

"إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وتأثيره على العلاقات الإجتماعية

للشباب الجامعي الجزائري"

- الفايسبوك نموذجاً -

دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال-ماستر- بجامعة المسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص إتصال وعلاقات عامة

تحت إشراف:

د. نعيمة براردي

إعداد الطالب:

مروان مزراق

لجنة المناقشة:

..... -/1

..... -/2

..... -/3

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# إهداء

إلى أمي الحبيبة أطال الله في عمرها

إلى أبي الغالي أطال الله في عمره

إلى إخوتي فارس والعمري وشوقي وعبد الرزاق

إلى أخواتي وردة وامل وريم ودنيا

إلى الكتاكيت والبراعم يعقوب ويوسف ومنار ورهف

إليكم فقط أهدىكم ثمرة جهدي.

# شكر و عرفان

أحمد الله عز وجل حمدا كثيرا وأشكره على توفيقه لإتمام هذا العمل وإنجازه على هذا الوجه

وأقدم بخالص الشكر و الإمتنان لأستاذتي الفاضلة الدكتورة براردي نعمة على نصائحها وتوجيهاتها الثمينة  
ورحابة صدرها وسعة أفقها.

الشكر كذلك موصول لكل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة وإلى كل من ساعدني في  
إنجاز هذه المذكرة وأخص بالذكر رفيقة دربي وقرّة عيني بن صالح صفيّة وأختي الغالية مزراق وردة وزوجها

محاسن إسحاق.

كل من ساعدني لإتمام هذا العمل بكلمة، بملاحظة، بفكرة، بهرجة أقول لكم

شكرا جزيلاً



# مقدمة

أدى التطور الهائل في تكنولوجيا الإتصال إلى إنتاج وسائل إلكترونية جديدة للتواصل الإجتماعي عملت على إحداث تغيير في علاقات الناس الإجتماعية و أشكال تفاعلهم وأساليب تواصلهم، ما جعل العالم قرية كونية تنتقل فيها المعلومات في جميع أنحاء الكرة الأرضية وفي أجزاء من الثانية.

وتعتبر الأترنيت من بين أكثر مظاهر تكنولوجيا الإتصال الحديثة تجليا، التي نجحت إلى حد كبير في فتح فرص جديدة أمام الأفراد للتفاعل والتواصل ونقل همومهم وإهتماماتهم ومشاكلهم من خلال إقامة علاقات إجتماعية إفتراضية تنتهي عند حدود الشاشة.

إنَّ كلُّ من يتأمل التطورات التي طالت الحياة الإجتماعية بفعل التكنولوجيا الحديثة للإتصال لابد له أن يلاحظ التغيير الكبير في العلاقات الإجتماعية في مجتمعاتنا، فمما لا شك فيه أن العلاقات الإجتماعية قد تأثرت بطريقة ما بالتطورات الهائلة المتتالية التي حدثت في المجتمعات في ظل العولمة وبدل الإتصال وجهها لوجه دخل الإتصال الوسيطي على الخط الذي تغلغل في كل منحي من مناحي الحياة ليتحول الشخص إلى فرد إفتراضي يتفاعل ضمن مجتمع إفتراضي، وأصبح لهذا النوع من الإتصالات دورا فاعلا في مختلف المجتمعات حيث سهل التواصل بين أفراد المجتمع غير أنه طرح من جهة اخرى العديد من القضايا حول إلغاء بعض لغات الإتصال المواجهي مثل تعابير الوجه والإيماءات وغيرها من طرق الإتصال ليصبح الإتصال الوسيطي نقطة هامة في مجال الإتصال الإجتماعي.

ومع ظهور الجيل الثاني للأترنيت الذي أتاح إمكانيات جديدة في الإتصال عبر الشبكة من خلال مواقع الشبكات الإجتماعية زاد الإهتمام بدراسة إدمان الأترنيت كظاهرة مجتمعية لديها الكثير من الآثار النفسية والإجتماعية والصحية التي تؤثر على الأشخاص الذين يقضون وقتا أكبر على الخط المباشر مخصصين بذلك وقتنا أقل للأشخاص الآخرين في حياتهم الواقعية، ويظهر الدور الكبير لهذه المواقع من خلال تجسيدها لمفهوم الإتصال الوسيطي ومساهمتها في بناء الشبكات الإجتماعية الإفتراضية، ومن بينها موقع "فايسبوك"، "تويتر"، "ماي سبايس" وغيرها...



ويأتي موقع "الفايسبوك" في صدارة هذه المواقع نظرا لنجاحه الكبير في دعم فكرة التواصل مع الأصدقاء والحفاظ على العلاقات بين الأفراد وتطويرها من خلال إستمالة لأعداد هائلة من المستخدمين من جميع أنحاء العالم ودعمه للإلتحام بين المجتمعات وتقريبه المفاهيم والرؤى مع الآخر و الإطلاع والتعرف على ثقافة الشعوب المختلفة.

لكن هذا التغير في طبيعة التواصل أصبح يهدد العلاقات الحيوية السائدة في المجتمع ويشكل خطورة على متانة العلاقات الأسرية وتماسكها، إلى جانب تأثيرات أخرى على مختلف المستويات، فظهرت العلاقات الافتراضية والهوية الافتراضية وغيرها من "الافتراضيات" التي تسعى لمحاكاة الواقع وبالتالي للتأثير بشكل كبير على طبيعة العلاقات السائدة والتي كانت دائما اللحمة التي تربط أفراد المجتمع بعضهم ببعض.

كل هذه المخاطر التي أصبحت تهدد العلاقات بالتفكك جعلتنا ننظر بجديّة إلى الظاهرة ولتأثيراتها الإجتماعية سيما في منظومة العلاقات الإجتماعية وهذا ما سوف نسعى لمناقشته من خلال هذه الدراسة التي تشكلت في مقدمة وقسمين، قسم نظري وقسم ميداني بالإضافة إلى الخاتمة حيث إشمّل القسم النظري ثلاث فصول :

تناول **الفصل الاول الإطار المنهجي والنظري للدراسة**، حيث تطرقنا فيه إلى إشكالية الدراسة، أسباب إختيار الموضوع، أهمية وأهداف الدراسة، مجالها وحدودها الزمانية والمكانية والبشرية ونوع الدراسة ومنهجها وعينتها وأدوات جمع البيانات ثم تحديد المفاهيم والدراسات السابقة التي تم الإعتماد عليها. وتناولنا في الإطار النظري نظرية الإستخدامات والإشباعات كنظرية إستندنا عليها للإنتلاق في هذه الدراسة من تراكم معرفي حاصل بإعتبارها من أهم النظريات المستخدمة في دراسات الإعلام الجديد.

وتعرضنا في **الفصل الثاني** لمواقع الشبكات الإجتماعية وإستخداماتها، قدمنا فيها تعريفات مختلفة للشبكات الإجتماعية، نشأتها وكذا خصائصها إلى جانب الحديث عن أهم الشبكات الإجتماعية وإستخداماتها والقضايا التي تثيرها متمثلة في الخصوصية الهوية والعزلة الإجتماعية.

أما في **الفصل الثالث** فقد تطرقنا إلى تعريف العلاقات الإجتماعية الكلاسيكية وخصائصها والقواعد الأساسية لتشكيلها وتناولنا المجتمعات الافتراضية وكيف تساهم مواقع الشبكات الإجتماعية في تشكيلها وكذا العلاقات الافتراضية والفوارق بينها وبين نظيرتها الكلاسيكية.

وأشتمل الإطار التطبيقي للدراسة على فصل واحد تناولنا فيه تحليل وتفسير إجابات المبحوثين حول محاور الإستمارة التي تضمنت عادات وأنماط إستخدام موقع الفايسبوك. الدوافع و الحاجات التي تكمن وراء إستخدام الفايسبوك، وأخيرا موقع الفايسبوك وتأثيره على العلاقات الإجتماعية. ثم أهم النتائج المتوصل إليها بعد تحليل الجداول.

# الفصل الأول الإطار المنهجي والنظري للدراسة

I. الإطار المنهجي للدراسة.

II. الإطار النظري للدراسة.

## I. الإطار المنهجي

## 1- الإشكالية:

يحتل الإتصال مكانة محورية في حياة البشر وفي مناحي حياتهم وأسباب رفايتهم، وقد أتاحت تكنولوجيا الإعلام والإتصال فرصا وإمكانيات جديدة في مجال التواصل فتعددت أشكاله ووسائله وتأثيراته.

هذه التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا الإتصال غيرت العديد من المفاهيم والأدوار، فالإنترنت مثلا لم تعد تؤدي دور نقل المعلومات وإرسالها فقط وإنما أصبح لها العديد من الإنعكاسات الثقافية والاجتماعية. فتورة الجيل الثاني من الانترنت بمختلف وسائلها التي يأتي في مقدمتها مواقع الشبكات الاجتماعية مثل "الفايسبوك" و"تويتر"، "ماي سبيس" أصبحت ظاهرة عالمية واسعة الإنتشار إستطاعت أن تجعل الشباب يتعلقون بها بشكل كبير نظرا للخدمات التي تتيحها. فموقع "الفايسبوك" الذي أنشأه الأمريكي اليهودي "مارك زوكر بيرغ" عام 2004 بغية ضم أصدقاء الجامعة وضممان إستمرارية التواصل فيما بينهم، أضحى اليوم يضم نصف المليار مشترك ليصبح من أكثر المواقع إستخداما نظرا للخدمات المتنوعة التي يقدمها وطبيعة التواصل التي تتيحها، إن إستخدام هذه المواقع وإن كان يعبر عن صيحة تكنولوجية لافتة ساهمت بشكل كبير في ربط العديد من العلاقات بعد إغائها لجميع المسافات، إلا أنه يحيلنا أيضا على الدور السلبي الذي تقوم به الانترنت في عزل الأفراد إجتماعيا وتفكيك العلاقات بينهم في المجتمع، فالأفراد أصبحوا يقضون وقتا أطول في التعامل مع الكمبيوتر والانترنت ضمن فضاء المجتمع الافتراضي بطريقة لافتة تسترعي الإهتمام مما يؤدي إلى نوع من العزلة الإجتماعية عن الآخرين الواقعيين في حياتهم، والذي قد يقود إلى تأثيرات سلبية في منظومة العلاقة الإجتماعية. وهذا ما يرمي بنا إلى طرح الإشكالية التالية:

إلى أي مدى يؤثر إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية على العلاقات الإجتماعية لدى الشباب الجامعي؟

## التساؤلات الفرعية:

- ماهي عادات وأنماط إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي "الفايسبوك" لدى طلبة الإعلام والإتصال؟
- ماهي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء إستخدام طلبة الإعلام والإتصال لموقع الفاييسبوك؟
- كيف أثر إستخدام الفاييسبوك على العلاقات الإجتماعية لدى طلبة الإعلام والإتصال؟

## 2- أسباب إختيار الموضوع:

### 2-1 الأسباب الذاتية:

- التجربة الشخصية في مجال التواصل عبر الفايبربوك مع زملاء الدراسة وتطور العلاقة معهم.
- محاولة التعرف على أهمية مواقع التواصل الإجتاعي في حياة الشباب الجامعي.
- الرغبة في التعرف على سبب نجاح الشبكات الإجتاعية عبر الأنترنت في إستمالة عدد كبير جدا من المستخدمين.

- الرغبة في إعطاء الموضوع الطابع الأكاديمي لإثراء المكتبة.

### 2-2 الأسباب الموضوعية:

- يعتبر موضوع الدراسة حيوي إلى جانب قلة الدراسات في جوانب هذا الموضوع.
- إنتشار إستخدام مواقع التواصل الإجتاعي بشكل كبير بين مختلف الفئات وخاصة الطلبة.
- أهمية البحث في مجال علوم الإعلام والإتصال.
- دخول الشباب الجزائري في السنوات القليلة المنصرمة إلى العالم الإلكتروني بما يحمله هذا العالم من تقنيات متطورة وهو ما خلق إنشغالات جديدة في أوساط الشباب، وبالتالي فتح مجالا خصبا للبحث.
- كون مواقع الشبكات الإجتاعية ظاهرة إجتماعية جسدت نمطا إجتماعيا جديدا.
- نقص الدراسات الجزائرية والعربية التي تتناول هذا الموضوع بالقدر الكافي من التحليل رغم أهميته البالغة.

## 3- أهمية وأهداف الموضوع:

### 3-1 أهمية الموضوع:

لكل دراسة أهمية، وأهمية هذه الدراسة لا تخرج عن الإطار العام للهدف الذي وضعت من أجله، والتي يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- تكتسي هذه الدراسة أهميتها لكونها تهتم بموضوع الساعة و هو مدى تأثير شبكات التواصل الإجتاعي على العلاقات الإجتاعية.
- دراسة متغيرات المساهمة في ظهور التوجهات الجديدة على شبكات التواصل الإجتاعي من أشكال الإعلام البديل أو الجديد ومدى اعتماده من طرف الطلبة لتنمية علاقاتهم وتعزيزها.

- تنبع أهمية هذا الموضوع من الأهمية الكبيرة لموضوع تأثيرات التكنولوجيا الحديثة اليوم على المجتمع والشباب والطلبة خاصة، ولدورها الكبير في حياتهم.
- إزدياد رواد الشبكات الإجتماعية خاصة الفايسبوك.
- أنها دراسة علمية للتعرف على نوع جديد من أدوات بناء والتأثير على العلاقات بين الأفراد.
- أن ما قد تسفر عليه الدراسة قد يوجه الباحثين المهتمين إلى مواصلة البحث.

### 2-3 أهداف الدراسة:

- بما أن لأي بحث علمي أكاديمي أهداف ينبغي للباحث الوصول إليها فإن أهداف هذه الدراسة حسب تقديري من جانبها الاستطلاعي وذلك عبر تسليط الضوء على الشباب الجامعي إضافة إلى دراسة ما حققه هؤلاء الطلبة من وراء تواصلهم عبر تلك المواقع، تتلخص فيما يلي:
- الوصول إلى تحديد ماهية مواقع التواصل الإجتماعي.
- اثراء المكتبة الجامعية الخاصة، لقلة الدراسات المتناولة لهذا الموضوع.
- التدرب على إجراء بحوث علمية ميدانية للتحكم في إجراءات البحث العلمي.
- الخروج بنتائج موضوعية.
- التعرف على أبرز مواقع التواصل الإجتماعي.
- تحديد درجة إقبال الطلبة على مواقع التواصل الإجتماعي.
- جمع بيانات ومعطيات ميدانية على بعض ملامح العلاقة التي تربط الشباب الجامعي بمواقع التواصل الإجتماعي.
- معرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الإجتماعي في التأثير على العلاقات بين طلبة الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

### 4- مجال وحدود الدراسة:

**4-1 الحدود المكانية:** تم إختيار قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة مجالا مكانيا للدراسة.

**4-2 الحدود الزمانية:** أجريت هذه الدراسة خلال السداسي الثاني من العام الجامعي 2015 / 2016

**4-3 الحدود البشرية:** تتكون عينة الدراسة من طلبة الإعلام والاتصال - ماستر - الذين يستخدمون الفايسبوك والذين يقدر عددهم 80 طالب وطالبة.

## 5- نوع ومنهج الدراسة:

## 5-1 نوع الدراسة :

تعتمد الدراسات العلمية في علوم الإعلام والاتصال على مجموعة متكاملة من المناهج العلمية المستوحاة من العلوم التجريبية لتحاكي نتائجها العلمية للتعميم، فالطريقة التي يستخدمها الباحث في عمله للوصول إلى غايته، تسمى المنهج. فالمنهج هو الأداة التي يستخدمها الباحث للوصول إلى غايته أو غرضه و إكتشاف الحقيقة أو الوصول إلى المعرفة.<sup>1</sup> ويرتبط إختيار المنهج المتبع في الدراسة بناء على الإشكالية التي تم تحديدها، وبما أننا في دراستنا هذه نسعى إلى جمع المعلومات حول مستخدمي واقع التواصل الإجتماعي وبالتحديد الفيسبوك، وكيف أثر هذا الإستخدام على العلاقات الإجتماعية لدى طلبة الإعلام والاتصال، فإن هذه الدراسة تندرج ضمن البحوث الوصفية التي تهدف إلى إكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفا دقيقا وتحديد خصائصها تحديدا كيفيا أو كميًا، كما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر، وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل.<sup>2</sup>

ويرتبط مفهوم البحث الوصفي بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول إلى إستنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو إستكماله أو تطويره، هذه الإستنتاجات تمثل فهما للحاضر يستهدف توجيه المستقبل، ويعرف هويتني الدراسة الوصفية بأنها التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع.<sup>3</sup>

1 مهدي فضل الله: أصول كتابة البحث وقواعد التحقيق، ط2، دار الطليعة، لبنان، 1998، ص14.

2 مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، الأردن، 2000، ص40.

3 محمد منير حجاب: أساسيات البحوث الإعلامية والإجتماعية، ط2، دار الفجر، القاهرة، 2003، ص78.

## 2-5 منهج الدراسة:

المنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث مستخدماً بعض القواعد العامة المرتبطة بتجميع البيانات وتحليلها لإثبات صحة الفروض التي يضعها أو للإجابة على التساؤلات التي طرحها للكشف عن الحقائق والوصول إلى حل مشكلة البحث، وفي دراستنا هذه إعتدنا على المنهج المسحي.<sup>1</sup>

منهج المسح هو أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الحالة والأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، فإنه يعتبر أيضاً الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الإتصال بمفرداتها، ويستهدف المسح الوصفي تصوير وتوثيق الوقائع والحقائق الجارية بوصف حجم وتركيب هذا الجمهور وتصنيف الدوافع والحاجات والمعايير الثقافية والإجتماعية وكذلك الأنماط السلوكية ودرجاتها أو شدتها ومستويات الإهتمام والتفضيل.<sup>2</sup>

ويعرف النهج المسحي في اللغة الفرنسية بأنه منهج التحقيق العلمي الذي يستخدمه الباحث في دراسة موقف معين، من خلال بحث الشواهد والتجارب والوثائق المكونة لوضعه الطبيعي، والمعلومات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها، أما الباحث محمد زيان عمر، فعرف المنهج المسحي بأنه دراسة الظاهرة في وضعها الطبيعي دون أي تدخل من قبل الباحث، أي دراسة الظاهرة تحت ظروف طبيعية غير إصطناعية كما هو الحال في المنهج التجريبي.<sup>3</sup> وقد تم إختياره دون المناهج الأخرى، كونه يتوافق وموضوع الدراسة، حيث يعتبر من المناهج المستعملة في الدراسات الوصفية.

<sup>1</sup> محمد عوض العابدي: إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية، شمس المعارف، القاهرة، 2005، ص 64.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص158.

<sup>3</sup> بن مرسللي أحمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص286.

## 6- مجتمع وعينة الدراسة:

## 6-1. مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع البحث بأنه المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر المستهدف، الذي يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، ومجتمع البحث في دراستنا هذه هو طلبة ماستر إعلام واتصال، من مستخدمي موقع الفيسبوك في جامعة المسيلة الذين ينحصر سنهم بين 20 إلى 35 سنة فما فوق.<sup>1</sup>

## 6-2 عينة الدراسة:

إن العينة هي إختيار جزء صغير من وحدات مجتمع 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 إختيار الشيء، وبذلك فغن العينة هي ما تم إختياره من هذا الشيء، وفي البحث العلمي فإن العينة تعني الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما.<sup>2</sup>

ونظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث، قمنا بإختيار أسلوب العينة القصدية، ونظرا لإقتصار بحثنا على الطلبة مستخدمي موقع الفيسبوك في جامعة المسيلة دون غيرهم، قمنا بإختيار العينة القصدية أو العمدية، ويلجأ الباحث إلى هذا النوع من العينات الغير احتمالية عندما يتوفر لديه بيانات، أو معلومات كاملة عن مجتمع العينة وخصائصه وصفاته، إنطلاقا من دراسته الكاملة والمفصلة لما يحتوي هذا المجتمع من مفردات ولطبيعة هذا الأخير وما تتضمنه من معلومات وبيانات، كما تعطى هذه الطريقة نتائج أقرب إلى النتائج التي يمكن الوصول إليها بإستخدام العينات الأخرى.

<sup>1</sup> زكي احمد عزمي، عاطف عدلي العبد: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص152.

<sup>2</sup> دلال القاضي، محمود البياني: منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات بإستخدام البرنامج الإحصائي، دار الحامد، الأردن، 2000، ص148.

3-6 حجم العينة:

لحجم العينة أهمية كبيرة في دراسة العلاقة بين العينة والمجتمع الذي تمثله، حيث أن توزيع المعاينة للوسط الحسابي يقترب من التوزيع الطبيعي كلما زاد حجم العينة، كما أن قيمة الخطأ المعياري الذي يمثل تشتت قيمة الوسط الحسابي للعينات الممكنة حول قيمتها المتوقعة يقل بإزدياد حجم العينة<sup>1</sup>، وعليه فإن العينة المختارة تقدر بـ 100 مفردة ممن يستخدمون فعليا مواقع التواصل الإجتماعي من بين طلبة الإعلام والاتصال بتخصصه.

الجدول الأول: إستمارات الإستبانة-التوزيع والإسترجاع

النسبة المئوية	التكرار	
80%	80	الإستمارات الصالحة للتحليل
6%	06	الإستمارات الضائعة
14%	14	الإستمارات الملغاة
100%	100	المجموع

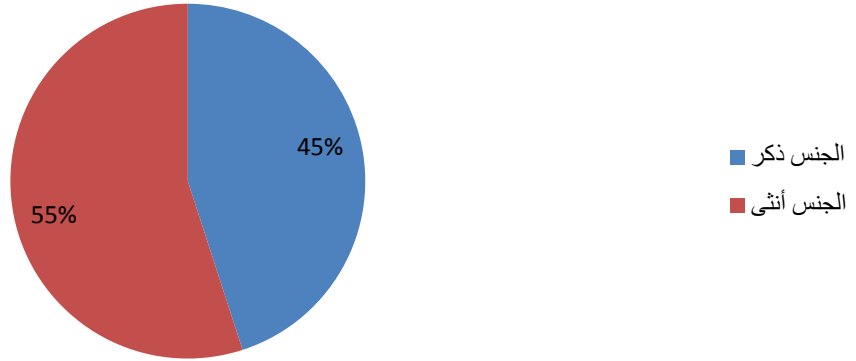
• بعد توزيع 100 إستمارة بطريقة عمدية على أفراد العينة إسترجعنا 94 إستمارة بنسبة 94%، مع ضياع 6 إستمارات لم يتم المبحوثون بإرجاعها لنا، فيما تم إلغاء 14 إستمارة لعدم الإجابة على أكثر من 25% من مجمل الأسئلة المطروحة. وعليه فالعينة الفعلية هي 80 إستمارة صالحة للتحليل.

الجدول 01: يمثل توزيع العينة حسب السن والجنس

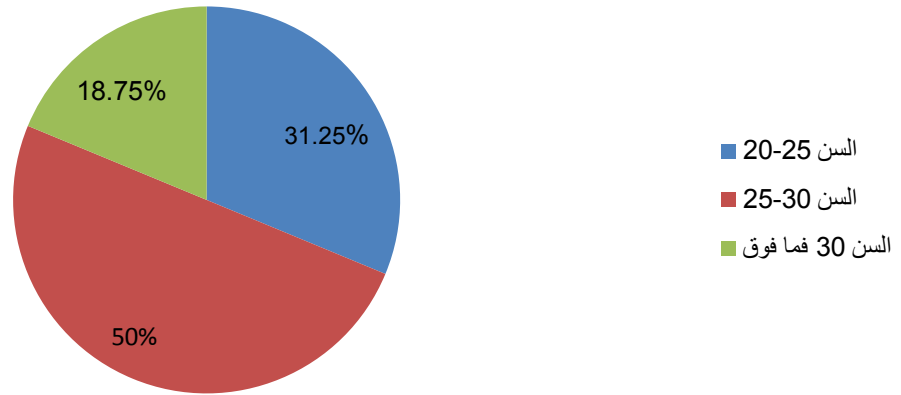
تصنيف العينة		الفئات	المتغيرات
45%	36	ذكر	الجنس
55%	44	أنثى	
100%	80	المجموع	
31.25%	25	25-20	السن
50%	40	30-25	
18.75%	15	30 فما فوق	
100%	80	المجموع	

<sup>1</sup> محمد عوض العابدي: المرجع السابق، ص162.

دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن



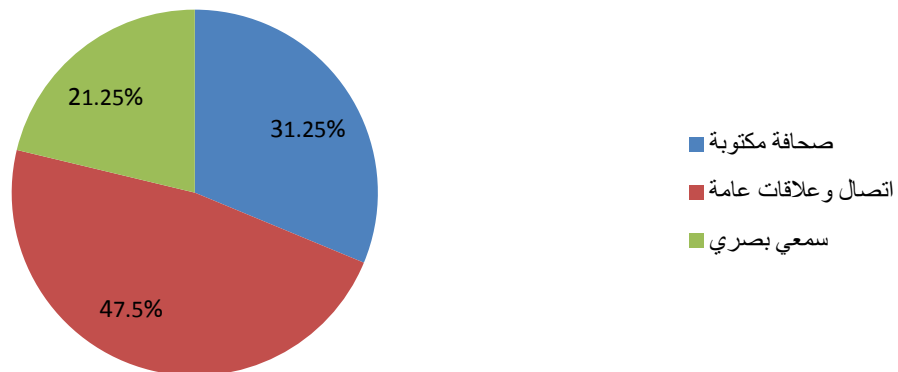
يوضح الجدول اعلاه خصائص العينة المدروسة، ومن خلال فحص بيانات متغير الجنس الظاهرة بالجدول، يتضح بأن 44 مفردة بنسبة 55% من أفراد العينة هم إناث بينما يبلغ عدد الذكور 36 مفردة بنسبة 45% ويتبين من خلال هذه النتائج أن نسبة الإناث المستخدمين لموقع "الفايسبوك" أكثر من نسبة الذكور، وهذا ليس راجع للإستخدام في حد ذاته وإنما في قسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة المسيلة عدد الإناث أكثر من عدد الذكور.

أما من حيث الفئات العمرية فإن فئة الذين تتراوح أعمارهم بين 25 و 30 سنة هم الفئة الأكثر إستخداما للفايسبوك بنسبة 50%، والذين يقدر عددهم بـ 40 مفردة، يليها أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم بين 20 و 25 سنة بنسبة 31.25% والذين يقدر عددهم بـ 25 مفردة من مجمل أفراد العينة، تليها الفئة التي يتراوح سنهم من 30 سنة فما فوق بنسبة 18.75% أي 15 مفردة من العينة.

الجدول 02: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص

النسبة المئوية	التكرار	
31.25%	25	صحافة مكتوبة
47.5%	38	إتصال وعلاقات عامة
21.25%	17	سمعي بصري
100%	80	المجموع

دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص



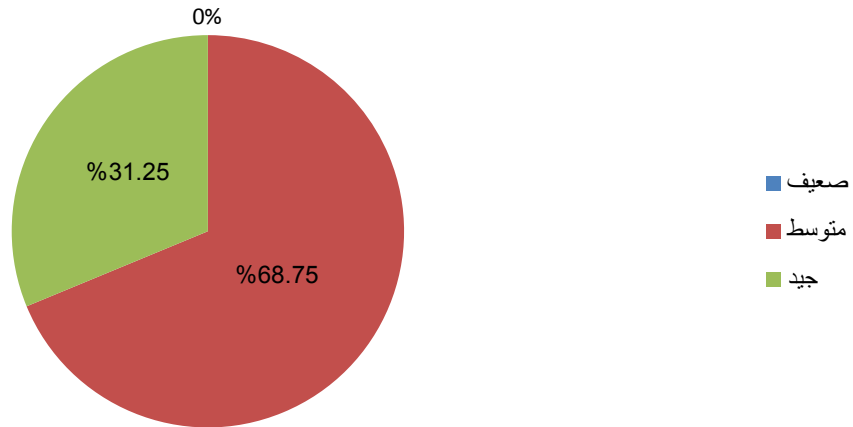
يظهر الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب التخصص ومن خلال النتائج يظهر لنا أن طلبة تخصص إتصال وعلاقات عامة هم أكثر عدداً بنسبة 47.5% مقارنة بطلبة تخصص صحافة مكتوبة بنسبة 31.25% ويأتي طلبة تخصص السمعي بصري في المرتبة الأخيرة بنسبة 21.25%.

ما يمكن قوله هذا التباين في العدد بين التخصصات، لا يعني أن طلبة إتصال وعلاقات عامة أكثر استخداماً لموقع "الفيسبوك" مقارنة بطلبة صحافة مكتوبة أو طلبة السمعي بصري، بل هي مسألة عدد فقط.

### الجدول 03: توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	
00%	00	ضعيف
68.75%	55	متوسط
31.25%	25	جيد
100%	80	المجموع

دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى المعيشي

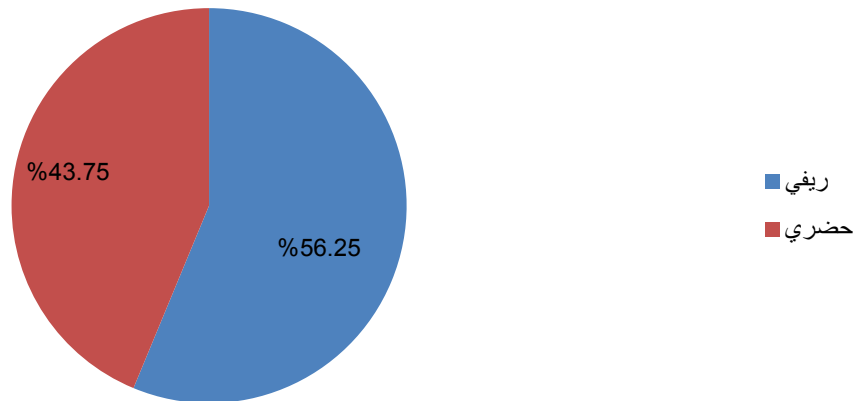


تشير نتائج الجدول أعلاه إلى توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الاجتماعي (المعيشي)، حيث يتبين لنا من نتائج الجدول أن أغلبية الطلبة المبحوثين 68.75% أكدوا على أن مستواهم المعيشي متوسط ولا بأس به، في حين أجاب 31.25% منهم على أن مستواهم جيد، مقابل عدم وجود ولا عينة مستواها ضعيف.

الجدول 04: توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة

النسبة المئوية	التكرار	
56.25%	45	ريفي
43.75%	35	حضري
100%	80	المجموع

دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة



يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة، حيث يتبين لنا أن عدد الطلبة الذين ينحدرون من الريف أكبر من عدد الطلبة الذين ينحدرون من المدينة، حيث يمثل عدد الطلبة من الريف ما نسبته 53.75% أما الطلبة الذين ينحدرون من المدينة أي ما نسبته 46.25% ممن يستخدمون موقع الفاييسبوك. نستنتج أن إنعدام قنوات الإتصال في الوسط الريفي جعل من الفاييسبوك الملاذ الوحيد لهؤلاء للتواصل، في حين هو بالنسبة للفضاء الحضري مجال إضافي.

## 7. أدوات الدراسة :

حتى يتمكن الباحث من الوصول إلى النتائج الموضوعية بالنسبة لإشكالية البحث، يستلزم من الباحث استخدام أدوات وطرق جمع البيانات والمعلومات، وهي تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر، وهي الملاحظة والإستبيان والتجربة وتحليل المضمون والتحليل الإحصائي<sup>1</sup>. ومن بين أدوات البحث العلمي سنستخدم:

## 7-1. الإستبيان:

وهو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف إستشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقنعة لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة، إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات.<sup>2</sup>

## 7-2. تصميم إستمارة الإستبيان:

إن عملية تصميم إستمارة الإستبيان تمر عبر مراحل متتالية متكاملة في تحقيق أغراض البحث وهي تبدأ من الصيغة التي طرحت فيها الإشكالية، وعليه فقد مر تصميم الإستمارة في شكلها النهائي عبر الخطوات التالية :

- ✓ تحديد البيانات والأسئلة المطلوبة.
- ✓ بناء الإستمارة في صورتها المبدئية.
- ✓ عرض الإستمارة على الأستاذ المشرف.
- ✓ صياغة أسئلة الإستمارة في شكلها النهائي.
- ✓ توزيع الإستمارة على المبحوثين.

<sup>1</sup> أحمد بن مرسللي: مرجع سبق ذكره، ص 202.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1997، ص 64.

محاور الإستمارة هي ثلاث كالتالي:

**المحور الأول:** عادات وأنماط إستخدام طلبة علوم الإعلام والإتصال لموقع "الفايسبوك".

**المحور الثاني:** الدوافع والحاجات التي تكمن وراء إستخدام طلبة علوم الإعلام والإتصال لموقع "الفايسبوك"

**المحور الثالث:** تأثير إستخدام "الفايسبوك" على العلاقات الإجتماعية.

• بعد الإنتهاء من تفرغ البيانات لا بد لنا من آليات واساليب لشرح وتحليل البيانات وتفسيرها ولقد إعتمدنا على ما يلي:

أ. أسلوب التحليل الكمي: ويتم من خلال أرقام ونسب مئوية تأتي في شكل أرقام إحصائية وجداول رقمية تدل على مؤشرات ذات علاقة إرتباطية تعطي حيوية وفعالية للأرقام والنسب الجامدة، وتتيح إستخلاص النتائج ومناقشتها علميا ومن انواع التحليل الكمي المعتمدة في هذه الدراسة :

\* التكرارات والنسب المئوية : وتعلق بكل الجداول وأيضا لمعرفة الاختلافات في درجة التوزيعات للمتغير التابع وللكشف عن تأثيرات السن والجنس على الإتجاه، يتم حساب النسب للمتغير على أساس أن المتغيرات الإجتماعية هي التي تؤثر على رأي الشخص المبحوث.

ب. أسلوب التحليل الكيفي: حيث قمنا بوصف وتفسير البيانات والنتائج كما حاولنا ربط العلاقات السببية المحددة سلفا في القسم النظري بالقسم الميداني، ومقارنة مختلف البيانات حسب المتغيرات وذلك إخراجا له من دائرة الجداول والتكرارات الجامدة وربطها للشق النظري بجانبه الميداني لتكامل الدراسة وتناسقها.

## 8- تحديد المصطلحات وضبط المفاهيم:

يعد تحديد مفاهيم الدراسة أحد الطرق المنهجية العامة في تصميم البحوث التي تمكن القارئ من إدراك المعاني والأفكار التي يريد الباحثون التعبير عنها دون أن يختلفوا فيها، حيث يجب على الباحث أن يحدد المفهوم اللغوي والإصطلاحي ثم الإجرائي لكافة متغيرات بحثه. وقد ورد في هذا البحث مجموعة من المصطلحات التي لا بد من تحديد مفاهيم لها:

## شبكات التواصل الاجتماعي:

**الشبكات لغة:** جمع شبكة وتعني ببساطة وسيلة تؤمن الإتصال ما بين أجهزة الحاسبات الآلية، ويتم من خلالها إستخدام الموارد والملحقات المشتركة فيما بينها.<sup>1</sup> وقد ورد في معجم محمد منير حجاب أن الشبكة هي مجموعة من العناصر الكهربائية أو الأفراد أو المؤسسات أو الحواسيب والكل تعمل من أجل تحقيق غاية معينة.<sup>2</sup>

**التواصل:** تواصل من مادة وصل وتواصل الرجلان، يتواصلان تواملاً، فهما متواصلان أي ترابطاً في غير انقطاع، والتواصل من مصدر تواصل بمعنى الترابط في غير إنقطاع وهو ضد التحافي.<sup>3</sup>

**إصطلاحاً:** شبكات التواصل الاجتماعي هي مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الأنترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب 0.2 حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقاً لإهتماماتهم أو إنتمائاتهم (جامعة بلد صحافة شركة...) بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين ولتعرف على أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.<sup>4</sup>

وتعرف على أنها مواقع الكترونية تتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصياتهم أمام جمهور عريض أو محدد وفقاً لنظام معين يوضح قائمة بمجموعة من المستخدمين الذين يتشاركون معهم في

<sup>1</sup> أسماء حسين حافظ، تكنولوجيا الاتصال الاعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي والرقمي، الدار العربية، مصر، 2005، ص71.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص301.

<sup>3</sup> عصام نور الدين الوسيط: دار الكتب العلمية، لبنان، 2005، ص463.

<sup>4</sup> سعود صالح كاتب: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، السعودية، 15/13 ديسمبر 2011، ص09.

الإتصال، مع امكانية الإطلاع على صفحاتهم الخاصة أيضا والمعلومات المتاحة، علما أن طبيعة هذه الروابط تتنوع وتختلف من موقع لآخر.<sup>1</sup>

### التعريف الإجرائي:

الشبكات الإجتماعية هي نوع من المجتمع الافتراضي، في شكل مواقع تتيح لمستخدميها نشر معلوماتهم الشخصية في حسابات خاصة بهم وانشاء قوائم تضم حسابات أصدقائهم وأفراد عائلاتهم ومعارفهم والمشاركين كذلك في نفس الشبكة وتسمح بالتواصل بين الأفراد في بيئة افتراضية ومعرفة اخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، والبعض من هذه الشبكات عام يهدف الى التواصل العام، وتكوين الصداقات ومشاركة التطبيقات مثل الفاييس بوك.

**العلاقات الإجتماعية:** في معناها العام حالة الإرتباط بين شخصين او أكثر حول موضوع معين وتعد اهم العلاقات الإنسانية علاقة الفرد بنفسه وعلاقته بالآخرين.<sup>2</sup>

يمكن تعريف العلاقة الإجتماعية "بأنها السلوك الذي يصدر عن مجموعة من الناس الى المدى الذي يكون كل فعل من الافعال آخذا في إعتباره المعاني التي تنطوي عليها أفعال الآخرين. يعرفها ابراهيم عثمان على انها صورة من صور التفاعل الاجتماعي بين طرفين او اكثر بحيث تكون لدى كل طرف صورة عن الطرف الآخر والتي تؤثر سلبا أو ايجابا على حكم كل منها على الآخر ومن صور هذه العلاقات الصداقة والروابط الأسرية والقربة وزمالة العمل والمعارف والاصدقاء.<sup>3</sup>

**تعرف العلاقات الاجتماعية بأنها:** الروابط والآثار المتبادلة بين الأفراد في المجتمع، والتي تنشأ نتيجة إجتماعهم وتبادل مشاعرهم وإحتكاكهم ببعضهم البعض ومن تفاعلهم في بوتقة المجتمع. وتعتبر العلاقات الإجتماعية التي تتبلور بين الافراد في مجتمع ما بناء على تفاعلهم مع بعضهم البعض - بغض النظر عن كونها علاقات إيجابية أو سلبية- من أهم ضرورات الحياة.

<sup>1</sup> فيصل مظفر عبد الله القيصري: مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في الإعلام، رأي الصحفيين الاردنيين بمواقع التواصل الاجتماعي، كلية الاعلام، الشرق الاوسط، 2011، ص6.

<sup>2</sup> السيد عبد العاطي: علم اجتماع حضري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د س ن، ص329.

<sup>3</sup> معن خليل: البناء الإجتماعي أنساقه ونظمه، ط3، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 1999، ص76.

إجرائياً: هي العلاقة التي تقوم بين شخصين أو أكثر لتلبية حاجات إجتماعية أو عاطفية أو إقتصادية عبر موقع الفاييسبوك حيث يكون لهذه العلاقات نتائج وآثار سواء إيجابية أو سلبية.

الشباب: يوجد صعوبة في تحديد واضح لهذا المفهوم لاختلاف الكتاب والدارسين حول حدود مرحلة الشباب، فنجد هناك من يحدد هذه المرحلة من سن الخامس عشر وحتى سن الخامس والعشرين، وهناك البعض الآخر الذي يحدد هذه المرحلة من سن 13 سنة إلى 30 سنة، وهي المرحلة التي يكتمل فيها النضوج العضوي والعقلي للفرد.

ونقصد في دراستنا هذه بالشباب الفئة التي يزيد عمرها عن 20 سنة إلى 35 سنة فما فوق، والذين يدرسون طور الماجستير بقسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة المسيلة وهم من سيتم اعتمادهم كعينة لدراستنا.

الإستخدام: يعرفه يافيس فرونسوا لوكوياديك بأنه نشاط إجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحينما يصبح الإستعمال متكررا ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن الحديث إذن عن الإستخدام.<sup>1</sup> ونقصد بالإستخدام هنا عملية التصفح التي يقوم بها الفرد في موقع "الفايسبوك" وعادات وأنماط هذا التصفح. العادات: مفردتها عادة وهي سلوك إنساني وظاهرة فردية خاصة لها ضوابطها تتكون مع التعلم وتكرار الإستجابات، وتكرر في مواقف متشابهة، وجاء في المعجم العربي الأساسي (لاروس) العادة هي كل ما عاود فعله الشخص حتى صار يفعل من غير تفكير.<sup>2</sup>

الأنماط: جاء في المعجم العربي الأساسي (لاروس) النمط جمعه أنماط ونماط وهو طريقة أو جماعة من الناس أمرهم واحد وأسلوب الصنف أو النوع أو الطراز من الشيء.<sup>3</sup> ويعرفه علماء الاجتماع بأنه جزء من السلوك التفاعلي يتكرر بشكل غالب كتناول أفراد الأسرة ثلاث أكالات في اليوم أو نوم الأطفال واستيقاظهم في وقت محدد، فالنمط هو مجموعة من السلوك التفاعلي الذي يقوم به الفرد الذي يربط بين الأفراد ويجعلهم يتأثرون ببعضهم البعض أو يوحد بينهم شعور متبادل أو تأثير متبادل.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> أحمد عبدلي: مذكرة ماجستير، مستخدمو الأنترنت، جامعة الأمير عبد القادر، قسم الدعوة والإعلام، ص 64.

<sup>2</sup> مزيان نجية: مذكرة ماجستير، جمهور الجمهور القنوات الفضائية العربية دراسة مسحية لإستخدامات واشباكات المرأة الغير عاملة بالجزائر العاصمة، جامعة الجزائر، 2005، 2006، ص 14.

<sup>3</sup> مزيان نجية، المرجع السابق ذكره، ص 15.

<sup>4</sup> باديس لوتيس: مذكرة ماجستير، جمهور الطلبة الجامعيين والأنترنت، دراسة في استخدامات واشباكات طلبة جامعة منتوري، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2008، ص 10.

ونقصد بأنماط استخدام الشبكات الإجتماعية تفضيلات الطلبة لما يتصفحونه في الأنترنت وأساليب تعاملهم مع ما يفضلونه وما تتيحه هذه الوسيلة.

**الإشباع:** الإشباع هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع، وتدل الكلمة أيضا على الحال التي يتم فيها ذلك، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر. فالتراكم والتنبيه يولد إحساسا بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض للتنبيه كأنه لذة.<sup>1</sup> **الحاجة والرغبة:** جاء في موسوعة علم الاجتماع أن الحاجة حالة أو أمر يضع المرء في موقف صعب أو محنة، وفي زمن المصاعب والمتاعب بما يشعره بالعوز والرغبة إلى شيء ضروري.<sup>2</sup> وهناك فرق بين الحاجة والرغبة، فالرغبة هي الشعور بالميل نحو أشخاص أو أشياء معينة كـرغبة الطفل في تقبيل أمه مثلا، لا تنشأ من حالة نقص أو اضطراب كما هي الحاجة، بل تنشأ من تفكير الفرد فيها أو ذكره إياها، أو إدراكه لأشياء مرغوبة فالرغبة تستهدف التماس اللذة، بينما الحاجة تستهدف تجنب الألم.<sup>3</sup>

**العلاقات الافتراضية:** نقصد بها تلك العلاقات التي تنشأ بين مستخدمي الشبكات الاجتماعية، من خلال الاتصالات المتكررة التي تتحول إلى رابط اجتماعي، يمكن أن تتحول حتى إلى علاقة حقيقية في الواقع.<sup>4</sup> **الاتصال الوسيطي:** هو شكل من أشكال مشاركة ونقل الرسائل عن طريق وسيط بدلا من نقلها وجها لوجه.<sup>5</sup> ونقصد بالاتصال الوسيطي في هذه الدراسة الاتصال عن طريق مواقع الشبكات الاجتماعية وتحديدًا موقع الفايسبوك الذي يعتبر كوسيط لنقل الرسائل بين المتفاعلين في الفضاء الافتراضي.

<sup>1</sup> محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص74.

<sup>2</sup> ميشيل مان: موسوعة العلوم الاجتماعية، ترجمة: عادل مختار الهواري، سعد عبد العزيز مصلوح، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1999، ص483.

<sup>3</sup> محمد محمود بني يونس: سيكولوجية الدافعية والانفعالات، دار المسيرة، عمان، 2007، ص19.

<sup>4</sup> المرجع نفسه، ص17

<sup>5</sup> عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، 2008، ص32.

## 9. الدراسات السابقة:

لقد إعتمدنا لإنجاز هذا البحث على عدد من الدراسات التي لها ارتباط بإستخدام الشبكات الإجتماعية وتأثيراتها، ولو أن أغلبها لم تعالج تأثير الشبكات الإجتماعية على العلاقات الإجتماعية تحديدا بل تعرضت للموضوع بصورة أشمل وهو دراسة آثار الأنترنت عموما أو الشبكات الإجتماعية من حيث الإستخدام التأثيرات والإتجاهات.

## 1.9- الدراسات الأجنبية:

• الدراسة الأولى: أجراها Keith Hampton من جامعة بنسلفانيا لصالح مركز الأبحاث الأمريكي في 16 جوان 2011 بعنوان مواقع الشبكات الإجتماعية وحياتنا، الدراسة انطلقت من محاولة دراسة التأثير الإجتماعي لإستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية. حيث طرحت الإشكالية التالية:

"هل عزلت الشبكات الإجتماعية الأشخاص وقطعت علاقاتهم الإجتماعية؟ أم أنها ساعدت في ربطهم بآخرين؟"

وقد قرر كل من مركز الأبحاث للأنترنت دراسة الشبكات الإجتماعية من خلال مسح شامل لها وكيف إرتبط استخدامها بمفهوم الثقة، التسامح، الدعم الإجتماعي، التمتع والمشاركة السياسية، وكانت نتائج الدراسة ما يلي: من خلال العينة المدروسة تبين أن 79% من البالغين الأمريكيين يستخدمون الأنترنت وتقريبا نصف عددهم أي حوالي 47% من أصل 59% من مستخدمي الأنترنت يستخدمون على الأقل واحد من مواقع الشبكات الإجتماعية في 2008 والتي كانت حوالي 26% من أصل 34% من مستخدمي الأنترنت، أضف إلى ذلك أن متوسط عمر هؤلاء البالغين المستخدمين للأنترنت قد تغير من 33 سنة إلى 38 سنة في 2010، و 56% من المستخدمين هم إناث.

ومن خلال المسح اتضح ان الفاييسوك هو الشبكة الإجتماعية الأوسع استخداما حيث أن 92% من أفراد العينة يستخدمونه في حين يستخدم 29% موقع ماي سبايس، و 18% يستخدمون لينكدن، 13% يستخدمون موقع تويتر.

