايسبوك في ظل جائحة كورونا

نفسية () اجتماعية () ثقافية ()

4. ماهي الإشعاعات الاجتماعية التي يحققها لك الفايسبوك

ربط علاقات صداقة () ربط علاقات مع الجنس الاخر () ايجاد حلول لمشاكلك

الاجتماعية () التعارف ()

5. ماهي خدمات الفايسبوك المفضلة لديك

مشاركة الصور () مشاركة الروابط () مشاركة الفيديو () الدردشة ()

6. ماهي الأساليب التفاعلية المعتمدة مع الأهل والأقارب في ظل جائحة كورونا

الإعجاب () التعليق () المشاركة ()

المحور الثالث: اثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا

الرقم	العبارة	موافق	محايد	معارض
01	اتاحت لك مواقع التواصل الاجتماعي فرصه لتوسيع شبكة علاقاتك الاجتماعية مع اشخاص من داخل وخارج الوطن في ظل جائحة كورونا.			
02	كثرة استخدام الفايسبوك تشعرك بالوحدة والعزلة في محيطك الاجتماعي في ظل جائحة كورونا.			
03	قدمت لك مواقع التواصل الاجتماعي اضافة على المستوى الشخصي في علاقاتك مع الآخرين في ظل جائحة كورونا.			
04	تشعر ان تفاعلك مع افراد اسرتك قل منذ بدأت تستخدم الفايسبوك في ظل جائحة كورونا.			
05	تشعر ان نشاطاتك الاجتماعية في المناسبات العائلية تراجعت منذ ان بدأت تستخدم الفايسبوك في ظل جائحة كورونا.			
06	يعتبر الفايسبوك بديل لتقوية العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا.			
07	استخدامك للفيسبوك جعلك تحافظ على علاقاتك القديمة في ظل جائحة كورونا.			
08	استخدامك للفيسبوك جعلك تحافظ على علاقاتك القائمة في ظل جائحة كورونا.			
09	الوقت التي تقضيه في التحدث مع اقاربك عبر الانترنت اكثر من الوقت الذي تقضيه معهم في الواقع في ظل جائحة كورونا.			
10	نتق في معارفك واصدقائك عبر الفاسبوك اكثر من نتقك في اصدقائك ومعارفك في الواقع في ظل جائحة كورونا.			
11	تميزت علاقاتك بمحيطك الاجتماعي بالعزلة والانطواء منذ بدأت استخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا.			

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز العلاقات
الاجتماعية عند طلبة جامعة بوزيانا دراسة ميدانية على
المجتمع المسلم في مسيلة

اعداد الطلبة:

1- قرايى قريبال رقم التسجيل: 16.1635097893

2- دهاني مسارة رقم التسجيل: 16.1635097983

القسم: اعلام واتصال الشعبى والمالية والتخصص اتصال وعلاقات عامة
إشراف: عبد المالك صاوي الرتبة: دكتور

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2020-
2021 وأسمح بإيداعه على مستوى ادارة القسم للمناقشة.

رئيس فريق الاختصاص

موافقة وامضاء المشرف(ة):

رئيس قسم علوم الاعلام والاتصال
غزل العبد المراسلة
رئيس القسم



Handwritten signature in blue ink.



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: 2021/

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيد(ة): فراجي قريال

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): طالبة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 1.1.9.98.10.2.9.00.696.0009

الصادرة بتاريخ: 24.04.2016 عن دائرة: بني مسرور

المسجل بكلية: علوم الاعلام والاتصال قسم: اتصالات وعلاقات عامة

تخصص: اتصالات وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 1.6.16.35.0.9.7893

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز العلاقات الاجتماعية

في ظل جائحة كورونا د. لاشمسة صيد ايوحة على ا.م.د. جيتع اوسليان، كوكسكن
(مأهولة)

اصح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسجلة في: 08-06-2021

امضاء المعني(ة):

F

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.