توصلت الدراسة إلى أن العلاقات الإجتماعية في أمريكا أصبحت أكثر حميمية مما كانت عليه من قبل عامين، وتوصلت إلى أن استخدام "الفايسبوك" ساعد بشكل كبير في إيجاد علاقات وثيقة بين الأفراد، وجزء صغير فقط من مستخدمي الفايسبوك في أمريكا لم يلتقوا بأصدقائهم في الفايسبوك من قبل.<sup>1</sup>

• الدراسة الثانية: قام بها كل من "Cathy Herisson" و "Mark Jrindeland" بعنوان أهمية الشبكات الإجتماعية وصلتها بالأبحاث المتعلقة بالمرأة، ونشرتها وكالة Shes و Multimedia Corp و Connected، الدراسة طالت عينة من النساء لمعرفة أسباب وطرق استخدامهن للشبكات الإجتماعية، وقد إنطلقت الدراسة من التساؤلات التالية :

"من هن النساء اللاتي تستخدمن الشبكات الإجتماعية؟ كيف تستخدم المرأة الشبكات الإجتماعية؟ ولماذا؟ وماهي أكثر خصائص الشبكات الإجتماعية أهمية بالنسبة لهن؟"

وكانت النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- تشارك أغلب النساء عينة الدراسة في موقع الفايسبوك بنسبة 83% يليه لينكدن ثم تويتر.
- أغلبية النساء 59% يدخلن لموقع الشبكات الإجتماعية مرتين في اليوم.
- 63% من النساء تتصلن بأصدقائهن في الشبكات الإجتماعية، 34% تشاركن في مجموعات لها علاقة بالتجارة، 17% مجتمعية، 13% لها علاقة بالهوايات، 83% لهن أكثر من 50 صديق في الشبكات الإجتماعية، 93% تعتقدن أن التحكم في إعداد الخصوصية من أهم خصائص الشبكات الإجتماعية بالنسبة لهن، في حين أن 86% تفضل منع بعض الأشخاص من الإتصال بهن، 72% وضع التعليقات، و 71% تفضلن دعوات الصداقة.
- تستخدم أغلبية النساء أفراد العينة الشبكات الإجتماعية منذ أكثر من سنتين بنسبة 55%.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Keith N. Hampton and al.(2011), **social networking sites and our lives**, Pew Research Center's Internet & American Life Project, [online]

<http://pewinternet.org/Reports/2011/Technology-and-social-networks.aspx>

<sup>2</sup> Mark Grindeland.Cathy Harisson,(2009). **the power of social networking for women research study**, ShesConnected Multimedia Corp,vol(1).

## 2.9 - الدراسات العربية:

• الدراسة الأولى: قام بها الدكتور حلمي خضر بعنوان تأثير الإتصال عبر الأنترنت (دراسة ميدانية في المجتمع القطري).

هدفت الدراسة إلى معرفة تأثيرات الإتصال عبر الأنترنت في العلاقات الإجتماعية في المجتمع القطري ومن أجل تحقيق هذا الهدف اختير (471) فردا من دولة قطر بطريقة عشوائية وزعت عليهم إستبانة تتألف من 21 سؤالا وأما متغيرات الدراسة فكانت : النوع الإجتماعي، العمر، المستوى التعليمي والوضع المهني، والوضع الإجتماعي، وعدد ساعات إستخدام الأنترنت في اليوم، فضلا عن سنوات الخبرة في الإستخدام، وقد توصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة من كلا الجنسين يستخدمون الأنترنت في حياتهم اليومية بنسب متفاوتة، لكن تأثير الأنترنت في الإناث كان أكثر من تأثيره في الذكور، كما تبين أيضا أن لمتغيري التعليم وعدد ساعات الإستخدام أثرا في هذا التأثير، وتبين أيضا أن الإتصال عبر الأنترنت ترك تأثيرا في إتصال أفراد العينة الشخصي المباشر مع أسرهم بنسبة 44.4%، وتأثيرا في اتصالحهم بأصدقائهم ومعارفهم بنسبة 43% كما تبين أن هناك قدرة للإتصال عبر الأنترنت في تكوين علاقات عاطفية قوية جعلت ما نسبته 28.8% منهم لا يمانع في فكرة الزواج عبر الأنترنت، وتوصلت الدراسة أيضا إلى وجود تأثير للأنترنت في نسق التفاعل الإجتماعي بين أفراد العينة وبين أقاربهم تمثل في تراجع زيارتهم لأقاربهم بنسبة 44.7% وتراجع نشاطهم الإجتماعية بنسبة 43.9%، ومن النتائج الأخرى التي توصلت إليها الدراسة قدرة الأنترنت على توسيع شبكات العلاقات الإجتماعية لأفراد العينة بنسبة 64.5%، ويشعر إستخدامها ما نسبته 40.3% منهم بالإغتراب عن مجتمعه المحلي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> حلمي خضر ساري: تأثير الأنترنت في العلاقات الإجتماعية "دراسة ميدانية في المجتمع القطري"، مجلة جامعة دمشق، دمشق، 2008، المجلد 24، العدد الأول والثاني، ص259.

• **الدراسة الثانية:** قامت بها نرمين خضر بعنوان الآثار النفسية والإجتماعية لإستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الإجتماعية "دراسة على مستخدمي موقع الفايسبوك في 2009".

أجريت على عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك من الشباب الجامعي بجامعة القاهرة والجامعة البريطانية، وكان الهدف الرئيسي للبحث هو التعرف على دوافع إستخدام الشباب لموقع الفايسبوك والأنشطة التي يمارسونها في هذا الموقع، وقد إعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المقارن ومنهج المسح الإجتماعي وأداة الإستبيان لجمع البيانات وقد توصلت الباحثة في دراستها إلى ما يلي:

- ✓ أن دافع التسلية والترفيه يأتي على رأس قائمة دوافع إستخدام طلاب الجامعة لموقع الفايسبوك.
- ✓ أن مشاهدة البومات الصور الخاصة بالأصدقاء تأتي على رأس قائمة الأنشطة التي يمارسها المبحوثين على موقع الفايسبوك بنسبة 87.5%.
- ✓ إتفق مجموع طلاب الجامعة المصرية والجامعة البريطانية ذكور وإناث على أن التفاعل الإجتماعي بين الأشخاص عبر موقع الفايسبوك يؤدي إلى تنمية المهارات الشخصية والخبرات الحياتية والتعامل مع الآخرين، ومن أهم مزايا الفايسبوك التواصل مع الأصدقاء ومواكبة ما يجري والتعرف على مزاج الأصدقاء وتحديث العلاقات بأصدقاء الماضي وإبداء الرأي الحر.<sup>1</sup>

### 3.9 - الدراسات المحلية:

• **الدراسة الأولى:** أجرتها مريم نريمان نومان بعنوان استخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وتأثيره على العلاقات الإجتماعية، دراسة على عينة من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة 2012/2011.

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية في العلاقات الإجتماعية من خلال دراسة عينة من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر ولقد تم الإعتماد على أداة الإستبيان لجمع البيانات من المبحوثين حيث تم تقسيم الإستمارة إلى ثلاث محاور: المحور الأول عادات وأنماط إستخدام موقع الفايسبوك لدى الجزائريين، والمحور الثاني: الدوافع والحاجات التي تكمن من وراء إستخدام الفايسبوك، والمحور الثالث تم الإعتماد فيه على مقياس ليكرت بعنوان الفايسبوك والعلاقات الإجتماعية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج

<sup>1</sup> نرمين خضر: مذكرة ماجستير، الآثار النفسية والإجتماعية لإستخدام الشباب المصري للشبكات الإجتماعية، دراسة حول مستخدمي الفايسبوك، جامعة القاهرة، مصر، 2009.

أهمها: أن النسبة الأكثر من المستخدمين تقضي وقتاً أكثر من ثلاث ساعات في استخدام الفايسبوك، أغلبهم يفضلون بالدرجة الأولى خدمات التعليقات والردود، ويستخدم أغلبهم الفايسبوك بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب الترفيه. وقد بينت نتائج الدراسات فروقاً ذات دلالة إحصائية بين استخدام الفايسبوك. وأظهرت الدراسة أن استخدام هذا الموقع يؤثر في الإتصال الشخصي وجهاً لوجه، وفي تفاعل المستخدمين مع أسرهم وأهلهم وأقاربهم وأصدقائهم، كما يؤدي إلى الإنسحاب الملحوظ للأفراد من التفاعل الاجتماعي.<sup>1</sup>

• **الدراسة الثانية:** أجرتها قوام جويده بعنوان أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية، دراسة على عينة من طلبة الإعلام بجامعة المسيلة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال، سنة 2014-2015.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على العلاقات بين الطلبة. وقد توصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها أن معظم الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بهدف التواصل مع الأهل والأصدقاء كما بينت هذه الدراسة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الإتصال المواجهي للأفراد، وانعكاس ذلك على العلاقات الأسرية.<sup>2</sup>

#### 4.9 - تعقيب على الدراسات السابقة:

ما من شك أن الدراسات السابقة لها مساهمة علمية ونتائج مهمة وجب الوقوف عندها لإعطاء البحث بعده التأصيلي النظري وكذا الإنطلاق من تراكم معرفي يساعدنا في بناء وإستكمال دراستنا: تميزت **الدراسات الأجنبية** بالأهمية البالغة، حيث إهتمت الأولى بدراسة تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية، في حين سلطت الدراسة الثانية الضوء على استخدام المرأة للشبكات الاجتماعية دون دراسة التأثير، غير أن الملاحظ هو أن الدراسة الأولى توصلت إليها دراسات أخرى فيما يتعلق بتأثير الشبكات الاجتماعية أو الإتصال عبر الأنترنت عموماً في العلاقات الاجتماعية، حيث كشفت أن استخدام الفايسبوك ساعد بشكل كبير في إيجاد علاقات وثيقة بين الأفراد، وتبدو هذه النتيجة منطقية عندما ندرك بأن أغلبية أصدقاء الباحثين لهم أصدقاء في الواقع قبل الفايسبوك وجزء صغير فقط منهم لا يعرفون المتواصلين معهم عبر الموقع، وقد ساعدتنا

<sup>1</sup> مريم نزيان نومار: مذكرة ماجستير، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012.

<sup>2</sup> قوام جويده: أثر استخدام الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2014-2015.

هاتين الدراستين بشكل كبير في صياغة أسئلة الإستبيان لكونهما تدرسان الإستخدام والتأثير خاصة الدراسة الأولى التي هي أقرب إلى دراستنا موضوعا ومنهجيا.

أما الدراسات العربية فلقد إهتمت الأولى بدراسة تأثير الإتصال عبر الأنترنت عموما في العلاقات الإجتماعية في حين إهتمت الثانية بدراسة الآثار النفسية والإجتماعية وركزت على دوافع الإستخدام، وكلتا الدراستين ذات أهمية بالغة، إعتدنا عليهما في تحديد منهج الدراسة وبالتالي زاد اطمئناننا أكثر لصحة إختيارنا للمنهج، كما استفدنا منها لتدعيم أسئلة الإستبيان. لكن ما تجدر الإشارة إليه هو أنه من الصعب إسقاط نتائج هذه الدراسة الأجنبية والعربية على البيئة الجزائرية والمستخدم الجزائري لكونهما يتميزان بخصائص وظروف مغايرة. لكن على الرغم من ذلك إلا أنها ساعدتنا كثيرا في جانبها المنهجي والنظري مع مراعاتنا لكل مجتمع طبيعته وخصائصه. أما الدراسة المحلية فهي لا تقل أهمية عن نظيرتها الأجنبية والعربية في مجال دراسة تأثير الأنترنت، حيث تناولت الدراسة الأولى والثانية تأثير استخدام الشبكات الإجتماعية على العلاقات الإجتماعية على مستخدمي الفايسبوك لدى عينة من الشباب الجزائري. والثانية حيث بينت الأولى أن إستخدام الشبكات الإجتماعية له تأثير على الإتصال المواعهي وعلى التفاعل الإجتماعي، في حين بينت الثانية خطورة إدمان الطلبة الجامعيين على موقع "الفايسبوك" وإنعكاس ذلك على العلاقات الإجتماعية والأسرية لهؤلاء.

منهجيا يمكن القول أن الدراستين كانتا واضحتا الأهداف، مما أدى إلى الوصول إلى نتائج واضحة بإستخدام منهج واضح هو المسح بالعينة، ساعدتنا الدراستين في الجانب المنهجي كما إعتدنا عليها في الجانب النظري حيث أرشدتنا إلى مصادر المعلومات، بالإضافة إلى أنها ساعدتنا في إنجاز الإستبيان لتناسبهما مع مجتمع البحث وهو المستخدم الجزائري للشبكات الإجتماعية.

## II. الإطار النظري للدراسة:

حتى لا نطلق من فراغ في دراستنا هذه نعتقد أنه من الأنسب لنا أن نستند على نظرية محددة، الأمر الذي من شأنه أن يقدم نسبيًا صفة العمق والشمول لدراستنا، وذلك من خلال الاستفادة من التراكم المعرفي ومن ثم توجيه مسارنا في العمل التطبيقي من خلال تحديد التساؤلات والفرضيات تحديداً واضحاً انطلاقاً من التراكم المعرفي الحاصل، ونظراً إلى أن موضوعنا حول استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية فإننا رأينا أنه من الأنسب أن نستند على نظرية الاستخدامات والإشباع أملاً في الوصول إلى نتائج أكثر شمولاً وخدمة للموضوع.

## 1. مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات وفروضها:

نظرية الاستخدامات والإشباعات هي النظرية التي تهتم بدراسة الإتصال الجماهيري دراسة وظيفة منظمة. وتنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في إنتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام، خلافاً لنظريات المبكرة: مثل نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية التي ترى أن الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة، وتتصرف بناءً على نسق واحد. فأسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية.<sup>1</sup> وتهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الإتصال الجماهيري دراسة وظيفة منظمة، فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك الفردي المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام. وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في إنتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام.<sup>2</sup>

فلم يعد السؤال المطروح: ماذا يفعل الإعلام بالجماهير؟ بل ماذا يفعل الجمهور بالإعلام؟ ولماذا يستخدم الجمهور الوسائل الإعلامية؟ وماهي الإشباعات التي يحققها؟ وتنطوي هذه الأسئلة على إنتقال موضوع التأثير من مضمون المادة الإعلامية فحسب السياق الإتصالي برمته، فمنبع الإشباعات التي يحصل عليها المتلقي من الإعلام الجماهيري، قد يتعلق بالمضمون الخاص للرسالة أو بالتعرض للوسيلة الإعلامية بحد ذاتها أو بالوضعية الاتصالية

<sup>1</sup> محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص584.

<sup>2</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط5، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص239.

الخاصة المرتبطة بوسيلة إعلامية ما.<sup>1</sup> حيث تستند نظرية الاستخدامات والإشباع على الطرق التي يختارها المستخدمون بنشاط لتلبية حاجاتهم الخاصة، فهذه النظرية لا ترى المستخدمين كمستهلكين سلبيين تسيطر الصناعة الإعلامية على سلوكياتهم ولكنها ترى بأنهم مسؤولون عن إختيار لأي إعلام يستخدمون وكيف يستخدمونه.

## 2. تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في الإتصال الرقمي:

مع التطورات التي تشهدها شبكة الأنترنت لم تستطع العديد من النظريات التأثير ومواكبة هذه التغيرات وهذا ما جعل نظرية الاستخدامات والإشباع تنصدر العديد من البحوث التي تدرس إستخدام الأنترنت، والتي يأتي في مقدمتها، إستخدام الإتصال الرقمي بإعتبار أن الدخول للشبكة هو أحد بدائل الإستخدام التي يختار الفرد من بينها لتلبية حاجاته وذلك لسهولة تطبيق الفروض الخاصة لنظرية الاستخدامات والإشباع في هذه البحوث والدراسات، غير أن تطبيق هذه النظرية في بحوث الإتصال الرقمي يتطلب مراعاة عدد من النقاط الأساسية التي نوجزها في ما يلي:<sup>2</sup>

- إذا كانت فروض النظرية تشير إلى نشاط جمهور وسائل الإعلام والإستخدام الوجه لتحقيق أهداف معينة فإن جمهور مستخدمي الشبكة أكثر نشاطا ومشاركة في العملية الإتصالية بتأثير التفاعلية التي يتميز بها الإتصال الرقمي، ويتمثل إستخدام شبكة الأنترنت في الإتجاهين التاليين الأول هو الإتصال بالغير من خلال الوسائل المتاحة عبر الشبكة سواء كان المستخدم مرسلا أو مستقبلا، والثاني هو التجول بين المواقع المتعددة لتلبية الحاجات المستهدفة والتي يتصدرها الحاجات المعرفية بالإضافة إلى التسلية والترفيه أو الحاجة إلى الإعلان والتسويق.
- لا تعتبر شدة الإستخدام بصفة عامة دليلا على إشباع الحاجات، حيث أن التجول بين المواقع المختلفة سمة من سمات إستخدام شبكة الأنترنت ولذلك يفضل البحث في عادات الإستخدام والانماط السلوكية له.
- يفرض إستخدام شبكة الأنترنت والتجول بين مواقعها دراسة مشكلات الإستخدام وقدرة المستخدم على تجاوزها للدلالة على قوة الإستخدام والإرتباط بهذه المواقع ومحتواها أو وظائفها، كما يجب وضع في عين الإعتبار المعايير المختلفة للإستخدام وخصائص العادات ومستوياتها نظرا لأن هناك فجوة في الفئات الإجتماعية المختلفة في إستخدام الأنترنت.

<sup>1</sup> فريال مهنا : علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2002، ص155.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد : الإتصال والإعلام على شبكة الأنترنت، عالم الكتب، مصر، 2008، ص254.

- ومن جانب آخر يفترض مراعاة العلاقة بين الاستخدام وإشباع الحاجات وكذا يجب علينا أن نفرق في قياس شدة الاستخدام بين الإستغراق في المحتوى والإستغراق في التجول، ويجب ان نضع في عين الإعتبار الحاجات المتجددة التي اثناء التجول والاخرى الدافعة إلى دخول مواقع الشبكة وإستخداماتها.

**3. تطبيق الإستخدامات والإشباعات في دراسات إستخدامات الشبكات الإجتماعية على الأنترنت**  
لقد أصبحت نظرية الاستخدامات والإشباعات تستخدم بشكل واسع باعتبارها الأكثر ملاءمة لدراسة إستخدام الأنترنت، وحسب رايس و ويليامز Williams Rice فإن الإعلام الجديد يعتبر ساحة خصبة لإختبار العديد من النظريات والنماذج ومنها نظرية الإستخدامات والإشباعات، وبالإضافة إلى رايس وويليامز مقالات ويلمز ستورفر وقرانت بين 1994 وديسمبر 1996، أشارت إلى مدى ملائمة بحوث الإستخدامات لبحوث الإعلام الجديد ويقترح Newahagen Rafaeli أن نظرية الإستخدامات والإشباعات ستكون صالحة للإستخدام خاصة في ظل تحولية الأنترنت.

توقع رو جيرو (Ruggiero (2000 من خلال عدد من البحوث أن الأنترنت ستساهم في العديد من التحولات، مما يؤدي على تغيرات عميقة في عادات مستخدمي وسائل الإعلام إلى جانب الادوار الشخصية والإجتماعية. ومع التحول السريع في هذه العادات والأدوار خاصة كان مع رو جيرو كل حق في توقعاته. حيث أن التفاعل الشخصي مع الأصدقاء والعائلة والإتصال المهني مع تحول من العالم الفيزيائي إلى كيان على الأنترنت نظرا لازدياد شعبية مواقع الشبكات الإجتماعية مثل "فيسبوك"، "ماي سبايس"، "يوتيوب"، "تويتر" وغيرها من مواقع التدوين وحسب Bonds Rack فإن الشبكات الإجتماعية هي أماكن إفتراضية تلي حاجات مجموعة محددة من الأشخاص وبالتالي خلق مجتمع كثيرون فيه غير قادرين على إيجاد حاجاتهم خارج بيئة الأنترنت.<sup>1</sup> ويعتبر تطبيق نظرية الإستخدامات والإشباعات اليوم في دراسات مواقع الشبكات الإجتماعية ذو أهمية بالغة، حيث وبعد استعراض الأدبيات السابقة تم التوصل إلى أكثر العوامل لفتا بالنسبة لنظرية الإستخدامات والإشباعات والتي لها علاقة مع الشبكات حيث وجد Park وآخرون (2009) أن عوامل الإستخدام والإشباع الرئيسية الخاصة بمواقع الشبكات الإجتماعية هي : خلق صداقات، التسلية، التعريف بالذات، الحصول على المعلومات، في حين وجد Estain La rose (2004) عوامل أخرى تتمثل في: البحث عن المعلومات، التسلية والترفيه، إلى جانب الحاجات الإجتماعية وهي الأكثر إنتشارا.

<sup>1</sup> حنان بنت شعشوع الشهري: مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماجستير في علم الاجتماع، أثر إستخدام الفاييسوك وتويتر على العلاقات الإجتماعية، 2007 - 2008، ص21.

الإشباع الاجتماعي : تعتبر الاستخدامات الاجتماعية في الشبكات الاجتماعية من أهم الاستخدامات المتعلقة بتطبيق الاستخدامات والإشباع، فأغلبية الأشخاص الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية يميلون إلى التعرف على أشخاص جدد وكذا الحفاظ على علاقاتهم السابقة وكذا خلق الشعور بالانتماء إلى المجتمع.

ولقد توصلت في هذا الصدد دراسة "2008 Raacke and Bonds-Raacke" إلى أن 96% من مستخدمي الشبكات الاجتماعية، يستخدمونها ليقوا على إتصال بأصدقائهم القدامى. و 91.1% للحفاظ على العلاقات القائمة، في حين أن 56.4% للتعرف على أصدقاء جدد.

ولقد كشفت العديد من الدراسات التي لها علاقة بالإستخدامات والإشباع بأن مستخدمو "الفايسبوك" يستخدمونه لتحقيق إشباع اجتماعية بالدرجة الأولى وذلك للحفاظ على العلاقات القائمة والتعرف على أصدقاء جدد، ويميل المستخدمون إلى إستخدام الشبكات الاجتماعية إجتماعيا نظرا للتفاعلية اللامحدودة التي توفرها حيث يمكن من خلال موقع تويتر مثلا أو الفايسبوك إرسال وتلقي الرسائل والمستجدات وتحديثات الأخبار العاجلة من رسائل التبليغ والمعروفة بإسم تويتس tweets، من خلال الهاتف أو البريد الإلكتروني أو موقع الأنترنت، فالتفاعلية تخصص لصاحب الحساب أو للمشاركين معه على موقعه صفحة تستعرض آخر المستجدات، كما يمكن إختيار الحصول عليها عبر الهاتف من خلال الرسائل القصيرة SMS أو من خلال رسالة بريد إلكتروني، كما يمكن أيضا الحصول عليها عن طريق "الفايسبوك".

**التعريف بالذات :** توصلت الدراسة التي قام بها بارك وآخرون (2009) إلى أن عديد المتتمين إلى مجموعات فايسبوكية يستخدمونها لتقديم أنفسهم وتطوير علاقاتهم المهنية ومن بين الإشباعات المحتملة الخاصة بالحفاظ على شخصية الفرد في الأنترنت والتي تتكامل مع شخصيته في الأنترنت والتي تتكامل مع شخصيته الواقعية هو مقدار الكشف الذاتي التي تتيحه الشبكات الاجتماعية لمستخدميها والذي يمكنه من الإتصال<sup>1</sup>.

تويقترح Tufecki عددا من العوامل التي تساعد الشخص في تقديم نفسه عبر الشبكات الاجتماعية والتي تتمثل في الصداقات والعلاقات الاجتماعية، مكان الإقامة وغيرها.

**الحصول على معلومات :** العديد من مستخدمي الشبكات الاجتماعية يرون أنه من بين أهم الإشباعات المحققة أيضا هي الحصول على المعلومات المخصصة لهم عبر الشبكات الاجتماعية، وحسب بارك وآخرون فإن

<sup>1</sup> وليد رشاد ركي: نظرية الشبكات الاجتماعية من الإيديولوجيا إلى الميثودولوجيا، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، 2012، ص 29

مستخدمو "الفايسبوك" يلتمسون الحصول على معلومات الأحداث داخل وخارج الجامعة، والقضايا السياسية والميدانية.

وحسب الدراسة التي قام بها كل من Ancu Cozma (2009) بتطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في الإشباع السياسية لمستخدمي الشبكات الاجتماعية حيث ركز الباحثين على المعلومات، الترفيه والتفاعل الاجتماعي وقد توصل Ancu Cozma انه من خلال السعي للحصول على المعلومات السياسية فإن موقع "ماي سبايس" 67% من مستخدميهم اختاروا الشبكات الاجتماعية لأنها تمكنهم من التفاعل الاجتماعي مع مرشحيهم المختارين للرئاسة ومع أنصار المرشحين والسياسيين الأخرى، وإلى جانب هذه الاستخدامات تتعدد استخدامات الشبكات الاجتماعية أيضا بين استخدامات معرفية مثلا : النقاش، التعاون، وغيرها. وأيضا الاستخدامات الإعلامية مثل: إجراء استطلاعات الرأي وقياس الاتجاهات، متابعة البحث الحي للمؤتمرات والندوات المباشرة..إلخ.

لقد إنتقدت نظرية الاستخدامات والإشباع في الماضي نظرا للطبيعة الفردية للنموذج، ويتفق الباحثون أيضا على أنه من البديهيات المعروفة ومن خلال التجارب الشخصية للأفراد ان جمهور وسائل الإعلام يسعى لإشباع حاجات ورغبات معينة من تعرضه لوسائل الإعلام وإستخداماته المختلفة لها. ولكن هذه المسألة أفرزت بحوثا معقدة ومتداخلة في الافكار النظرية المتعلقة بها والمتغيرات البحثية المتنوعة التي لا بد من معرفتها، وبحث أوجه العلاقة لبلورة الرؤية حول الأسباب والدوافع التي تحققها، ولذلك تعتبر بحوث الاستخدامات والإشباع من البحوث المعقدة لأنها تنطلق من فرضيات لا تشمل إستخدام الأفراد للوسائل فقط، ولكن أيضا سلوكهم في علاقاتهم بهذه الوسائل وكذلك إتجاهاتهم نحوها من حيث قدرتها على إشباع حاجياتهم.<sup>1</sup>

ومع ذلك فمن الممكن إستخدام أشكال الإعلام الجديد ممثلة في الشبكات الاجتماعية على سبيل المثال، يمكن إثبات دراسات الاستخدامات والإشباع مرة أخرى، وإصدار أحكام نظرية جديدة تتماشى مع تطورات الإعلام المتسارعة. إن تزايد مستخدمي الأنترنت الذين يتجهون يوما بعد يوم لهذه المواقع يجعلنا نوقن تماما أنه ما يزال هناك الكثير لبحثه فيما يتعلق في دراسة العلاقة بين نظرية الاستخدامات والإشباع ومواقع الشبكات الاجتماعية.

<sup>1</sup> محمد بن سعود البشر: قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، بحث منشور في المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، العدد 83، 2003، ص41.

# الفصل الثاني مواقع الشبكات

## الإجتماعية وإستخداماتها

- I. ماهية الشبكات الإجتماعية.
- II. أهم مواقع الشبكات الإجتماعية.
- III. إستخدام الشبكات الإجتماعية والقضايا التي تثيرها.

## تمهيد:

مما لا شك فيه أن التطور الهائل في تكنولوجيا الإتصال غير أنماط كثيرة في حياة الناس بعد مساهمة هذه الأخيرة في العديد من القضايا التي ترتبط حتى بالعلاقات الإنسانية، فتكنولوجيا الأنترنت مثلا بلغت درجة متقدمة من التطور فبرز الجيل الثاني من الأنترنت الذي قلب الكثير من المفاهيم وأتاح عدیدا من الخدمات من خلال وسائله المتنوعة التي تأتي في مقدمتها مواقع الشبكات الاجتماعية عبر الأنترنت. 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 الإهتمام 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 "ماي سبايس"، "فيسبوك"، "لينكدن"، "تويتر"... وغيرها. وتجدد 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 إختلاف الباحثين.

**I. ماهية الشبكات الاجتماعية:**

إن مفهوم مواقع الشبكات الاجتماعية من أبرز المفاهيم المرتبطة بالأنترنت وما يعرف بالمجتمع الافتراضي والتي ذاع صوتها في السنوات الأخيرة، وهذا ما نلاحظه من خلال تزايد عدد مستخدميها بشكل كبير يوما بعد يوم الأمر الذي لفت انتباهنا هو التطور المذهل والسريع لهذه المواقع لدرجة إختلاف الباحثين والمفكرين في تحديد المفاهيم الأساسية لها وهذا ما سنحاول التعرض له.

**1- تعريف مواقع الشبكات الاجتماعية:**

شهدت مواقع الشبكات الاجتماعية على الأنترنت إنتشارا واسعا خلال السنوات الأخيرة وتعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الإشباعات ، ويأتي في مقدمتها موقع "فيسبوك" ، "ماي سبايس" ، "لينكدن" ، "تويتر" ، وغيرها.

وتتعدد تعريفات مواقع الشبكات الاجتماعية وتختلف من باحث إلى آخر حيث يعرفها بالاس 2006 على أنها: برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الأنترنت ، أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض للعديد من الأسباب المتنوعة ، وبالمثل يعرف بريس ومالوني كريس مار مواقع الشبكات الاجتماعية على أنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عددا من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، 2008، ص17.

وتعرف أيضا على أنها "مواقع إلكترونية تتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم أمام جمهور عريض أو محدد وفقا لنظام معين يوضح قائمة مجموعة من المستخدمين الذين يتشاركون معهم في الإتصال ، مع إمكانية الإطلاع على صفحاتهم الخاصة أيضا والمعلومات المتاحة ، علما أن طبيعة وتسمية هذه الروابط تختلف وتتنوع من موقع إلى آخر".

وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي أيضا على أنها مواقع إلكترونية تسمح للأفراد بالتعريف بأنفسهم والمشاركة في شبكات إجتماعية من خلالها يقومون بإنشاء علاقات إجتماعية، حيث تتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة مثل صداقات أعمال مشتركة أو تبادل معلومات وغيرها ، وتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال إستمرار تفاعل الاعضاء فيما بينهم.<sup>1</sup>

وكذلك عرفت الشبكات الإجتماعية بأنها مواقع على شبكة الأنترنت ، ظهرت مع الجيل الثاني للويب 0.2 تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي ، يجمع بين أفرادها إهتمام مشترك أو شبه إنتماء (بلد ، جامعة ، مدرسة ، شركة) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل ، أو الإطلاع على الملفات الشخصية ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض ، وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد ، سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع أو أصدقاء نعرفهم من خلال السياقات الافتراضية. وحسب بيود وايلسون 2007 مواقع الشبكات الإجتماعية هي خدمات عبر شبكات الأنترنت تسمح للأفراد بـ :

- ✓ بناء شخصية عامة من خلال نظام محدد.
- ✓ توضيح لائحة خاصة بالمستخدمين الذين يشاركونهم الإتصال.
- ✓ عرض وإختيار قائمة الإتصالات الخاصة بهم ، والقوائم الخاصة بالآخرين خلال نفس النظام.<sup>2</sup>

وبناء على ما سبق ذكره من تعريفات ، جاء تعريفنا الإجرائي للشبكات الإجتماعية كما يلي :

**التعريف الإجرائي :** مواقع الشبكات الإجتماعية هي مجموعة من المواقع التي تتيح للأفراد التواصل في مجتمع افتراضي يعرفون فيه بأنفسهم ويتبادلون فيها الإهتمام ، يقوم الأفراد من خلال هذه المواقع بنشر عدد من الصور والمواضيع والفيديوهات، وغيرها من النشاطات التي يستقبلون عليها تعليقات من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات، ويملكون روابط مشتركة.

<sup>1</sup> -Dr Abdulsalam Zidan – **Networks & The Internet** [www. drzidan.com](http://www.drzidan.com)

<sup>2</sup> - Wikipedia. Scince 2.0 – Wikipedia, The Free Encyclopedia.2021. 10 Mar. 2012. Available at : <[http://en.wikipedia.org/wiki/Science\\_2.0](http://en.wikipedia.org/wiki/Science_2.0)>

وتتيح هذه المواقع العديد من الخدمات التي تختلف من موقع إلى آخر نوجزها في النقاط التالية:

- ✓ **الملفات الشخصية أو صفحات الويب:** وهي ملفات يقدم فيها الفرد بياناته الأساسية مثل: الإسم، السن، تاريخ الميلاد، البلاد، الإهتمامات، والصور الشخصية. ويعد الملف الشخصي بوابة الوصول إلى الشخص.
- ✓ **الأصدقاء أو العلاقات:** وهي خدمة تمكن الفرد من الإتصال بالأصدقاء الذين يعرفونهم في الواقع، أو الذين يشاركونه الإهتمام نفسه في الواقع الافتراضي. وتمتد علاقة الشخص ليس فقط مع أصدقائه، بل تتيح الشبكات الإجتماعية فرصة للتعرف مع أصدقاء الأصدقاء بعد موافقة الطرفين.
- ✓ **إرسال الرسائل:** تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواء إلى الأشخاص الذين في قائمة الشخص، أو غير الموجودين في القائمة.
- ✓ **ألبومات الصور:** تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات، ورفع مئات الصور وإتاحة المشاركات لهذه الصور للإطلاع عليها وتحويلها أيضا.
- ✓ **المجموعات:** تتيح مواقع الشبكات الإجتماعية فرص تكوين مجموعات لأهداف محددة، ويوفر موقع الشبكات المؤسس لمجموعة المنتمين أو المهتمين بها بمساحة من الحرية أشبه بمتمدى حوار مصغر كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء وكذا دعوة الأعضاء لتلك المجموعات ، ومعرفة عدد الحاضرين وأعداد غير الحاضرين.
- ✓ **الصفحات:** تم إستخدام هذه الخدمة على المستوى التجاري بشكل فعال حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرص عرض السلع أو المنتجات للفئات التي يحددها.<sup>1</sup>

## 2- نشأة الشبكات الإجتماعية وتطورها:

عند الحديث عن نشأة وتطور الشبكات الإجتماعية تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين، الأولى: هي مرحلة الجيل الأول للويب 0.1 والمرحلة الثانية هي الجيل الثاني للإنترنت الويب 0.2. غير أن أكثر مواقع الشبكات الإجتماعية جماهيرية ظهرت خلال المرحلة الثانية.

\***المرحلة الأولى:** يشير الويب 0.1 إلى شبكة المعلومات الموجهة الأولى التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جدا من المستخدمين. تتكون أساسا من صفحات ويب ثابتة وتتيح مجالا صغيرا للتفاعل، ويمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الإجتماعية وهي المرحلة الأولى التي ظهرت مع الجيل الأول للويب 0.1 ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة شبكة موقع-سيكس دقريس الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم وإدراج أصدقائهم وقد أخفق هذا الموقع عام 2000، ومن المواقع التأسيسية للشبكات الإجتماعية أيضا موقع "كلاس مايت" الذي ظهر في منتصف التسعينات، وكان الغرض منه الربط بين

<sup>1</sup> وليد شاكر زكي: مرجع سبق ذكره، ص3.

زملاء الدراسة. شهدت هذه المرحلة أيضا إنشاء مواقع شهيرة أخرى مثل موقع "لايف جورنال" وموقع "كايورلد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999 وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحا على مؤسسها ولم يكتب لكثير منها البقاء.

\***المرحلة الثانية:** يشير الويب 0.2 إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات ، مواقع المشاركة ، الوسائط المتعددة وغيرها...) إهتمت بتطوير المجتمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والإندماج، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكات الأنترنت وتعتبر مرحلة إكمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بإنطلاق موقع ماي سبايس وهو الموقع الأمريكي الشهير، ثم SixDegrees.com أول موقع جمع بين كل هذه الملامح والخصائص ولقد روج هذا الموقع لنفسه كأداة تساعد الناس في التواصل وإرسال الرسائل للآخرين، لكن في الوقت التي إستطاعت هذه الخدمة أن تجذب الملايين من المستخدمين إلا أنها فشلت في أن تبقى دائمة حيث تم إيقاف الخدمة عام 2000 ويرى مؤسسو هذا الموقع أنه كان في الصدارة آنذاك خاصة مع بداية إرتفاع عدد مستخدمي الأنترنت في العالم.

ومن 1997 إلى سنة 2001 بدأت هذه الأدوار الاجتماعية تتزايد بأشكال متعددة وتركيبات متنوعة فيما يتعلق بالصفحات الشخصية مع التوضيح العلني لقائمة الأصدقاء فظهر MiGente و Black Planet و Asian Avenue التي تسمح للمستخدمين بحلق صفحات شخصية ومهنية تحدد هوية الأصدقاء دون البحث عن الموافقة من خلال الإتصالات، ومن خلال journal Live إستطاع الأشخاص تعيين البعض كأصدقاء لأجل متابعة مجالاتهم وتسيير المحيط الخاص، وبعد ذلك ظهر العالم الافتراضي الكوري Cyworld في 1999 وجسد ملامح مواقع الشبكات الاجتماعية عام 2001 حيث تضمن قوائم الأصدقاء وخدمة تدوين المذكرات وغيرها أما الموجة الثانية فكانت مع إطلاق Ryze.Com عام 2001. لأجل مساعدة الأشخاص في زيادة فعالية الشبكات التجارية. وتوالت بعد ذلك الشبكات الاجتماعية في الظهور حيث ظهر Facebook، Twitter، Myspace وغيرها من المواقع، لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع والتطور.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> وحيد قدورة : الإتصال العلمي والوصول الحر للمعلومات العلمية ، الباحثون والمكتبات الجامعية العربية ، المنظمة العربية للترفيه والثقافة والعلوم، تونس، 2002 ، ص17.

## 3- خصائص الشبكات الاجتماعية:

تتميز الشبكات الاجتماعية بعدد من الخصائص التي تجعلها تتميز عن بقية التطبيقات والمواقع في شبكة الأنترنت، الأمر الذي ساهم في رفع أسهم هذه المواقع بالنسبة للمستخدمين ورغم تنوع هذه الخصائص من موقع إلى آخر إلا أنها تشترك مع بعض في عدد من الخصائص نوردتها كالتالي:

- **التعريف بالذات:** الخطوة الأولى للدخول إلى الشبكات الاجتماعية هي إنشاء صفحة معلومات شخصية وهي الصفحة التي يضعها المستخدم وتطورها، ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النص، الصورة، الموسيقى الفيديوهات وغيرها من الوظائف الأخرى، كما تسمح مواقع الشبكات الاجتماعية للأشخاص بتعبئة وتنظيم علاقاتهم الاجتماعية وصفحاتهم الشخصية بالطريقة التي يحب أصحابها رؤيتها.
- **طرق جديدة لتكوين المجتمع:** تسمح الشبكات الاجتماعية للأشخاص بخلق صداقات مع أصدقاء يبادلونهم الإهتمام والمحتوى، وبالتالي فهي تساهم بشكل فعال في تجسيد مفهوم المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الأنترنت غير أن الشبكات الاجتماعية دعمت طرق جديدة للإتصال بين الناس، فمستخدمي هذه المواقع يجيرون في الإتصال بين مختلف الأساليب الرقمية مثل الوسم والتطبيقات المدججة في مواقع الشبكات كما بإمكان الأشخاص الإنضمام إلى مجموعات قراء الكتب للتواصل حول الكتب التي أحبوها... وغيرها من الخدمات.
- **سهولة الإستخدام:** من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في إنتشار الشبكات الاجتماعية هي بساطتها لذا فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الأنترنت يمكنه خلق وتسيير موقع شبكة إجتماعية، فمن قبل كان بإمكان الأشخاص الحصول على تواجد عبر الشبكة من خلال الحصول على صفحات شخصية ولكن المشكل كان صعوبة خلق هذه الصفحات وتطويرها وإستضافة الموقع غالبا ما يتحمل التكاليف. في حين أن الشبكات الاجتماعية مجانية ومفتوحة أمام الجميع فأغلبيتها تتيح للأشخاص التسجيل فيها في الوقت الذي يتم التسجيل في مواقع أخرى من خلال إرسال دعوة من طرف أعضاء سابقين في الموقع.
- **التفاعلية:** لقد سعت مواقع الشبكات الاجتماعية منذ بداية ظهورها إلى تجسيد التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور.
- **الإهتمام:** هي شبكات تبنى من خلال مصلحة مشتركة مثل الألعاب، الموسيقى، سوق المال، السياسة، الصحة والشؤون الخارجية وغيرها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> أمينة عادل سليمان السيد، هبة محمد خليفة عبد العال : الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبي ، بحث مقدم للجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات، مصر، 2009، ص13.

ومن بين خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية أيضا:

- ❖ تشتمل هذه الشبكات على مجموعة غير متوقعة من المشاركين.
- ❖ يتبادل الأعضاء عددا غير منظم من المعلومات.
- ❖ كل الأعضاء يعملون على تطوير الحاجة إلى المعلومات.

وبسبب الطبيعة الديناميكية للشبكات الاجتماعية على الأنترنت إستطاعت هذه المواقع أن تحافظ على تطور المشتركين وكذا محتوى المعلومات. إن أخذ كل هذه الخصائص يجعلنا نلاحظ التغير الكبير في إستخدام الأشخاص للأنترنت وطريقة تنظيم اتصالاتهم الشخصية وفقا للبيئة الاجتماعية المختلفة، ويبدو جليا أن الشبكات الاجتماعية أثرت بشكل كبير أدت إلى تشكيل طريق جديد للإتصال الشخصي وكذا كيفية تسيير الإتصالات الاجتماعية.<sup>1</sup>

## II. أهم مواقع الشبكات الاجتماعية:

منذ الظهور الأول لمواقع الشبكات الاجتماعية تعددت وتنوعت بين شبكات شخصية وعامة تطمح لتحقيق أهداف محددة "تجارية مثلا" ومنذ بداياتها اختلفت المواقع التي تصدر القائمة بين سنة وأخرى فتاريخيا كان لموقع "السيكس دقريز" أهمية كبيرة وصدى واسع مع بداياته وكذلك موقع "أو ماي نيوز" وغيرها، ومع تطور الشبكات الاجتماعية أصبح تصنيفها يأتي بالنسبة للجماهيرية، حيث تصدر القائمة عدد من الشبكات وهي "فيسبوك"، "تويتر"، "يوتيوب"، "فليكر" و"لينكدن" وهي المواقع التي ستحدث عنها باعتبارها من أهم الشبكات الاجتماعية في الوقت الحالي وكذا بالنظر إلى إختلاف تخصص كل موقع.

**1- موقع الفاييسبوك:** يعتبر موقع الفاييسبوك واحدا من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لايمثل منتدى إجتماعي فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء. ويعرفه قاموس الإعلام والإتصال على " أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة، وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه إتسع ليشمل كل الأشخاص". بدأ الفاييسبوك كفكرة بسيطة لأحد طلبة هارفارد "مارك زوكر بيرغ" الذي أصبح فيما بعد أصغر ملياردير في العالم، فكرة زوكربيرغ كانت تقضي بإنشاء موقع أنترنت بسيط يجعل من خلاله طلبة هارفارد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين الطلبة والإبقاء على التواصل فيما بينهم بعد التخرج. وبالفعل جسد فكرته هذه التي رأت

<sup>1</sup> أمينة عادل سليمان السيد، هبة محمد خليفة عبد العال، مرجع سبق ذكره، ص 17.

النور في 4 فيفري 2004 ومع انطلاق الموقع حقق نجاحا كبيرا ليصبح اليوم من أهم مواقع الشبكات الإجتماعية وأكثرها إستخداما على الإطلاق. بلغ عدد مستخدمي " الفايسبوك" النشطين في العالم إلى غاية جويلية 2011 حوالي 800 مليون مستخدم وتشير الإحصائيات أن 11% من سكان العالم ممن يملكون حساب في الفايسبوك يدخل 50% إلى الفايسبوك يوميا، ومتوسط عدد الأصدقاء للمستخدم الواحد 130 و80 صفحة ومجموعة مشترك بها. وتشير الإحصائيات أن 20 مليون تطبيق يسجل يوميا في الفايسبوك وخلال 60 ثانية فقط.

❖ 510 ألف مستخدم يضع تعليقات.

❖ يتم تحديث 293 ألف حالة.

❖ يتم تحميل 163 ألف صورة.

❖ 30 بليون قطعة محتوى يتم مشاركتها في الشهر.

❖ 50% من المشتركين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 و 34 سنة يفتحون صفحة الفايسبوك بمجرد استيقاظهم من النوم في حين أن 28% يتصفحون صفحاتهم قبل النوم.

وحسب إحصائيات موقع السوسيال بايكر المتخصص في متابعة شبكات التواصل الإجتماعي على الأنترنت ، تأتي الولايات المتحدة الأمريكية في أول القائمة من حيث عدد مستخدمي الفايسبوك وذلك بأكثر من 157 مليون مستخدم تليها أندونيسيا والهند بأكثر من 41 مليون مشترك ثم البرازيل بأكثر من 35 مليون مشترك ثم السعودية والمغرب بأكثر من 4 ملايين تليها الجزائر بما يقارب الثلاث ملايين مستخدم ثم تونس والإمارات بأكثر من مليوني مستخدم.<sup>1</sup>

## 2- موقع تويتر :

**تعريف موقع تويتر:** هو موقع شبكات إجتماعية مصغر يسمح لمستخدمه بقراءة وإرسال تعليقات لا تتجاوز 140 حرف ورمز وهذه التعليقات تعرف بإسم تغريدات.

**تويتر:** هو شبكة إجتماعية يستخدمها ملايين الناس في جميع أنحاء العالم للبقاء على إتصال مع أصدقائهم وأقاربهم وزملاء العمل من خلال أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم والهواتف النقالة، تسمح واجهة تويتر بنشر رسائل قصيرة تصل إلى 140 حرفا. و يمثل شبكة معلومات آنية مدعومة من الناس من جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة

<sup>1</sup> سهير عثمان: فيس بوك ، طريق الباحثين عن العلاقات القديمة ، متاح في

[http://www.moheet.com/show\\_files.aspx?fid=46338&pg=10](http://www.moheet.com/show_files.aspx?fid=46338&pg=10)

واكتشاف ماذا يحدث الآن حيث يطرح الموقع في واجهته السؤال *what's happening now* ويجعل الإجابة تنتشر إلى الملايين عبر العالم على الفور.<sup>1</sup>

ويعد تويتر من بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام الاجتماعي التي تسمح بنشر عدد كبير من المعلومات على الأنترنت من مصادر رسمية وغير رسمية، ويعتبر "تويتر" موقع تدوين مصغر برز في نشر وتنظيم المعلومات والأحداث الكبرى مثل حرائق كاليفورنيا 2008 والانتخابات الرئاسية الأمريكية في نفس العام و احتجاجات الانتخابات الإيرانية في 2009.

وحسب الإحصائيات التي نشرها موقع تويتر في ذكرى تأسيسه الخامسة فإن هناك أكثر من 106 مليون مستخدم في هذا الموقع، عدد يتضاعف بـ300 مشترك كل يوم. في حين تم تحديد عدد حروف التغريدة المشاركة على تويتر بـ140 حرفاً فإن مستخدميه يرسلون أكثر من 55 مليون تغريدة في اليوم أي 460 تغريدة في الدقيقة وينشط مستخدمو تويتر خاصة خلال يومي الخميس والجمعة، وحسب نفس الإحصائيات فإن 20% من مستخدمي هذا الموقع ينشرون عشر تغريدات أو أكثر في اليوم في حين 41% من المستخدمين لم ينشروا ولا تغريدة منذ فتح حسابا على الموقع، وحسب تويتر فإنه في شهر مارس 2011 وحده بلغ متوسط التغريدات التي تم إرسالها حوالي 140 مليون تغريدة وفي جوان 2011 فإن متوسط التغريدات التي أرسلها مستخدمو تويتر هو 200 مليون تغريدة في اليوم. وحسب إحصائيات موقع *the social skinny* فإن 55% يدخلون لموقع تويتر من خلال الهاتف النقال ويضاف تقريبا 500 ألف مستخدم يوميا لتويتر، 21% من الأندونيسيين يدخلون إلى موقع تويتر ولذا تم إعتبارهم من الشعوب الأكثر إدمانا على هذا الموقع في حين أن اليابان هي الأكثر استخداما لتويتر أكثر من الفاييسوك.

ويبقى موقع تويتر من أهم الشبكات الاجتماعية التي تتمتع بجمهورية عالية والتي تميل الشخصيات المهمة إلى استخدامها حتى تكون أقرب إلى الجماهير والتعرف على مدى إهتمام الجماهير بنشاطاتهم وذلك من خلال كسب أكبر عدد من المتابعين.<sup>2</sup>

**3 -موقع لينكدن:** هي شبكة إجتماعية مختصة بالتجارة والعمل تضم العديد من المحترفين والمحترفات يتشاركون مجموعة من الإهتمامات، فهو شبكة إجتماعية مهنية يسمح بإنشاء ومن ثم الحفاظ على علاقات في المجال

<sup>1</sup> أماني جمال مشاهد: استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة ، ع8 ، مايو 2010، ص27-28.

<sup>2</sup> المرجع السابق ذكره ، ص29.

العملي وكذا تعزيز خدماتهم ومهاراتهم المهنية، ورغم بداياته في 2002 إلا أنه اليوم أصبح من أهم الشبكات الاجتماعية المهنية.

ويعرفه موقع تكنوبيديا على أنه موقع يضع فيه المستخدمون معلومات مهنية شخصية تتضمن تفاصيل مثل الخلفية التعليمية، التاريخ الوظيفي والعملي وكذا قائمة المشاريع المهنية الكبرى إلى جانب الشهادات المهنية والعضوية المهنية وكل هذه المعلومات توضع في الملف الشخصي الذي يمثل دليل المستخدم.

ومن بين خصائصه:

- ❖ يمكن للمستخدمين وضع صور ومشاهدة الملفات الشخصية والصور الخاصة بالآخرين.
- ❖ يمكن للمستخدمين التعرف على عدد الأشخاص الذين يبحثون عنهم.
- ❖ يمكن لأصحاب العمل وضع قائمة وظائف البحث عن مرشحين محتملين.

وحسب موقع socialbacker.com فإن عدد مستخدمي موقع لينكدن أكثر من 136 مليون و787 ألف مستخدم، وتتصدر الولايات المتحدة الأمريكية القائمة في عدد المشتركين تليها الهند ثم المملكة المتحدة، أما في الوطن العربي فتتصدر الإمارات المتحدة القائمة بعدد المستخدمين يبلغ أكثر من 873 ألف مشترك ثم السعودية بما يقارب 600 ألف مستخدم تليها مصر، وحسب ذات الموقع فإنه لا يوجد ولا مستخدم جزائري في لينكدن إلى غاية 12 جانفي 2012.<sup>1</sup>

**4 – موقع اليوتيوب:** هو موقع يقوم على فكرة بث لنفسك أو ذع لنفسك yourself broadcast يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى، وهو يعتبر أهم مكان في شبكة الأنترنت للمشاركة في الفيديو المجاني الشعبي، إذ تحمل عليه يوميا أفلام من صنع الهواة من حول العالم بعضه تم تصويره بكاميرا جهاز الهاتف المتحرك لنقل حدث ما غريب أو مضحك أو مثير، وكثير منها تم إنتاجه لدواع فنية أو إجتماعية أو سياسية أو جمالية أو حتى لإرسال رسالة شخصية حول مسألة تهم منتج الفلم، ويتضمن الموقع أنواعا لا حصر لها من كليبات الفيديو التلفزيونية والأفلام الغنائية المصورة ومدونات الفيديو اليومية، وشعبية هذا الموقع أدت إلى تكريسه كمنصة لمؤسسات إعلامية كبرى ومنبرا للإعلانات الترويجية، إذ يؤسس لمفهوم إعلامي جديد هو ما يطلق عليه الترويج المتقاطع cross promotion بصفات تبادل منافع وتوزيع مقاطع الفيديو عبر الأنترنت.

<sup>1</sup> أليكسا أنترت، أطلع عليها بتاريخ 2015/03/01 LinkedIn.com site.info

واليوتيوب موقع متاح للعموم على شبكة الأنترنت لمشاركة ملفات الفيديوها، يمكن مستخدميه من تحميل ومشاهدة اللقطات المصورة والتعليق عليها كتابة. بالإضافة إلى فرصة المشاركة في قرار إزالة الملفات غير المرغوب فيها ويعتمد الموقع برنامج (أدوبي فلاش فيديو).

وقد تم إنشاؤه في فبراير من عام 2005 بوصفه موقعا شخصيا لمشاركة مجموعة من الأصدقاء بعض ملفات الفيديو بواسطة ثلاث موظفين هم: الأمريكي تشاد هيرلي، والتايواني تشين والبنغالي جاود كريم الذين يعملون في شركة paypal المتخصصة في التجارة الإلكترونية، بيد أن جاود كريم ترك أصدقاءه للحصول على درجة علمية من كلية ستانفورد ليصبح صاحب الفضل الحقيقي في ظهور اليوتيوب الذي نراه اليوم للنشائي الآخرين اللذين نجحا في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي.

لقد منع موقع اليوتوب في كثير من البلدان بسبب ما تضمنه الموقع من مخالفة للنظام الأخلاقي وما تضمنه من فضائح وإساءة لشخصيات مهمة أو حكومات في هذه البلدان، لكن هذا لم يمنع تزايد عدد مستخدميه حيث كشف الموقع في ذكرى تأسيسه السادسة عن عدد من الإحصائيات مفادها أنه في 2011 إرتفع عدد ساعات الفيديوها التي يتم تنزيلها عبر الموقع إلى 48 ساعة بعد أن كان 35 ساعة في عام 2010 إلى جانب إرتفاع عدد مشاهدي الموقع إلى 3 بليون مشاهد في اليوم.<sup>1</sup>

**5- موقع فليكر:** فليكر هو موقع لمشاركة الصور وحفظها وتنظيمها وهو أيضا يعتبر جمعية لهوات التصوير على الأنترنت بالإضافة إلى كونه موقعا مشهورا للتشارك في الصور الشخصية، يتم إستخدامه من قبل المدونين من خلال إعادة إستخدام الصور الموجودة فيه، أخذ الموقع شهرته من خلال إبتكارات كإضافة التعليقات من قبل الزائرين وكلمات المفاتيح. تم تطويره في سنة 2002 بواسطة شركة لودي كورب في فانكوفر في كندا ، وقد قامت الشركة بإطلاق فليكر لأول مرة في فبراير 2004 بعد أن قامت بتأسيس لعبة جماعية عملاقة عبر الأنترنت، وفي مارس 2005 إشترت شركة ياهو شركة لودي كورب فليكر.<sup>2</sup>

ومن بين خصائصه أنه:

<sup>1</sup> أكرم عبد القادر عبد الله فراونه ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير ، فعاليات إستخدام مواقع الفيديو الإلكترونية في إكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية لدى طالبات كلية التربية في الجامعة الإسلامية ، غزة ، 2012 ، ص46 .

<sup>2</sup> مريم نزيهان نورمان ، مرجع سبق ذكره، ص66.

- ❖ يسمح لمستخدميه بتنظيم صورهم كمجموعات شخصية أو مجموعة عامة تشترك في صفات معينة أو كليهما معا.
- ❖ يستطيع المستخدم إضافة الصورة إلى مجموعة شخصية واحدة أو أكثر من مجموعة شخصية أو إضافتها لمجموعة إطلاقا.
- ❖ يوفر خدمة حفظ الصور للزائرين بشكل عام.
- ❖ يحتوي فليكر على خدمة آر إس إس التي تسمح للمبرمجين بتوسيع الخدمات ويستطيع مالك الحساب أن يضيف صوراً من خلال البريد الإلكتروني.
- ❖ يستخدم فليكر كموقع رئيسي لتخزين الصور من خلال الكثير من المستخدمين وبشكل كبير خصوصا للمدونين.
- ❖ يسمح أيضا لمستخدميه بإضافة الصور تحت تراخيص معينة يقومون باختيارها.

وحسب إحصائيات عام 2010، فالموقع يضم ما يقارب الخمسة مليارات صورة ويحظى بأكثر من 3000 صورة يتم رفعها في الدقيقة، مما يجعله المخزن الأول للصور في شبكة الأنترنت وفق العديد من المواقع التقنية. وتشير الإحصائيات إلى أن الشبكات الاجتماعية أصبح لها جماهيرية كبيرة وهذا ما نستشفه من الشكل التالي:<sup>1</sup>

<sup>1</sup> إيمان علي عون، رولا عبد الرحمان الجمل : أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد لتكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، جامعة البحرين، 7 و 9 أبريل 2009 ، ص 145 .

شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر إنتشارا في العالم:<sup>1</sup>

الترتيب	شبكة التواصل الاجتماعي	عدد المستخدمين/المليون
1	الفايسبوك	750
2	تويتر	250
3	لينكدن	110
4	ماي سبائس	70.5
5	غوغل+	65
6	ديفا ينت أرت	25.5
7	لايف جورنال	20.5
8	تاكيد	19.5
9	أوركت	17.5
10	كافية موم	12.5
11	نينك	12
12	كيت آب	7.5
13	ماي لايف	5.4
14	ماي يربوك	3
15	بادو	2.5

**III. إستخدامات الشبكات الاجتماعية والقضايا التي تثيرها:**

منذ بروزها عرفت مواقع الشبكات الاجتماعية إقبالا منقطع النظير من قبل المهتمين بها على إختلاف الأجناس والأعمار والانتماءات وذلك بالنظر لما أتاحتها هذه الأخيرة لمستخدميها هذا الأمر وبطبيعة الحال أخذ يجر معه عددا من القضايا لأن أي ظاهرة لا بد لها أن تحت تأثيرا فالحديث عن مواقع التواصل الاجتماعي يجرنا إلى الحديث

<sup>1</sup> عبد الكريم الدبسي وزهير ياسين الطاهات ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعة الأردنية ، دراسات مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، المجلد 40 ، ص72.

عن القضايا التي تؤثر في المستخدم وسيتم التركيز في هذا الشأن على ثلاث قضايا رئيسية طرحها إستخدام الشبكات الاجتماعية وهي الخصوصية والهوية والعزلة الاجتماعية.

### 1- إستخدامات الشبكات الاجتماعية:

لقد أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية تشكل الفضاء الافتراضي الذي يتيح للمستخدم العديد من الممارسات والنشاطات وذلك من خلال مجموعة من الخدمات التي ندرجها في النقاط التالية:

- **الإتصال مع أفراد العائلة والأصدقاء:** من خلال إتاحة الإستمرارية في الإتصال الدائم والفوري مع أفراد الأسرة والأصدقاء.

- **الممارسات السياسية:** أتاحت هذه المواقع للمستخدم فرصة الممارسة السياسية عن طريق إبداء رأيه وتوجهاته السياسية من خلال العديد من القضايا التي تطرح على هذه المواقع.

- **تكوين العديد من الأصدقاء:** أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية البيئة الافتراضية التي يستطيع المستخدم من خلالها أن يكون أصدقاء حسب المعايير التي يختارها هو.

- **التسلية وممارسة الهوايات:** فقد أصبحت هذه المواقع المتنفس الذي يقوم المستخدم من خلاله بقضاء وقت فراغه وممارسة اهتماماته.

- **التسويق والإعلان:** حيث أصبحت مختلف الشركات الاقتصادية تعتمد على مواقع الشبكات الاجتماعية من الترويج والدعاية لمختلف منتجاتها عن طريق الومضات الإشهارية المتنوعة كما أصبحت توفر المحيط الذي تقوم من خلاله بمختلف العمليات التسويقية.

- **الخدمات الطبية:** حيث تتيح مختلف الصفحات المتعلقة بالإرشادات والنصائح الطبية، الطب عن بعد، الطب البديل...<sup>1</sup>

وتتعدد إستخداماتها حسب طبيعة المستخدم والإشباع التي يسعى لتحقيقها سواء كانت معرفية أو إجتماعية أو نفسية أو سياسية. إلخ، هذه الشبكات يقضي فيها العديد من الشباب والمراهقين وقتنا طويلا جدا في التفاعل مع بعضهم البعض، وعبر هذا التفاعل مع مجتمعات كبيرة يستطيع الشباب تطوير فهم ثقافي أفضل وصفات

<sup>1</sup> حمر عباس : مداخلة حول تكنولوجيا الإعلام والإتصال وملامح الإقتصاد الجديد ، 2008 ، ص14.

قيادية أقوى ومن الممكن أن تكون المواقع الشهيرة مثل "ماي سبايس" أداة للتطور الاجتماعي وضرورة للشباب للإسهام بجدية في القضايا الاجتماعية والسياسية لخدمة المجتمع. غير أنه وإلى جانب الخدمات الإيجابية التي تقدمها هذه المواقع، يقود الاستخدام المفرط إلى عدد من القضايا.<sup>1</sup>

## 2- القضايا التي يثيرها استخدام الشبكات الاجتماعية :

• **الهوية** : تلعب الهوية دورا رئيسيا على مواقع الشبكات الاجتماعية فهي الخطوة الأولى التي تمكن المستخدمين من معرفة الأشخاص الذين يتواصلون معهم . وبالتالي فهم وتقييم هذا التفاعل، وتعتبر الهوية من بين أهم القضايا التي يطرحها استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية ذلك أنها تعتبر غامضة نوعا ما إذا ما عدنا إلى محددات الهوية التي إعتدنا عليها في العالم الفيزيائي، وتعتبر الصفحات الشخصية وشبكات الأصدقاء التي يقوم المستخدم بخلقها جوهر مواقع الشبكات الاجتماعية فبعد التسجيل فيها يكون المستخدم مطالبا بخلق صفحته الشخصية التي تحدد هويته والتي تتنوع حسب طبيعة الموقع، فعلى سبيل المثال الإجراءات التي يشترطها موقع الفاييسبوك للقيام بإنشاء المستخدم لصفحته الخاصة حيث يفرض عليه تقديم تفاصيل ومباشرة، بعد انشاء الملف الخاص يصبح المستخدم عضوا في المجتمع ويقوم بإنشاء قائمة الأصدقاء التي تكون أساسا لهذه الشبكة.<sup>2</sup>

غير أن ومع زيادة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من قبل مختلف الفئات أصبح موضوع الهوية من أهم القضايا التي أثارها هذا الاستخدام، ففي الوقت الذي يفضل البعض تجسيد هويته الحقيقية على الشبكة فإن البعض يتجه اتجاهها آخر بإتجال شخصيات أو خلق هويات جديدة ولأغراض مختلفة. فمن السهل على الشخص إنشاء العديد من الهويات الإلكترونية المرتبطة به كأصل مشترك لها والتي على الرغم من أنها غير مرئية إلا أنها ذات أهمية كبرى في العالم الافتراضي.

تتنامي الشبكات الاجتماعية عبر الأنترنت بشكل جد متسارع بينما يواجه المشتركون الفعليون فيه العديد من القضايا التي تؤخذ على أنها مجرد تجارب افتراضية بينما هي في الواقع محض تجارب يخوضونها في حياتهم اليومية. ففي مثل هذه الفضاءات يمكن للرجل إنشاء هوية إلكترونية على أنه امرأة والعكس كما يقوم متصفحون آخرون بتطوير علاقاتهم من خلال خوض تجربة علاقات خاصة مع شخصيات مزعومة أو بالأحرى مجهولة تلك العلاقة التي تكون أساسا مبنية على عدد من الافتراضات، ويختلف التعامل مع الهوية في مواقع الشبكات الاجتماعية

<sup>1</sup> عباس مصطفى صادق: مرجع سبق ذكره، ص 213 .

<sup>2</sup> غسان منير حمزة، الهويات الوطنية والمجتمع العالمي والإعلام، إجراءات تشكل الهوية في ظل الهيمنة الإعلامية العالمية، ط2، دار النهضة العربية، مصر، 2002، ص103.

فهناك من هويته الحقيقية وهناك من يحب إخفاء هويته الحقيقية خلف إسم مستعار ولا يكشف عنها وبالتالي يكون بوسعه أن يقوم بالعديد من الأدوار في المجتمع الافتراضي وفي كل مرة بالهوية الإلكترونية التي ينشئها وبالتالي تعدد التفاعلات التي يقوم بها والعلاقات التي يتفاعل من خلالها حسب طبيعة الهوية لذا فإن الهوية في المجتمع الافتراضي ليست موثوقة دائما، حيث يمكن تزيف إسم الحساب وتسجيل محددات هوية كاذبة وبالتالي الملامح الاجتماعية تكون مضللة.<sup>1</sup>

• **الخصوصية:** إن الخصوصية هي حق الأفراد في عدم إفشاء أو نشر معلومات عن أنفسهم فثمة أمور تدخل في عداد الامور الخاصة مثل الإدلاء بصوتك في الإنتخاب وماذا تقول في خطاب مرسل من خلال البريد، وعلى أي حال فإن السهولة التي تتوحد بها قواعد البيانات وخطوط الإتصالات قد وضعت الخصوصية تحت ضغوط هائلة وصعبة.

ونقصد بالخصوصية المعلومات الشخصية التي تتضمن إسم الشخص، عنوانه الشخصي، رقم هاتفه، مكان عمله، الإميل الخاص به وغيرها من المعلومات التي يعرف من خلالها الشخص بنفسه في الشبكات الاجتماعية التي يعتبر عضوا فيها ، وتعتبر الخصوصية من بين القضايا التي أثارها استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، فالأمان والخصوصية لم تكن الأولوية الأولى لمالكي هذه المواقع نتيجة لذلك تعددت المخاطر التي قد لا يدرك المستخدمون مدى تأثيرها فقد لا يدرك الأشخاص حجم الجمهور الذي يستطيع الوصول لمعلوماتهم بكل سهولة ويسر.

وتختلف مستويات الخصوصية من موقع إلى آخر، ففي إحدى الدراسات التي اجريت على موقعي "فايسبوك" و"ماي سبايس" أعرب مستخدمو الشبكتين عن مستويات متقاربة من القلق بشأن خصوصيتهم، ونتج عنها دلائل على أن تفاعل المستخدمين مع بعضهم على الشبكة لا يحتاج إلى نفس مستوى الثقة التي يحتاجونها عندما يكون التفاعل وجها لوجه بل أقل بكثير، وان الناس على استعداد لمشاركة صورهم ومعلوماتهم في الشبكة أكثر من الواقع.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> حسن سوداني: تكنولوجيا الإعلام الجديد وانتهاك حق الخصوصية، دفاثر السياسة والقانون، العدد 11 ، جوان 2014، ص33.

<sup>2</sup> ملاك بنت عبد الله: الخصوصية في الشبكات الاجتماعية، مركز التميز لأمن المعلومات ، تم استرجاعها بتاريخ 30 مارس 2015. ص34

إعدادات الخصوصية في موقع الفايسبوك: تتضمن إعدادات الخصوصية في الفايسبوك مايلي:

- ❖ صورك وحالتك ومنشوراتكم.
- ❖ سيرتك واقتباساتك المفضلة.
- ❖ عائلتك وعلاقاتك الإجتماعية.
- ❖ صور ومقاطع الفيديو التي قام أحد بإضافتك فيها.
- ❖ الأماكن التي قمت بتسجيل الدخول فيها، وبإمكانك أن تعطي هذه الصلاحية إلى مجموعات مصنفة هي: الجميع. أصدقاء أصدقائك. أصدقاءك. أنت فقط.

ويتوقع أن تكون المعلومات الشخصية هي العملة الأكثر تداولاً في الأنترنت في 2020، هذه هي النتيجة التي وصلت إليها دراسة أمريكية خلال العام 2010 والمقصود من هذا القول هو أنه إذا كان المقابل المادي هو العملة التي تستخدم للحصول على الخدمات وشراء الأشياء في عالم الأنترنت اليوم، فإنه في عام 2020 سيكون هناك تغير مهم حيث تتحول المعلومات الشخصية إلى طريقة أساسية يتم على أساسها مقايضة الخدمات على الأنترنت بين الأفراد والشركات أو الشركات والشركات.<sup>1</sup>

• **العزلة الإجتماعية:** يحذر كثير من التربويين والأخصائيون النفسيون من خطورة إدمان الأفراد للأنترنت أو أي مستحدث تكنولوجي آخر، لما له من إنعكاسات سلبية على حياتهم وسلوكياتهم، حيث يؤدي إلى تدمير قيم المجتمع وانتشار السلوك المضاد للمجتمع كالجرمة والعنف والفوضى بالإضافة إلى تعرض الأبناء وخاصة المراهقين في المرحلة الثانوية أو الجامعية لكافة أشكال الإضطرابات النفسية كالإكتئاب والقلق والشعور بالوحدة النفسية والعزلة الإجتماعية والضغط النفسية المتزايدة وفقدان الثقة بالنفس.<sup>2</sup>

ونظراً للوقت الكبير الذي يقضيه الأفراد وهم يتصلون مع آخرين عبر شبكة الأنترنت أكدت الكثير من الدراسات أنه كلما زادت ساعات استخدام الأنترنت، كلما قل الوقت الذي يقضيه الأفراد مع الأشخاص الحقيقيين في حياتهم وهذا من شأنه أن يؤثر على العلاقات الإجتماعية ويتسبب في العديد من المشاكل التي يأتي في مقدمتها

<sup>1</sup> عمار بكار: وبدأت معارك المعلومات الشخصية، عدد 6611، ص 25

<sup>2</sup> محمد عبد الهادي وآخرون، إدمان الأنترنت وعلاقته بكل من الاكتئاب والمساندة الإجتماعية لدى طلاب الجامعة، مجلة كلية التربية ببني سويف، القاهرة، 2005، ص 04.

العزلة الاجتماعية، ففي المنزل الواحد الذي يقطنه نواة واحدة أبوان وأطفال نجد أن كل فرد في الأسرة أصبحت له وسائله المنفصلة للوصول إلى مصادره الإتصالية الخاصة.<sup>1</sup>

ويزداد إهتمام المواطن العربي لاسيما الجيل الجديد بما تحيه الشبكة العنكبوتية من مزايا وخدمات ويعمل كثير منها على إستثمارها كأحد الشروط المطلوبة للحصول على المواقع والوظائف والتقدم الإجتماعي.<sup>2</sup>

لكن حتى وإن كان الدخول إلى الأنترنت وغرف الدردشة تعبيراً عن صيحة علمية وتكنولوجية باهرة، فإنها في وجهها الآخر تعبير عن فراغ نفسي وعاطفي ووجداني لدى بعض الأفراد، بالإضافة إلى أنه في كثير من الأحيان تعبير عن غياب الضبط الأسري والهروب من العلاقات الاجتماعية المباشرة والواضحة إلى علاقات محكومة بالسرية والكتمان ومأمونة العواقب في ظاهرها إلا أنها قد تفقد في نهايتها إلى مزالق خطيرة قد تعصف بحياة الأفراد ومستقبلهم.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> شريف درويش اللبان : تكنولوجيا الإتصال المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2000، ص195.

<sup>2</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي : مرجع سبق ذكره، ص88.

<sup>3</sup> إبراهيم إسماعيل عبده: العلاقات الاجتماعية عبر الأنترنت دراسة في الفرص الكامنة والمخاطر المستترة، مركز أسبار للبحوث والدراسات والإعلام، 2009، ص45.

## الفصل الثالث

### المجتمعات الافتراضية والعلاقات

#### الإجتماعية

- I. مفهوم العلاقات الإجتماعية وأنواعها.
- II. المجتمعات الافتراضية المفهوم والخصائص.
- III. العلاقات الإجتماعية الافتراضية في الشبكات الإجتماعية.

## تمهيد:

بعد التطورات المذهلة التي أحدثتها الإنسان في عالم تكنولوجيا الإتصال ، شهد العالم تغييرا هيكليا في مجال العلاقات الاجتماعية ناتجا عن تأثيره بإستخدام هذه الاخيرة، ومع هذا التطور الهائل أدخلت مصطلحات ومفاهيم جديدة تحاكي في بعض الأحيان القديمة منها، والتي من بينها ما يعرف بالمجتمع الافتراضي الذي يحاكي المجتمع الطبيعي ، والعلاقات الافتراضية التي تحاكي الكلاسيكية وعلى الرغم من الاختلاف في طبيعة كليهما إلا أن الجيل الثاني للأنترنيت إستطاع أن يدفع الفرد إلى الإندماج ضمن هذا المجتمع ، مستغرقا فيه في كثير من الأحيان وقتا أكبر من الوقت الذي يقضيه مع افراد أسرته.

وقد ترك هذا الفضاء في مستخدميه أثرا حيث صار بعض المستخدمين يغمسون فيه لدرجة أنهم أصبحوا يروا فيه أنه عالمهم الذي يمكن العيش فيه بعيدا عن ضغوطات الواقع المعاش وارتباطاته، حيث نجد أن بعض المستخدمين صاروا يستخدمون بعض الإختصارات التي يتخاطبون بها في الشبكات الاجتماعية في إتصالهم المواجه.

وبناء على هذا التأخر إحتدم الجدل بين المفكرين وأهل الإختصاص حول تأثير للشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية . فمنهم من يرى أن لها تأثيرا إيجابيا ، ومنهم من يرى العكس وهذا ما سنحاول التطرق له في هذا الفصل.

**I. مفهوم العلاقات الاجتماعية وأنواعها:**

إن التفاعل مع الآخرين في المجتمع الغاية النهائية للطبيعة البشرية، وبذلك تكشف حاجة الإنسان الملحة للمجتمع عن سمات الطبيعة البشرية التي تنطوي على حب التجمع و الالتقاء بالآخرين وإن الرغبة في التفاعل مع الآخرين والميل للعيش معهم يؤكد ما تنطوي عليه الطبيعة البشرية من الالفة و الإستئناس لبني البشر.

وإن الحاجات التي تولدها الحياة الاجتماعية لدى الإنسان مثل حاجاته إلى الشعور بالإنتماء والاتصال بالآخرين غنما 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 إلى أن الإنسانية الطبيعية تتطلب وجود المحيط الاجتماعي للمجتمع الذي يوفر للإنسان شبكة من العلاقات تساعد على مواصلة الحياة.<sup>1</sup>

**1- تعريف العلاقات الاجتماعية :**

يشير مفهوم "العلاقات الاجتماعية" إلى ترتيب أو تنظيم ثابت للعناصر التي تظهر في الفعل الاجتماعي فهي لا توجد بمعزل أو خارج الأفعال الاجتماعية، بل هي ترتيبات "متخيلية للفعل" لا يمكن تصورها على النحو لرد كأنماط الفعل الاجتماعي.<sup>2</sup>

كما تعرف العلاقات الاجتماعية على أنها نتيجة التفاعل الاجتماعي (التأثير والتأثر أو الأخذ والعطاء) بين شخصين يشغلان موقعين اجتماعيين داخل الجماعة أو التنظيم أو المؤسسة الاجتماعية.<sup>3</sup> ومن تعريفات العلاقات الاجتماعية أيضا : "هي الروابط والآثار المتبادلة بين الأفراد في المجتمع والتي تنشأ نتيجة إجتماعهم وتبادل مشاعرهم وإحتكاكهم ببعضهم البعض ومن تفاعلهم في بوتقة المجتمع.

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

وقد ذهب ماكس فيبر إلى أن مصطلح "العلاقات الاجتماعية" يستخدم غالبا لكي يشير إلى الموقف الذي من خلاله يدخل شخصان أو أكثر في سلوك معين واضعا كل منهم في إعتباره سلوك الآخر بحيث يتوجه سلوكه على هذا الأساس. وعلى ذلك تشمل العلاقة الاجتماعية إمكانية تجديد سلوك الأفراد بطرق خاصة وتعتبر خاصية

<sup>1</sup> السيد علي شتا: المجتمع البشري، الجزء الرابع، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 1995، ص34.

<sup>2</sup> السيد عبد العاطي: علم الاجتماع الحضري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د ن، ص329.

<sup>3</sup> معن خليل: البناء الاجتماعي أنساقه ونظمه، الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، د س ن، ص77.

عامة للعلاقات الاجتماعية، وربما يختلف محتوى العلاقة على أساس الصراع أو العداوة أو التجاذب الجنسي أو الصداقة أو الشهرة أو الصيت أو تبادل السلع...<sup>1</sup>

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

وتمر العلاقات الإنسانية على عدد من المراحل يحددها "برنت روبن" فيما يلي: أولاً مرحلة البداية، ثم مرحلة الاستكشاف التي يتم فيها التعرف بين هؤلاء الأشخاص وتحديد أهم ميولاتهم وإهتماماتهم 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، وأخيراً مرحلة التدهور التي يتم فيها الانفصال وقطع العلاقة لكن هذا ليس ضرورياً فيمكن أن تستمر.

والعلاقات الاجتماعية لا يمكن ملاحظتها بطريق مباشر إلا أن هناك ظواهر يمكن ملاحظتها ومنها يمكن إستنتاج وجود علاقة اجتماعية معينة وقد وضع جون ريكس قائمة تمثل هذه الظواهر على النحو التالي:<sup>2</sup>

- هدف الفاعل أو إهتماماته ومصالحه.
- توقعات لسلوك الآخرين.
- أهداف الآخرين ومدى معرفة الفاعلين.
- المعايير التي يعرفها الفاعل ويتقبلها الآخرون.
- رغبة الآخرين في الفوز والحصول على موافقة الفاعل.

<sup>1</sup> غريب محمد سيد أحمد: علم الاجتماع ودراسة المجتمع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص332.

<sup>2</sup> غريب محمد سيد أحمد: المرجع نفسه، ص333.

ولقد إستخدمت وايت ثلاثة مفاهيم أساسية في تحليلها للعلاقات الاجتماعية بين أعضاء وأقسام الكيان الاجتماعي ويمكن إجمالها فيما يلي: <sup>1</sup>

أ. التفاعل : الذي يرمز إلى الإتصال الشخصي الخاضع للملاحظة والقياس مثل كيف يتفاعل الشخص "أ" مع الشخص "ب"؟.

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

ج. الأحاسيس : اي مشاعر الأشخاص لما يحصل ويدور حولهم.

إن هذه المفاهيم الثلاث مرتبطة الواحدة بالأخرى. وأي تغيير يحصل في إحداها يؤدي إلى تغيير في المفهومين الآخرين هذا التغيير يأتي خارج أقسام الكيان الاجتماعي في أغلب الأحيان. أي هناك تأثيرات من المحيط الاجتماعي. وللعلاقات الاجتماعية ثلاث مستويات رئيسية هي: <sup>2</sup>

- المستوى الأول (الأسرة، جماعات اللعب، والصداقة والجيرة)
- المستوى الثانوي (المدرسة، الجامعة والكلية والنادي..)
- المستوى المرجعي (الإنتماء للجماعات، ما تقوم عليه من معان وقيم و إتجاهات فكرية أو عقائدية أو فنية)

## 2. القواعد الأساسية لبناء العلاقات الاجتماعية وكوامن تشكيلها

تحتل العلاقات الاجتماعية الجانب الأكبر من إهتمامات العلوم الاجتماعية العامة والأنثروبولوجيا خاصة، ولهذا اهتمت بها كل الإتجاهات 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: <sup>3</sup>

أ. قاعدة البناء **Structure**: تشير إلى 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.

<sup>1</sup> معن خليل : مرجع سبق ذكره، ص78.

<sup>2</sup> إبراهيم عثمان : مرجع سبق ذكره، ص119.

<sup>3</sup> محمد عباس إبراهيم : مرجع سبق ذكره، ص185، 186.

- ب. قاعدة أو مبدأ المحتوى أو المضمون **Content**: وتشير إلى كافة الخصائص والسمات التي تميزت بصفة التماسك والجدية والشرعية لأداء أدوار الأفراد داخل المواقف التفاعلية في المجتمع المحلي.
- ج. العلاقات 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 كوامن لتشكلها هي ما يلي<sup>1</sup>:

- ✓ الإرضاء الذاتي: نرى أحيانا بعض الأشخاص ينمون ويطورون علاقاتهم الاجتماعية من خلال حاجات ذاتية لكلا الطرفين المشتركين في العلاقة، إذ يجدون أنفسهم متمتعين بها ويرغبون في إنمائها وتطويرها.
- ✓ الأهداف والمصالح العامة: بغض النظر عما إذا كان المساهمون في عملية التفاعل الاجتماعي مهتمون ببعضهم البعض فإن هناك مصالح وإهتمامات مشتركة على تقارب لإنجاز أهداف مشتركة.
- ✓ الإلتزامات و التوقعات: في كل عملية تفاعل هناك إلتزامات وتوقعات يشعر بها الطرف الآخر، ويلتزم بها مما يؤدي ذلك إلى تكوين علاقة إجتماعية فيما بينهما، وتكون بينهما علاقة قائمة على الإلتزام.
- ✓ التساند المشترك: بصورة خاطئة عند المجتمعات المعقدة الهيكلي كالصناعة المتقدمة والرأسمالية نجدها تساند عناصر الحياة الاجتماعية الواحدة مع الأخرى، ونجد هذا التساند في العلاقات الإقتصادية التي تتضمن سلسلة من العلاقات التي لا تسبقها معرفة إجتماعية أو قرابية.

### 3. أنواع العلاقات الاجتماعية:

تعدد تصنيفات العلاقات الاجتماعية وتختلف من باحث لآخر، وسنورد في مايلي تصنيفين أساسيين:

#### 1.3. العلاقات المفتوحة والعلاقات المغلقة:

يطرح ماكس فيبر نوعين من العلاقات الاجتماعية المفتوحة والمغلقة، ويقصد بالمفتوحة الإرتباطات التي يقبل فيها الغرباء، أو غير الأقارب، أو غير المنتمين إلى طبقة إجتماعية معينة، أو طائفة دينية خاصة، أو نقابة حرفية. وعادة تكون خالية من المنافع المادية المتبادلة والعاطفية الغرامية، بل الود و الإحترام المتبادل. بينما عنى بالثانية

<sup>1</sup> معن خليل عمر: مرجع سبق ذكره، ص77.

(العلاقات المغلقة) الإرتباط المحصور بين الأقارب، أو المتتمين إلى طبقة إقتصادية أو العلاقة الموقعية التي تملك السلطة أو التي تربط بين أصحاب ذوي المصالح المتبادلة من أجل إشباع حاجات ورغبات مادية ومعنوية.<sup>1</sup>

### 2.3. العلاقات الأولية والعلاقات الثانوية:

ميز كنكزلي بين نوعين من العلاقات الأولية والثانوية و إستخدم أربعة قيم معيارية للتمييز بينهما موضحة فيما يلي:

#### جدول (2): الفروق بين العلاقات الأولية والعلاقات الثانوية:<sup>2</sup>

العلاقات ثانوية	علاقات أولية	القيم المعيارية
تضم عددا قليلا من الأفراد، لا تدوم لفترة زمنية طويلة، تأخذ حيزا مكانيا واسعا.	تضم عددا قليلا من الأفراد، تدوم لفترة زمنية طويلة، تأخذ حيزا زمانيا ضيقا.	الظروف الفيزيقية
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.	متماثلة مع أهدافها تعمل على بلورة قيم خطية بها، يعرف كل منهم الآخر بشكل واضح وصریح ويشعر كل منهم بحرية وتلقائية تجاه الآخر. غياب التعامل الرسمي فيها.	الخصائص الاجتماعية
مثل صاحب المتجر والزبون، المذيع والمستمع، الممثل والمشاهد، الرئيس والأتباع، الكاتب والقارئ.	مثل الصديق والصديق، الزوج وزوجته، الأبوين وأبنائهم، المعلم والتلميذ.	علائق محدودة وصغيرة
مثل المنظمات المهنية والشركات التعاونية.	مثل جماعة اللعب و الأسرة والقرية والجيرة وفريق العمل.	جماعات صغيرة

<sup>1</sup> معن خليل عمر: المرجع نفسه، ص81.

<sup>2</sup> معن خليل عمر: ثنائيات علم الاجتماع، دار الشروق، الأردن، 2001، ص235.

## II. المجتمعات الافتراضية المفهوم والخصائص:

لقد أثرت التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في جميع المستويات، وفي جميع مناحي وكافة الفضاءات التي يتحرك ضمنها الفرد المعاصر، حيث أتاحت بذلك أنماطاً إتصالية جديدة. هذه التكنولوجيا أحدثت تأثيرات عميقة في بنية المجتمعات المعاصرة وعلى مستويات كثيرة كتغيير أنماط الإتصال السائدة، تغيير في القيم، في الذهنيات والنفسيات، في أساليب التربية والتعليم، ساهمت كذلك في خلق فضاءات اجتماعية جديدة لإلتقاء الأفراد كمنتديات النقاش والمدونات، وعلى 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 جسماً بل يكاد ينعدم هذا التواصل.<sup>1</sup>

وبالتالي نجحت هذه الأنماط الإتصالية 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.

**1. تعريف المجتمع:** ليس هناك تعريف محدد ومقبول لمصطلح المجتمع حسب ما ورد في "المرجع في مصطلحات العلوم الاجتماعية"، لأن الإستخدامات الثلاثة الشائعة له تشير إلى جوانب هامة 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 إجتماعية لها كيان ذاتي ونظمها وثقافتها المميزة.<sup>2</sup> ويعرف رشوان المجتمع على أنه "عدد من الجماعات أو مجموعة من الناس يقيمون في منطقة جغرافية معينة ويعيشون معا تلقائياً لفترة دائمة نسبياً مما ينجم عنه تفاعل اجتماعي وعلاقات اجتماعية ينشأ عنها وجود جماعات ومنظمات ومؤسسات"<sup>3</sup>

<sup>1</sup> يامين بودهان : تحولات الإعلام المعاصر، دار البازوري، عمان، 2012، ص12.

<sup>2</sup> عزام أبو الحمام: الإعلام والمجتمع، دار أسامة، الأردن، 2011، ص68.

<sup>3</sup> محمد بن صالح الخلفي: تأثير الأنترنت في المجتمع، عالم الكتب، الرياض، 2001، ص473.

ويعرف المجتمع أيضا على أنه مجموعة من الأفراد والجماعات تعيش في موقع جغرافي واحد وترتبط بينهما علاقات إجتماعية وثقافية ودينية. و من ذلك نجد أن العناصر التي تكون المجتمع تتمثل فيما يلي:<sup>1</sup>

- ✓ إدراك أفراد المجتمع وشعورهم بأن يكونون وحدة واحدة.
- ✓ نطاق جغرافي يجمع أفراد المجتمع و جماعاته.
- ✓ وجود نظام يسمح لأعضاء المجتمع بالتعبير عن آرائهم.
- ✓ تمكن المجتمع من إشباع الإحتياجات الأساسية لأفراده إلى حد ما.
- ✓ وجود سلوكيات اجتماعية داخلية مثل التعاون، التكافل و الصراع.
- ✓ بناء اجتماعي خاص به.

وبالرغم من صعوبة التوصل إلى تعريف محدد دقيق في العلوم الاجتماعية لمفهوم المجتمع المحلي **Community** إلا أن هناك بعض المحاولات للجمع بين تعريفات كثيرة في هذا الخصوص منها ما قام به جورج هيلري **George Hillery** مستخلصا تعريفا جامعا على نحو ما من بين حوالي 94 تعريفا سييسولوجيا، إذ يعرف المجتمع المحلي (الطبيعي) بأنه : "عبارة عن مجموعة من الناس، يشتركون في تفاعل اجتماعي، وبعض الروابط المشتركة بينهم، ويشتركون في مساحة ما، على الأقل لبعض الوقت. و إذن هناك بصفة عامة، أربعة عناصر أساسية لتكوين المجتمع، وهي الجماعة، والتفاعل، والروابط، والمكان، الزمان.

ومع التطورات الكبيرة في مجال تكنولوجيا الإتصال كثرت المفاهيم المستحدثة التي نشأت بتطور تقنيات الإتصال والتي يأتي في مقدمتها الأنترنت، ما أدى إلى ظهور العديد من المصطلحات الجديدة، بعد أن تحولت جميع أنشطتنا وتفاعلاتنا الاجتماعية إلى ما يعرف بالفضاء السيبري فاتحة المجال أمام ظهور ما يعرف بالفضاء السيبري والمجتمع الافتراضي، وفي هذا الصدد يعرف عابد الجابر شبكة الأنترنت قائلا: "هذا العالم الجديد، عالم الأنترنت، يضم جميع أنشطة عالمنا الواقعي المعتاد، أو في إمكانه أن يضمها جميعا ويضم أشياء جديدة أخرى فقط مع هذا الفارق وهو أن جميع أشياءه وأنشطته تسمى بأسماء يسبقها أحد المقطعين، سيبير **Cyber**، وتلي **Tél**، الأول يدل على التحكم، والثاني معناه عن بعد. أما هوية الأشياء التي يحتويها والأنشطة التي تتم فيه فتحدد بالوصف الاعتباري: **Virtuel**، ونحن نترجم هذه الكلمة بـ"اعتباري"، وليس بـ"افتراضي" أو "وهمي" حسب المعنى الأصلي للكلمة، لأن الأمر هنا يتعلق، ليس بمجرد وجود تصوري مفترض من صنع الخيال أو الوهم، بل بوجود واقعي

<sup>1</sup> سامية محمد جابر: علم الاجتماع العام، دار النهضة العربية، بيروت، 2003، ص 235.

مشاهد عبر الصورة والكلمة وجميع الرموز، ولكنه مع ذلك "إعتباري" (من العبور و الإعتبار معا)، بمعنى أن الإتصال فيه يتم عن بعد وعبر رموز.<sup>1</sup>

## 2. تعريف المجتمع الافتراضي:

يلاحظ المتأمل لمفهوم المجتمع بأنه يتكون من العناصر الأساسية التالية: مجموعة من الأفراد يتفاعلون في علاقات إجتماعية. يتميزون بكيان ذاتي وثقافة متميزة. يتقيدون بقواعد أو بنى للأدوار والسلوك والقيم بما في ذلك مكانات السلطة، إنه مستر 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، ومن خلال التعريف السابق الذي أورده للمجتمع الطبيعي يمكننا تعريف المجتمع الافتراضي.

يعرف قاموس الإعلام والإتصال Dictionary of media and communication المجتمع

الافتراضي على أنه "مجموعة من الأشخاص يتفاعلون في الأنترنت مثل غرف الدردشة ويتبادلون الإهتمام".<sup>2</sup>

ويعرف "سيرج بروكس" المجتمع الافتراضي بأنه "مجموعة أفراد يستخدمون منتديات المحادثة، حلقات النقاش، أو مجموعات الحوار...، والذين تنشأ بينهم علاقة إنتماء إلى جماعة واحدة ويتقاسمون نفس الأذواق، القيم، الإهتمامات ولهم أهداف مشتركة".<sup>3</sup>

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

ذلك أن معظم العناصر التي تميز المجتمع الحقيقي صارت متوفرة في مجتمع آخر من نوع جديد يعيش في جغرافيا "الفضاء السيبري" ويتصف بقدر واضح من النظم والقواعد والأدوار، بقدر من الملامح الثقافية المميزة التي تدور

<sup>1</sup> عزام أبو الحمام، مرجع سبق ذكره، ص66.

<sup>2</sup> جمال الزرن: هندسة المكان الافتراضي منتجة لخطاب ثقافي، 2009، تم استرجاعها بتاريخ 2016/03/15 من

<http://jamelwran.jeeran.com/archive/2009/3/82100.html>

<sup>3</sup> Marcel danesi, dictionary of media and communication, United states of America : Library of Congress Cataloging-in-Publication, 2009 Data-p300

حول الإستخدامات المختلفة لنظم الأنترنت ومهارات جديدة يجري اكتسابها بطرائق عديدة مثلما يحدث في التنشئة الاجتماعية في المجتمع الفعلي.<sup>1</sup>

ويعتبر ما قدمه راينغولد نقطة ابتداء مهمة لدراسة المجتمعات الافتراضية، من الناحية الاجتماعية، والتي عرفها بقوله: "إن المجتمعات الافتراضية هي جماعات إجتماعية تنشأ من الشبكة NET حين يستمر اناس بعدد كاف في مناقشتهم علنيا لوقت كاف من الزمن، بمشاعر إنسانية كافية لتشكيل شبكات من العلاقات الشخصية في الفضاء السيبري".<sup>2</sup>

أما (Karasar) فيعرف المجتمع الافتراضي على بأنه "مجموعة أشخاص اندمجوا في الإتصالات والتفاعلات عبر الأنترنت في حلقات النقاش أو منتديات المحادثة الإلكترونية، أما Schramm فيرى أن المجتمع الافتراضي هو عملية تقاسم فضاء للإتصال، مع أفراد لا نعرفهم، وغالبا ما يتم هذا في الوقت الحقيقي، وهو عبارة عن إنعكاس للمجتمع الواقعي، لكن لا يوجد فيه أناس فعليون و اتصالات حقيقية كما في الواقع (أي أنها افتراضية) وهو عبارة عن جمهور من كل أنحاء العالم، جالسون أمام شاشة الكمبيوتر للتواصل مع بعضهم البعض.<sup>3</sup>

وعرف بسيوني إبراهيم حمادة المجتمعات الافتراضية على أنها "تجمعات إجتماعية تظهر عبر شبكة الأنترنت تشكلت في ضوء ثورة الإتصالات الحديثة تجمع بين ذوي الإهتمامات المشتركة، يتواصلون فيما بينهم ويشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي".<sup>4</sup>

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 الإستخدامات 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،

<sup>1</sup> حنان بنت شعشوع الشهري: مرجع سبق ذكره، ص33.

<sup>2</sup> عزام أبو الحمام: مرجع سبق ذكره، ص90 .

<sup>3</sup> علي محمد رحومة: مرجع سبق ذكره، ص 65.

<sup>4</sup> إبراهيم بعزيز: مرجع سبق ذكره، ص73.

والتفاعل الافتراضي، والروابط التي تجمع بين المستخدمين، وفي دراستنا هذه نتبنى تعريف هارولد راينغولد الذي نجده ربما جامعاً لتعريفات عدة فهو يركز على المقومين الاجتماعي والتكنولوجي لهذه المجتمعات، ذلك أن هذه المجتمعات تنشأ أصلاً بفعل الدافع الاجتماعي (تجمعات إجتماعية) في بيئة التكنولوجيا (شبكة المعلومات)، أي في ظروف تكنو-إجتماعية، 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.<sup>1</sup>

إن 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 لأنه مرتبط بتكنولوجيا الإتصال، وبمجتمع المعلومات العالمي وهذا المجتمع أخذ في التشكل ولا يستطيع أحد التكهن بالصورة الأساسية للمجتمع الافتراضي في المستقبل وذلك لعدة إعتبارات منها:

- سرعة التغيرات التي تطرأ على هذا المجتمع، وإرتباط تحولاته بصناعة البرمجيات التي تتطور في عالمنا بشكل ملحوظ.
- كثرة المتفاعلين في السياق الافتراضي، إذ أن هذه التفاعلات بدأت على المستوى النخبوي والآن يتعامل معها كل من يجيد أساسيات التعامل مع الكمبيوتر.
- تفاوت أعمار المترددين على تفاعلات المجتمع الافتراضي، إذ أنه لا يرتبط بشريحة عمرية واحدة، فجميع الاعمار منذ الطفولة حتى الشيخوخة تتفاعل في هذا السياق.
- تعدد الصور والآليات التي يتواصل بها الأفراد في التفاعلات الافتراضية ما بين غرف محادثات مجموعات بريدية وقوائم بريدية ومنتديات، ومدونات وغيرها من طرق التفاعل.

<sup>1</sup> بسويوني إبراهيم حمادة: حرية الإعلام الإلكتروني الدولي وسيادة الدولة، مركز الدراسات وبحوث الدول النامية، القاهرة، 2001، ص34-35.

لقد تجسدت المجتمعات الافتراضية بشكل كبير في السنوات الأخيرة مع ظهور الجيل الثاني للإنترنت وأصبحت وسيلة مهمة جدا 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 الأمثل التي يتصل بها الأفراد مع بعضهم البعض.<sup>1</sup>

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

### 3. خصائص المجتمعات الافتراضية:

أهم ما يميز هذه التجمعات الافتراضية هي أنها متاحة للأفراد الذين يريدون المشاركة في أحد أنماطها، فالمدينة الافتراضية على حد قول البرتا روبرت **Alberta Robert** وميشيل جينكنسون **Jenkinson Michael** مدينة لا تنام. فهناك دائما أفراد مشتركون في التفاعلات الافتراضية حتى في منتصف الليل. ولا غرابة في ذلك فلقد أصبحت الإنترنت بشكل عام جزءا من حياة الناس والجماعات الافتراضية بأنماطها المختلفة باتت تشكل أهمية للعديد من المهتمين بالإنترنت على وجه خاص. وذلك ما دعا ماريا باكرد جيفا **Bakardjieva Maria** إلى أن تعلن أن الحاسوب أصبح أسلوب حياة، وذلك في الفصل الذي أعدته بعنوان التكنولوجيا في حياتنا اليومية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> علي محمد رحومة: تنمية المجتمعات الافتراضية عوامل نجاح جديدة للتطوير الشبكي التكنو-إجتماعي، معهد النفط الليبي، ليبيا، 2009، ص4.

<sup>2</sup> وليد رشاد ركي: المجتمع الافتراضي نحو مقاربة للمفهوم، دار الفكر، مصر، 2009، ص44.

من بين الخصائص الأساسية للمجتمعات الافتراضية أن الأفراد ينتظمون دون علاقة محددة تربطهم بمكان وزمان معين.<sup>1</sup>

• **الاتصال والتفاعل:** إن ما يميز المجتمعات الافتراضية هو طبيعة التفاعل الذي يكون من خلال الاتصال الوسيطي. ويرى علماء الاجتماع الفيبري (Weberniens) 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 الوسيطي، وانتشاره في مناحي الحياة كافة بشكل ير مسبق، كان قد دفع العديد من الباحثين الاجتماعيين إلى إيلاء هذه الوسائط مزيداً من الإهتمام، ودعاهم إلى إعادة النظر في فهمهم لأبعادها الاجتماعية وتأثيراتها في الاتصال الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية.<sup>2</sup>

• **التعبير عن المشاعر في المجتمعات الافتراضية:** على الرغم من أن التعبير على المشاعر عادة يكون بالعديد من الميكانيزمات غير اللغوية مثل الضحك، الإبتسام، تعابير الوجه وغيرها، يكون هذا التعبير في المجتمعات الافتراضية من خلال الرسائل النصية التي قد تكون أحيانا متبوعة بما يعرف بالإيموتيكونات ، أو سмайليز.<sup>3</sup>

• **الأعضاء لديهم غرض مشترك، مصلحة وإهتمام وإحتياج، أو نشاط بسبب الإلتزام للمجتمع المعني ومن 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 إلى ذلك فقد كان هناك إتفاق بين الباحثين بشأن نقاط أخرى تكثف وتؤثر في التفاعلات على الخط، وهي:**<sup>4</sup>

✓ وجود دليل على أن المشتركين الأعضاء لديهم أدوار مختلفة.

✓ الوعي بحدود العضوية وهوية الجماعة.

<sup>1</sup> حلمي خضر ساري: مرجع سبق ذكره، ص303.

<sup>2</sup> حلمي خضر ساري، مرجع نفسه، ص304.

<sup>3</sup> علي محمد رحومة، مرجع سبق ذكره، ص74.

<sup>4</sup> مريم نزيان نومار : مرجع سبق ذكره، ص95-96.

- ✓ المعايير المبدئية للإشتراك في المجتمع المعني.
- ✓ تاريخ المجتمع ووجوده على مدى فترة من الزمن.
- ✓ الأحداث الملحوظة والطقوس التي يمارسها الأعضاء.
- ✓ البيئات الطبيعية المشتركة.

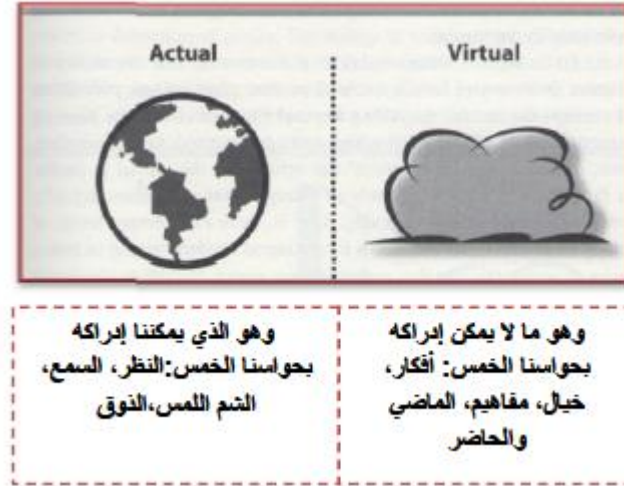
ويمكن أن تختلف وجهات النظر بشأن هذه الخصائص وفق الحقل المعرفي المعني ومدى تركيز بعضها، ودرجة أهميتها في مجال دون آخر. ولذلك نجد الاختلافات واضحة بشأن تعريف المجتمع الافتراضي نظرا لإرتباط هذه التعريفات بالخصائص المحددة للمجتمع في حد ذاته.

#### 4. الفوارق بين المجتمع الطبيعي والمجتمع الافتراضي:

رغم محاكاة المجتمع الافتراضي بشكل كبير للمجتمع الطبيعي إلا أن هناك العديد من الفوارق التي يمكن من خلالها التمييز بينهما:<sup>1</sup>

- ❖ من أهم صفات المجتمع الطبيعي أنه مجتمع يدوم لفترة طويلة، في حين نجد بأن المجتمع الافتراضي مهدد بالزوال في أي لحظة مع مجرد إنقطاع في الإتصال بالإنترنت أو انقطاع 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 أن الأشخاص في المجتمعات الافتراضية غالبا ما تجمعهم مصالح مشتركة عكس المجتمع فلا يشترط ذلك.
- ❖ الإتصال في المجتمع الطبيعي يكون مواجهي أما في المجتمع الافتراضي فهو إتصال 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 الإتصال المواجهي مثل الرموز غير اللغوية، والتعابير عن المشاعر مثل: الضحك والقلق و الإضطراب، وتعابير الوجه، إلى جانب لغة الجسد وغيرها. في حين نجدها في المجتمع الافتراضي تحولت إلى مجموعة من الرموز التي يطلق عليها إيموتيكونات يعتمد عليها المتفاعلين لتوصيل طبيعة مشاعرهم للطرف الآخر المتفاعلين معه بفعل التكنولوجيا.

<sup>1</sup> Jim Banister, **Word of mouse, the new age of networked media**, chicago, 2009,p53.



### شكل (1): الواقع والافتراض<sup>1</sup>

ويمكن 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 غلكترونية افتراضية ويشترك أعضاؤه في الكثير من الروابط والإهتمامات 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 وأحجاما صغيرة أو كبيرة من المشاركين وفترات زمنية غير مقيدة كل ذلك يتيح الفضاء السيبري بدلا من الفضاء الطبيعي، فتتفاعل جماعات النقاش والحوار ويحدث التآلف و تنمو المصالح الشخصية الاجتماعية والإهتمامات النفسية والثقافية والسياسية والإقتصادية و الأدبية المشتركة. إلى جانب كون المجتمعات المحلية الافتراضية هي عمليا جماعات لتبادل المعلومات والإتصال التقني المفيد معرفيا و إجتماعيا، والذي بدوره يكسب نوعا من العادات والتقاليد واللوائح الاجتماعية المشتركة من الجماعة أو المجتمع الافتراضي المعني.<sup>2</sup>

بالطبع قد يجادل البعض-من جانب آخر وهم على حق في أن 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.

<sup>1</sup> علي محمد رحومة : مرجع سبق ذكره، ص65.

<sup>2</sup> عزام أبو الحمام: مرجع سبق ذكره، ص91.

صحيح أن 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.<sup>1</sup>

### جدول (03) أهم الفروق بين المجتمع الطبيعي والمجتمع الافتراضي

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

إن الدراسات العلمية للجماعات الافتراضية تقدم تفسيراً لفهم نتائج التقنية الإلكترونية على التفاعل الاجتماعي على الرغم من أن ما يواجهه هذا النوع من الجماعات من صعوبات في دراستها قد لا تتوافر في دراسة الجماعات العادية ذات الإتصالات المباشرة. فهذه العلاقات الكونية الجديدة وليدة التقدم في وسائل الإتصالات فقد إتخذت هذه التجمعات من الانترنت آلية للإتصال والتفاعل وذلك بعدة مستويات وأبعاد منها البريد الإلكتروني، خدمة النقاش، صفحات الويب. وأن هذه التجمعات تفتقد إلى الإطار المكاني و هذه التجمعات تجمع بين أفرادها فضاء مشترك لا يعتمد بالأساس على المشاركة الفيزيقية الحيوية.<sup>2</sup> ومع تطور خدمات الأنترنت تأسست بشكل واضح علاقات إجتماعية افتراضية ساهم التزايد الكبير في إستخدام الشبكات الاجتماعية في إنتشارها ليصبح لها دور مهم في المجتمع الافتراضي.

<sup>1</sup> علي محمد رحومة: مرجع سبق ذكره، ص75.

<sup>2</sup> حلمي خضر ساري: مرجع سبق ذكره، ص314.

### III. العلاقات الاجتماعية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية:

#### 1. الشبكات الاجتماعية وتشكيل المجتمعات الافتراضية

يقوم الأفراد الذين يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية بإقامة روابط فيما بينهم ويجتمعون في جماعات مختلفة ، كل واحدة لها إهتماماتها 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 إلا عبر معدات إلكترونية 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 الاعطال التي قد تصيب هذه الاجهزة وتمنعها بالتالي من تأدية وظائفها تمثل كارثة وجودية بالنسبة له.<sup>1</sup>

ولقد نجحت مواقع الشبكات الاجتماعية من خلال خصائصها التي تتيح التفاعل بين مختلف مكونات المجتمع أن تجسد بشكل واضح معايير المجتمع الافتراضي الذي ينمو مع مختلف المحددات التي تتيحها هذه الشبكات ، حيث يقتضي التحليل الموضوعي القول بأن العلاقات الاجتماعية على الأنترنت ، أو إستخدام الخدمات الإلكترونية للتواصل مع الآخرين، والتفاعل معهم حول الإهتمامات أو النشاطات المشتركة في ظل عالم افتراضي، هو أمر يمكن أن يقدم وسيلة ممتازة لمتابعة الهوايات وتأسيس الصداقات الجديدة وتعزيز تلك المكونة أصلا ،وممارسة الألعاب والتشارك بالأفكار.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> الصادق رايح : الأنترنت كفضاء مستحدث لتشكيل الذات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، د م ن ، 2007، ص3.

<sup>2</sup> إبراهيم إسماعيل عبده: مرجع سابق، ص100.

فالمجتمع الكلاسيكي الذي يتكون من أفراد وجماعات نجحت من خلال دخول الشبكات الاجتماعية أن تخلق أنماطاً إتصالية جديدة، فالفرد أصبح يتصل مع فرد آخر اتصالاً وسيطياً وأصبح التفاعل إفتراضياً تغيب فيه حدود الزمان والمكان وتملاء الهوايات الإفتراضية الإلكترونية، وتحول الأفراد في المجتمع الكلاسيكي الذين بدأوا ينسحبون إلى الشبكات الاجتماعية إلى أفراد افتراضيين يتفاعلون إفتراضياً وينتمون لجماعات افتراضية ويشاركون في نشاطات حياتية متنوعة تدور كلها في عالم واحد هو العالم الإفتراضي.

ففي الوقت الذي يتكون فيه المجتمع الطبيعي من أفراد وجماعات تتفاعل فيما بينها فإن الشبكات الاجتماعية تتيح عدداً من المعايير والقواعد التي تسهل هذا التفاعل وتردع في الوقت ذاته أي تجاوزات كالتعدي على الآخرين بالسب أو مضايقة شخص آخر ما أو الإساءة لديانه، هذه التفاعلات الواقعية انتقلت من خلال الشبكات الاجتماعية إلى العالم السيبري مجسدة بذلك خصائص المجتمع الإفتراضي من حيث التفاعل، طبيعة الإتصال، 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 الإنتشار الواسع لهذا الوجود عبر الأنترنت.<sup>1</sup>

## 2. الفوارق بين العلاقات الإفتراضية والعلاقات الكلاسيكية

عندما يبحر الأنترناتي في الفضاء الإلكتروني بحثاً عن المعلومات ومصادر متنوعة فغنه ليس مفصلاً تماماً عن عوالمه المادية كما يبدو للبعض، فإذا كانت الشاشة باعتبارها وسيطاً تقنياً، تحيل في أذهاننا على معنى الإخفاء وإسقاط إمكانية التفاعل الوجهي (الحضوري) فإنها تتيح لنا إستثمار مساحة حميمية تكون أداتنا في توصيل المعلومات التي نرى أنها مهمة وقيمة.<sup>2</sup> هذه المساحة الحميمية وإن كنا نعتمد فيها على الوجود الإفتراضي فإنها كثيراً ما تتحول إلى علاقات رغم طبيعتها الإفتراضية إلا أنها ذات قوة وأهمية كبيرة في حياة العديد من الأشخاص الذين لم يعد بإمكانهم الحياة بعيداً عن الشاشة.

لقد أدت تكنولوجيا الإتصال الحديثة وعلى رأسها الأنترنت إلى تغير جذري في كيفية تشكيل النسيج الاجتماعي، وبناء العلاقات الاجتماعية، كما تغيرت المعايير التي تقاس على أساسها العلاقات وإمكانية إستمرارها، فبعد أن كان في الماضي البعد الجغرافي يلعب دوراً كبيراً في تكوين الفرد لعلاقاته، أي أن التقارب الجغرافي والإحتكاك اليومي في مختلف الأماكن (السوق، المدرسة...) هو الذي تكون على أساسه الروابط الاجتماعية، فقد أصبح

<sup>1</sup> مريم نزيان نومار: مرجع سبق ذكره، 110.

<sup>2</sup> الصادق رابح: مرجع سبق ذكره، ص5.

الأمر مع التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الإتصال والأنترنت مختلفا تماما فيمكن لأي شخص أن يتعارف مع أفراد من مختلف أنحاء العالم ويكون معهم علاقة ، حتى وغن كان بعيدا عنهم جغرافيا وحتى إن لم يلتق معهم أبدا وجها لوجه.

ورغم هذا التغير في طبيعة العلاقات وكيفية تشكلها يبقى الكثير من الكتاب والمختصين يرون في هذا النوع الجديد من الروابط ماهو إلا إمتداد للروابط القائمة الكلاسيكية، أي أنها تخضع تقريبا لنفس المعايير. ويمكننا ان نفرق بين العلاقات الافتراضية والعلاقات الكلاسيكية من خلال بعدين أساسين هما:<sup>1</sup>

#### البعد الأول: القرب الوظيفي جدلية العلاقة - الإنسان والمكان:

أهمية القرب لبداية الإحتكاك والإتصال الإجتماعي - في عصر المعلوماتية القرب وهمي ولا يتم من خلال الفراغ المكاني أي المكان إفتراضي 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-الحضور في المعلوماتية غير متزامن وعن بعد بدلا من الحضور المتزامن. فالتفاعل يكون في أي مكان وفي أي وقت.

<sup>1</sup> نوبي محمد حسن : ثورة المعلومات والعلاقات الاجتماعية، الرياض، جامعة الملك عبد العزيز، الجمعية السعودية لعلوم العمران، 2000، ص69.

وتظهر الفروق الأساسية بين العلاقات الافتراضية والعلاقات الكلاسيكية فيما يلي:<sup>1</sup>

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 الاعتماد 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 الاعتماد على ما يعرف بالإيموتيكونات أو من خلال الرسائل النصية التي يتبادلها المتفاعلون.

ورغم كل هذه الفروق الموجودة بين العلاقات الافتراضية والعلاقات الكلاسيكية، تبقى الأولى مكتملة للثانية فماهي إلا إمتداد لها رغم التخوفات المقترحة، لأن الإتصال التقليدي وجها لوجه كان يتميز بخصائص فجاءت الإتصالات عبر التقنيات الحديثة لتضفي بعض الميزات الأخرى، وكما يقول "محمد محفوظ" فإن التطور التاريخي لتكنولوجيا الإتصال يبين أنها تقوم دائما بسد ثغرات ونقائص الإتصال عن بعد، والتي تنعدم في الإتصال الشخصي المواجهي، يعني أن النقائص الموجودة في الإتصال عن بعد مقارنة بالإتصال المواجهي تعمل

<sup>1</sup> مريم نزيان نومار: مرجع سبق ذكره، ص 103.

التكنولوجيات الإتصالية دائما على إزالتها ، من خلال توفير وسائل وتقنيات وظروف تجعل المتصل يحس بأنه مع من يتصل به دون حدود زمانية أو جغرافية.<sup>1</sup> لكن وإن آمنة بتكاملية هذه العلاقة فإن الانتشار الواسع للعلاقات الافتراضية في حياة الاشخاص سواء كانت نتيجة للتفاعل الاجتماعي عبر الأنترنت بغرض ربط علاقات إجتماعية أو بهدف التعليم الإلكتروني أو التجارة الإلكترونية وغيرها بدأت تطرح العديد من التساؤلات حول مستقبل العلاقات الاجتماعية التقليدية.

### 3. العلاقات الافتراضية عبر الشبكات الاجتماعية ومستقبل العلاقات الاجتماعية التقليدية :

أبدى الدارسون والمهتمون باستخدام تكنولوجيا الإتصال تخوفاتهم من إمكانية تأثر الروابط الاجتماعية بين الأفراد بفعل ظهور هذه الطرق والقنوات الحديثة للإتصال، التي قلبت التواصل في المجتمع راسا على عقب بعد أن جعلت الحضور الفيزيائي أو الحضور الاجتماعي والتقارب الجغرافي ، التوافق التزامني ، والتماثل الثقافي أمور لا يشترط توفرها لإقامة التواصل بين الافراد . حيث اصبح الأفراد داخل البيئة الإتصالية الجديدة يتمتعون بقدرة على خلق فضاءات إتصالية افتراضية يلتقون فيها ظرفيا كأسلوب تعبيرى جديد يمكنهم من الإتصال بالآخرين.<sup>2</sup>

ومع تزايد الإعتماد على الفضاءات الافتراضية بدأت تتجلى العديد من التساؤلات حول ما إذا كان انتشار العلاقات الافتراضية الناتجة عن إستخدام الأنترنت يؤثر سلبا على العلاقات الاجتماعية التقليدية في المستقبل أو يساهم في دعمها وتقوية روابطها.

وفي دراسة على 895 مفردة من مستخدمي الأنترنت توصل PEW Research Centr's internet و American Life Project إلى أن : 85% يعتقدون بأنهم في عام 2020 عندما سيقمون حياتهم بصورة عامة، صداقاتهم وعلاقاتهم الزوجية وغيرها من العلاقات سيجدون بأن الأنترنت كان لها قوة إيجابية على علاقاتهم الشخصية والزوجية وغيرها من العلاقات ، في حين يرى 14% عكس ذلك ويعتدون بأنهم في عام 2020 عندما ينظرون إلى صداقاتهم وعلاقاتهم الزوجية وغيرها من العلاقات، سيجدون بأن الأنترنت كان لها

<sup>1</sup> إبراهيم بعزیز : مرجع سبق ذكره، ص71.

<sup>2</sup> يامين بودهان : المواقع التواصلية لشبكة الانترنت نحو ميلاد بيئة إتصالية جديدة ، بحث مقدم للملتقى وطني حول تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على الأفراد والمجتمعات، جامعة سطيف 19/18 أكتوبر 2010، ص35.

قوة سلبية على علاقاتهم الاجتماعية.<sup>1</sup> أمام هذه التصورات ظهر إتحاهين رئيسين متعلقين برؤية مستقبل العلاقات الاجتماعية في ظل إنتشار العلاقات الافتراضية.

### 1.3. الإتجاه الأول: الإتصال عبر الأنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية يدعم العلاقات الاجتماعية :

كان باري قد كتب بأن المجتمع الافتراضي كشبكة من العلاقات الشخصية تقدم المؤانسة والدعم المعلومات والشعور بالإتئاء والهوية الاجتماعية ، ويقول **gulia welman** بأن الكمبيوتر يدعم الشبكات الاجتماعية من خلال مجموعة متنوعة من الخدمات مثل الإميل الدردشة... وغيرها، ولقد إستطاعت المجتمعات الافتراضية من خلال الشبكات الاجتماعية أن توفر العديد من الفرص للأشخاص لمشاركة حياتهم الخاصة مع آخرين في نموذج من المجتمعات هو المجتمع الرقمي الافتراضي. ولقد أشار العديد من الأشخاص الذين يعتبرون بأن الأنترنت تمثل قوة إيجابية في علاقاتهم بأنها سمحت لهم بإنشاء العديد من العلاقات، سواء كانت قوية أو ضعيفة. حيث لم يعد البعد الجغرافي يمثل عائقا أمام الحفاظ على هذه العلاقات وتقويتها. ويؤكد العديد ممن يدعمون هذا الإتجاه أن الشبكات الاجتماعية عبر الأنترنت والتواصل من خلالها يساهم في دعم العلاقات الاجتماعية والحفاظ عليها. ومثال ذلك الدور الذي يلعبه الفاييسوك اليوم في حياة الأشخاص. حيث يرى العديد من مستخدمي الموقع ساعدهم في الحفاظ على علاقاتهم الاجتماعية القديمة والقائمة، وهو الهدف من الموقع منذ إنشائه، حيث سمحت هذه المواقع "الفايسوك" و "تويتر" للمستخدمين أن يبقوا على إتصال مع الأصدقاء في اوقات فراغهم حتى الوقت الذي يجلس فيه في المكتب أو ينتظر القطار. وتبين الدراسات بان الفاييسوك مؤخرا أصبح يضم أكثر من 47000 كلية، مدارس، عمال، شبكات إقليمية، عمال.. وغيرها. وتساهم اليوم هذه المواقع في العمليات التعليمية من خلال جمع العديد من ذوي الإهتمامات المشتركة. وتجدر الإشارة أن زوكر بيرغ من خلال تصميمه لموقع الفاييسوك ركز على إنتاج المنفعة الاجتماعية التي تربط الناس ببعضهم البعض في جميع أنحاء العالم وليس تركيزه على جعل الموقع يبدو جذابا وحسب. ويعتقد بأن الأشخاص الذين بإمكانهم التعبير عن أنفسهم عبر الأنترنت أكثر مما يتيح لهم الواقع، هم الأقدر على بناء علاقات إجتماعية مقربة من خلال الأنترنت، ويمكن تحديد نوعين من هؤلاء الأشخاص الذين لا يستطيعون تحقيق علاقاتهم وإكتشافها إلا عن طريق الأنترنت ، النوع الأول هم الذين يحسون بقلق إجتماعي من تواصلهم وجها لوجه. والنوع الثاني هم الاشخاص الذين يشعرون بالوحدة، هؤلاء الأشخاص يمكنهم تطوير علاقاتهم عبر الأنترنت بسرعة كبيرة ويمكن لهذه العلاقات أن تتحول

<sup>1</sup> مريم نزيان نومار: مرجع سبق ذكره، ص101.

إلى علاقات إجتماعية حقيقية يكون فيها التفاعل وجها لوجه. ويرى John.tompson أن التطور الحاصل في مجال تكنولوجيايات الإتصال لم يبلغ التفاعل المباشر وجها لوجه وإنما جاء ليكمله ويتممه.<sup>1</sup>

**3.2. الإتجاه الثاني: الإتصال عبر الأنترنت والشبكات الإجتماعية يؤثر سلبا على العلاقات الإجتماعية:** يشير ابراهيم إسماعيل إلى أن الأنترنت لها دور كبير في عزل الأفراد إجتماعيا وتفكيك العلاقات بين الأفراد في المجتمع، فالأفراد أصبحوا يقضون وقتا طويلا في التعامل مع الكمبيوتر والأنترنت 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 الإجتماعية وبالتالي التفكك الإجتماعي. خاصة في ظل إنتشار انماط جديدة من القيم والسلوكيات المستخدمة في المجتمع العربي كله، وهنا يشير المتخصصون إلى ما يطلق عليه إنطوائية الكمبيوتر. ويرى ويليامز وآخرون ان إستخدام الأنترنت قد يتدخل في الكثير من الأحيان في الإتصال داخل المنزل، وخلق ما يسمى بما بعد الأسرة، عندما يصبح الافراد يتفاعلون مع الكمبيوتر أكثر مما يتفاعلون مع بعضهم البعض.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> مريم نزيهان نومار: مرجع سبق ذكره، ص104.

<sup>2</sup> إبراهيم إسماعيل عبده: مرجع سبق ذكره، ص 59.

## الفصل الرابع

الجانب التطبيقي للدراسة

تفريغ البيانات:

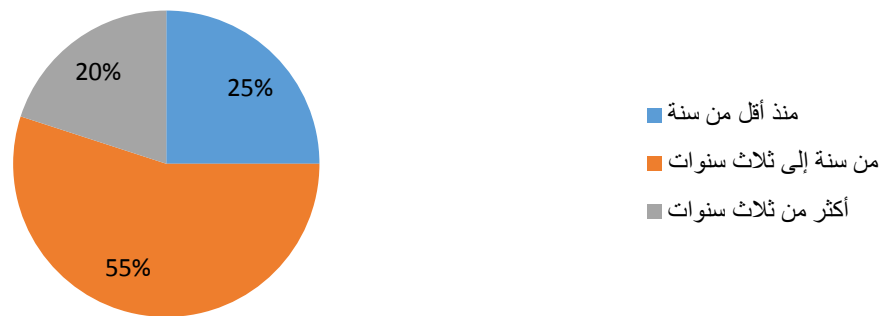
المحور الأول: عادات وأمط استخدام موقع "الفايسبوك"

الجدول 05: مدة استخدام المبحوثين لموقع "الفايسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	
25%	20	منذ أقل من سنة
55%	44	من سنة إلى ثلاث سنوات
20%	16	أكثر من ثلاث سنوات
100%	80	المجموع

• يمثل الجدول اعلاه مدة استخدام أفراد العينة لموقع التواصل الإجتماعي "الفايسبوك" وتشير نتائج الجدول إلى أن أكثر من نصف العينة بدأوا يستخدمون الموقع منذ "سنة إلى ثلاث سنوات" وذلك بنسبة 55% يليهم 25% يستخدمونه منذ أقل من سنة، في حين يستخدمه 20% منذ أكثر من ثلاث سنوات. وبالتالي النسبة الغالبة من المبحوثين يملكون حسابا على موقع "الفايسبوك" منذ ثلاث سنوات، وهذا يدل على إتساع وتطور استخدام هذا الموقع من طرف الجزائريين.

دائرة نسبية تمثل مدة استخدام الطلبة المبحوثين لموقع الفاييسبوك



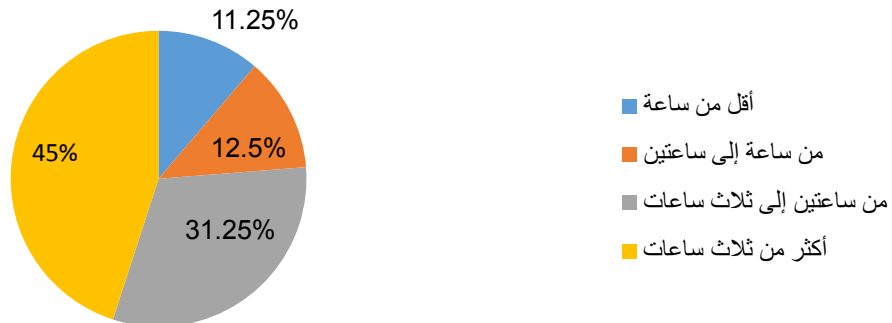
## الجدول 06: يبين الوقت المستغرق في استخدام أفراد العينة لموقع "الفايسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	
11.25%	9	أقل من ساعة
12.5%	10	من ساعة إلى ساعتين
31.25%	25	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
45%	36	أكثر من ثلاث ساعات
100%	80	المجموع

• يبين الجدول عدد ساعات استخدام "الفايسبوك" بشكل يومي بالنسبة لأفراد العينة، ونلاحظ بأن أغلبهم يقضون في تصفحهم للموقع أكثر من ثلاث ساعات وذلك بنسبة 45% في حين يقضي 31.25% منهم "من ساعتين إلى ثلاث ساعات" في استخدام الفايسبوك، يليهم 12.5% من "ساعة إلى ساعتين" في استخدام الفايسبوك فيما يستغرق 11.25% أقل من ساعة.

• ويمكن تفسير ذلك بأن المتعة التي يشعر بها مستخدمو "الفايسبوك" وقت استخدامهم للموقع ومشاركة أصدقائهم الآراء والمعلومات والأفكار، يجعلهم لا يعبرون أهمية للوقت الذي يستغرقونه في تصفح الموقع. خصوصا المواضيع المتعلقة بالنقاشات أو التعليقات على بعض الصور و الموضوعات.

دائرة نسبية تمثل الوقت الذي يستغرقه الطلبة المبحوثين في موقع الفايسبوك



الجدول 07: يبين الوقت المستغرق في الإستخدام حسب متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكور		
%	ت	%	ت	%	ت	
%11.25	9	%11.36	5	%11.11	4	أقل من ساعة
%12.5	10	%9.09	4	%16.67	6	من ساعة إلى ساعتين
%31.25	25	%31.82	14	%30.55	11	من ساعتين إلى ثلاث
%45	36	%47.73	21	%41.67	15	أكثر من ثلاث ساعات
%100	80	%100	44	%100	36	المجموع

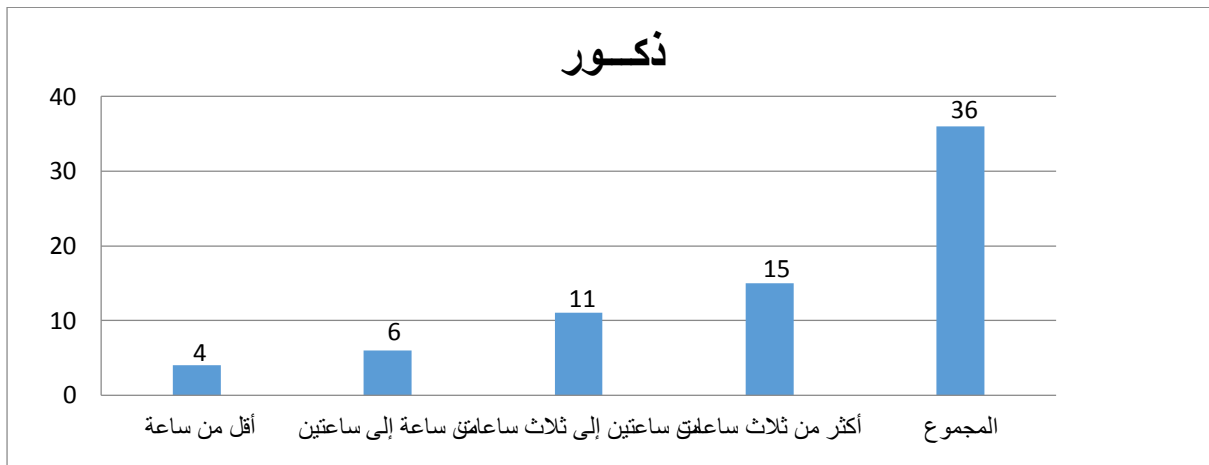
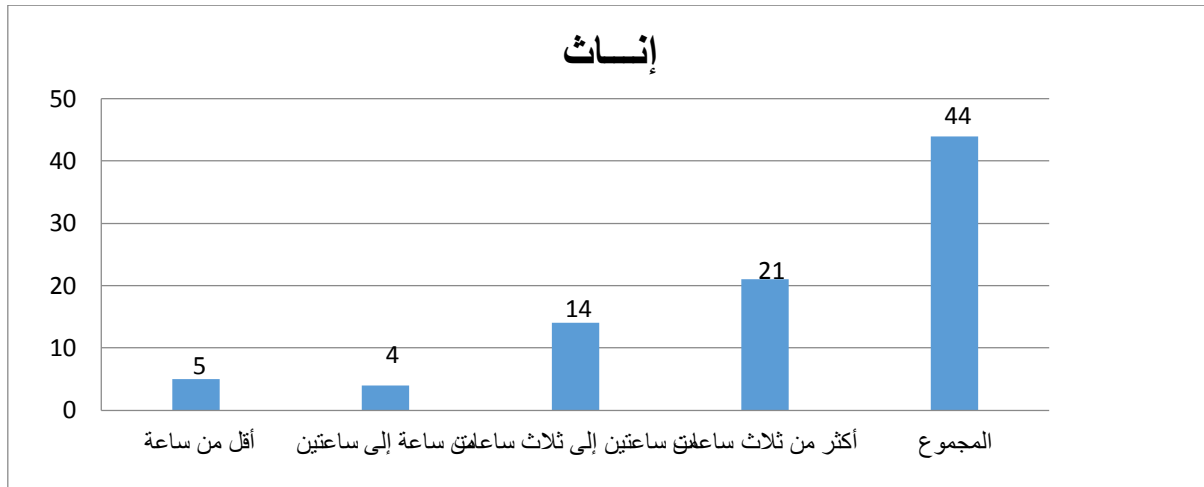
• يبين الجدول (07) الوقت الذي يستغرقه الذكور والإناث في إستخدام الفايسبوك، وتبين النتائج ان الإناث يقضون وقتاً أطول في إستخدام الفايسبوك مقارنة بالذكور، حيث تبين نتائج الجدول أن %47.73 من الإناث يستغرقون أكثر من ثلاث ساعات في الإستخدام، في حين يقضي نسبة %41.67 من الذكور نفس الفترة، مقابل %31.82 منهن تتصفح الموقع من ساعتين إلى ثلاث ساعات في حين يقضي نسبة %30.55 من الذكور نفس الفترة، أما بخصوص الفترات "أقل من ساعة" ومن "ساعة إلى ساعتين" فقد كانت النسب متقاربة بين كلا الجنسين.

• وتبين هذه النتائج أن الإناث أكثر تعلقاً من الذكور بموقع "الفايسبوك" ويخصصون له وقتاً أطول مقارنة بالذكور. بحكم أنه المتنافس الوحيد لفئة الإناث على عكس الذكور هناك مرافق أخرى متاحة لهذه الفئة "كالسينما، وصلات الألعاب، المقاهي..." وغيرها.

• هذه النتائج هي إنعكاس واضح لحجم القيود المفروضة إجتماعياً على فئة الإناث، فتجد في هذا الفضاء الافتراضي الحرية اللازمة للترفيه والتنفيس عن ضغوطات الحياة اليومية.

• إضافة إلى كون موقع "الفايسبوك" فضاء لا يخضع للرقابة الإجتماعية ولا للإلتزامات القانونية، وهذا ما يفسر تعلق فئة الإناث بهذا الفضاء الافتراضي.

تمثيل بياني : يبين الوقت المستغرق في الإستخدام حسب متغير الجنس



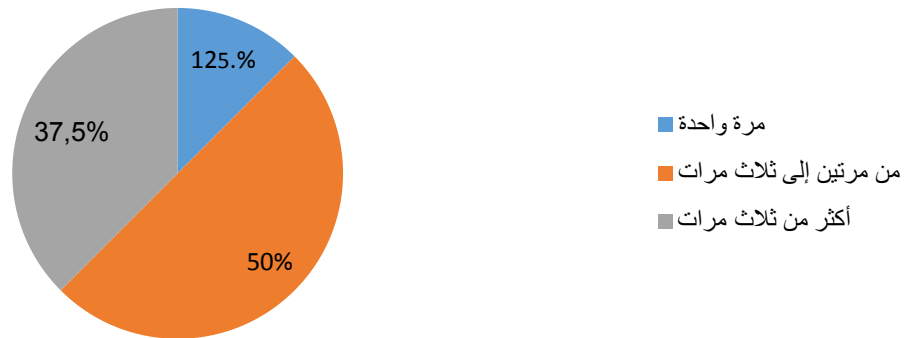
الجدول 08: عدد مرات تصفح أفراد العينة لموقع "الفايسبوك" في اليوم الواحد

النسبة المئوية	التكرار	
12.5%	10	مرة واحدة
50%	40	من مرتين إلى ثلاث مرات
37.5%	30	أكثر من ثلاث مرات
100%	80	المجموع

• تبين نتائج الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة يتصفحون موقع "الفايسبوك" من مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم وذلك بنسبة 50%، في حين يتصفحها 37.5% أكثر من ثلاث مرات و 12.5% مرة واحدة.

• وتأتي هذه النتائج لتوضح أن العديد من الطلبة المبحوثين مدمنون على الموقع، فمن بين مؤشرات الإدمان عليه، كلما إستخدم الشخص الموقع أكثر كلما أحس بالرضا والمدمن على "الفايسبوك" يكون مهووسا بما يكتب على الجدار وبقراءة التعليقات ومتابعتها.<sup>1</sup> وربما هذا من بين الأسباب التي تجعل المستخدم يتصفح صفحته أكثر من ثلاث مرات في اليوم. ومن بين المؤشرات أيضا الرغبة الملحة للمستخدم في أن يفتح صفحته بهدف معرفة جديد التعليقات وكذا الأشخاص المتصلين.

دائرة نسبية تمثل عدد مرات تصفح الطلبة المبحوثين لموقع الفاييسبوك



<sup>1</sup> Jamie Lober . (2011) : **are you addicted to Facebook is the internet causing you to avoid the real life, [online] ;**

<http://www.familytimemagazine.com/articles/AreYouAddictedToFacebookweb.pdf>

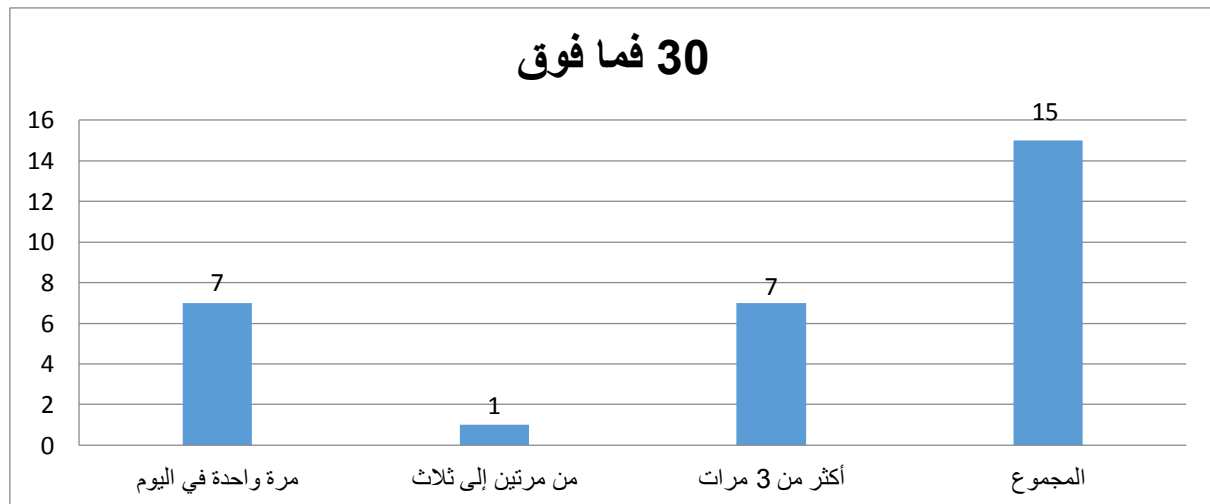
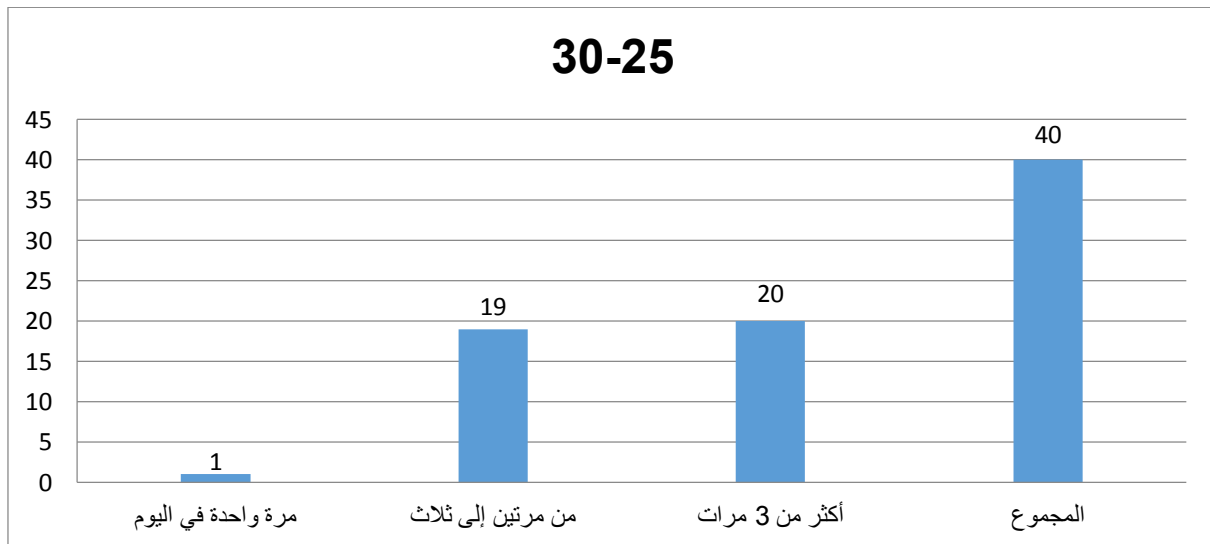
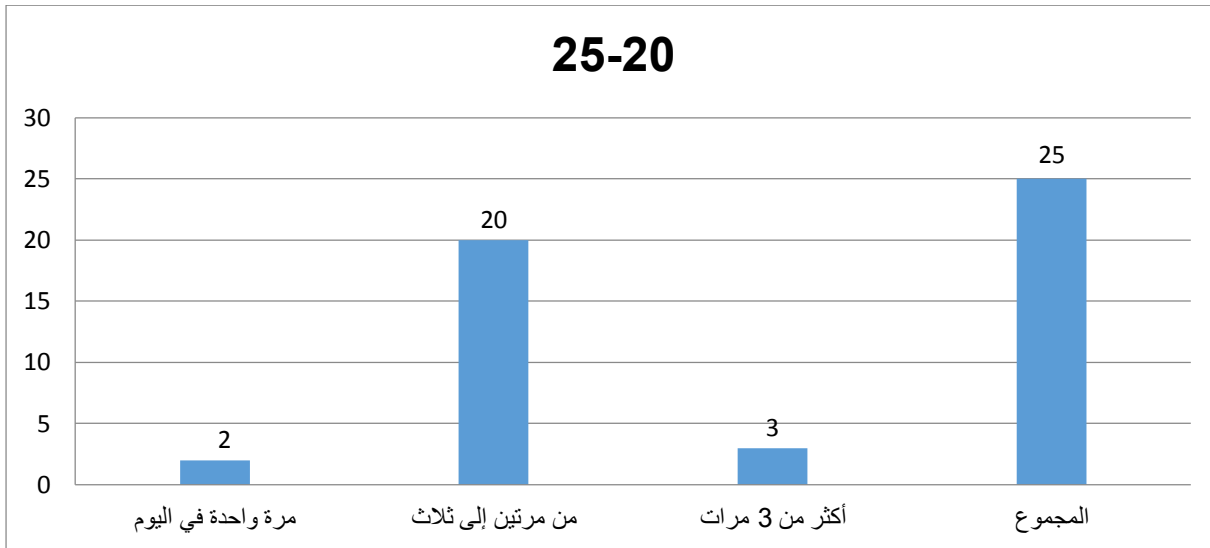
الجدول 09: عدد المرات التي يتصفح فيها أفراد العينة حسابهم في "الفايسبوك" حسب السن

المجموع		30 فما فوق		30-25		25-20		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%12.5	10	%46.67	7	%2.5	1	%8	2	مرة واحدة في اليوم
%50	40	%6.66	1	%47.5	19	%80	20	من مرتين إلى ثلاث
%37.5	30	%46.67	7	%50	20	%12	3	أكثر من 3 مرات
%100	80	%100	15	%100	40	%100	25	المجموع

• يتبين لنا من نتائج الجدول (10) أن أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم بين 25 و 30 سنة هم أكثر تصفحا لموقع الفاييسبوك، مقارنة بالفئات العمرية الأخرى، حيث تقوم 50% منهم بتصفح موقع "الفايسبوك" أكثر من ثلاث مرات في اليوم، مقابل 46.67% من أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم 30 سنة فما فوق، و 12% للفئة التي يتراوح سنها بين 20 و 25 سنة.

• نستنتج أن: الحاجة للتواصل عبر الفاييسبوك ووجود كل ما يرغب به الشخص في الحصول عليه من معلومات في مختلف المجالات، بالإضافة إلى كونه قناة اتصال مهمة، جعل من الطلبة يستخدمونه أكثر من مرة (والتي تنقل ادق التفاصيل الشخصية عن حياتها عبر هذا الموقع، وتقليد اشياء يقوم بها شخصيات مشهورة فنانين وغيرهم).

تمثيل بياني يوضح عدد المرات التي يتصفح فيها الطلبة المبحوثين حساباتهم في الفايسبوك حسب السن

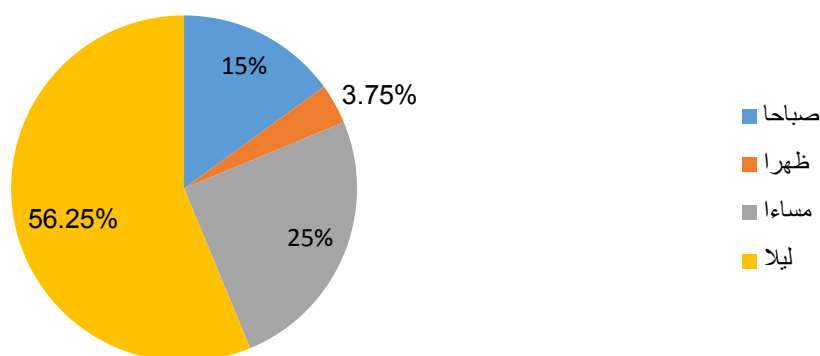


الجدول 10: الفترات المفضلة لإستخدام "الفايسبوك" لدى أفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	
15%	12	صباحا
3.75%	3	ظهرا
25%	20	مساء
56.25%	45	ليلا
100%	80	المجموع

• بفحص نتائج الجدول يتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة يفضلون إستخدام "الفايسبوك" ليلا وذلك بنسبة 56.25%، في حين يفضل 25% منهم إستخدامه مساء، و15% صباحا وتفضل إستخدامه نسبة 3.75% منهم ظهرا. ويبدو هذا الترتيب منطقيا حيث ان الفترة المسائية والفترة الليلية هي الأوقات التي يتفرغ فيها أغلبية الطلبة للأنترنت.

دائرة نسبية تمثل الفترات المفضلة لإستخدام الفايسبوك لدى الطلبة المبحوثين