كلية العلوم
الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences

Vice-Deanship of the College for Studies and

Student Affairs

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

University Mohamed Boudiaf of M'sila

1985



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

الرقم: 2021/

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيد(ة): سحر

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائر): طالبة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 11 99 8 029 0000 30007

الصادرة بتاريخ: 2016/04/24 عن دائرة: بسوسور

المسجل بكلية: علوم الإعلام والاتصال قسم: اتصال وعلاقات خاصة

تخصص: اتصال وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 16.16.35.097483

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها: حور موانع التواصل الاجتماعي في تعزيز العلاقات الاحتمالية
في ظل جائحة كورونا دراسة ميدانية على المجتمع المسلم
فك مسك

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 21/06/2021

امضاء المعني(ة):

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

فهرس



المحتويات



فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	الإهداء
	شكر وعرهان
أ-ب	مقدمة
	الإطار المنهجي
04	1. الإشكالية
05	2. التساؤلات الفرعية
05	3. أهمية الدراسة
05	4. أهداف الدراسة
06	5. أسباب اختيار الموضوع
06	6. المدخل النظري للدراسة
14	7. تحديد المفاهيم
15	8. منهج البحث
16	9. أداة جمع البيانات
17	10. التعريف بمجتمع البحث والعينة
18	11. الدراسات السابقة
	الإطار النظري
	الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي
25	تمهيد
26	المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
26	المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

27	المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
28	المطلب الثالث: اهم مواقع التواصل الاجتماعي
32	المبحث الثاني: خصائص ووظائف مواقع التواصل الاجتماعي
32	المطلب الأول: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
33	المطلب الثاني: وظائف مواقع التواصل
34	المبحث الثالث: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
34	المطلب الأول: ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي
35	المطلب الثاني: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
37	خلاصة
الفصل الثاني: العلاقات الاجتماعية	
39	تمهيد
40	المبحث الأول: ماهية العلاقات الاجتماعية
40	المطلب الأول: تعريف العلاقات الاجتماعية
42	المطلب الثاني: القواعد الأساسية لبناء العلاقات الاجتماعية وكوامن تشكلها
43	المطلب الثالث: نواع العلاقات الاجتماعية
46	المبحث الثاني: المجتمع الافتراضي
46	المطلب الأول: تعريف المجتمع الافتراضي
49	المطلب الثاني: خصائص المجتمعات الافتراضية
51	المطلب الثالث: الفوارق بين المجتمع الطبيعي والمجتمع الافتراضي
54	المبحث الثالث: العلاقات الاجتماعية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية
54	المطلب الأول: الشبكات الاجتماعية وتشكيل المجتمعات الافتراضية
55	المطلب الثاني: الفوارق بين العلاقات الكلاسيكية والعلاقات الافتراضية

58	المطلب الثالث: العلاقات الافتراضية عبر الشبكات الاجتماعية ومستقبل العلاقات الاجتماعية التقليدية
61	مدخل مفاهيمي حول جائحة كورونا
	الإطار التطبيقي
75	المحور الأول: عادات وانماط استخدام الفايسبوك في ظل جائحة كورونا
82	المحور الثاني: الاشباع المحققة من خلال استخدام موقع الفايسبوك في ظل جائحة كورونا
88	المحور الثالث: اثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا.
92	نتائج الدراسة
75	مناقشة النتائج بتساؤلات الدراسة
98	خاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق
	فهرس المحتويات

فهرس الجداول

الصفحة	مضمونه
44	جدول(01): الفروق بين العلاقات الأولية والعلاقات الثانوية
53	جدول(02): اهم الفروق بين المجتمع الطبيعي والمجتمع الافتراضي
71	الجدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس
72	الجدول رقم (04) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.
73	الجدول رقم (05) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة.
74	الجدول رقم (06) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية.
75	الجدول رقم (07) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (1)
76	الجدول رقم (08) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)
77	الجدول رقم (09) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)
78	الجدول رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)
79	الجدول رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)
80	الجدول رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)
81	الجدول رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)
82	الجدول رقم (14) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)
83	الجدول رقم (15) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (2)
84	الجدول رقم (16) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (3)
85	الجدول رقم (17) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (4)
86	الجدول رقم (18) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (5)
87	الجدول رقم (19) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)
88	الجدول رقم (20) يوضح مستوى تأثير استخدام الفاييسبوك على العلاقات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا

فهرس الأشكال

صفحة	عنوان الشكل
52	شكل (01): الواقع الافتراضي
71	الشكل رقم (02) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس
72	الشكل رقم (03) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن
73	الشكل رقم (04) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة
74	الشكل رقم (05) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية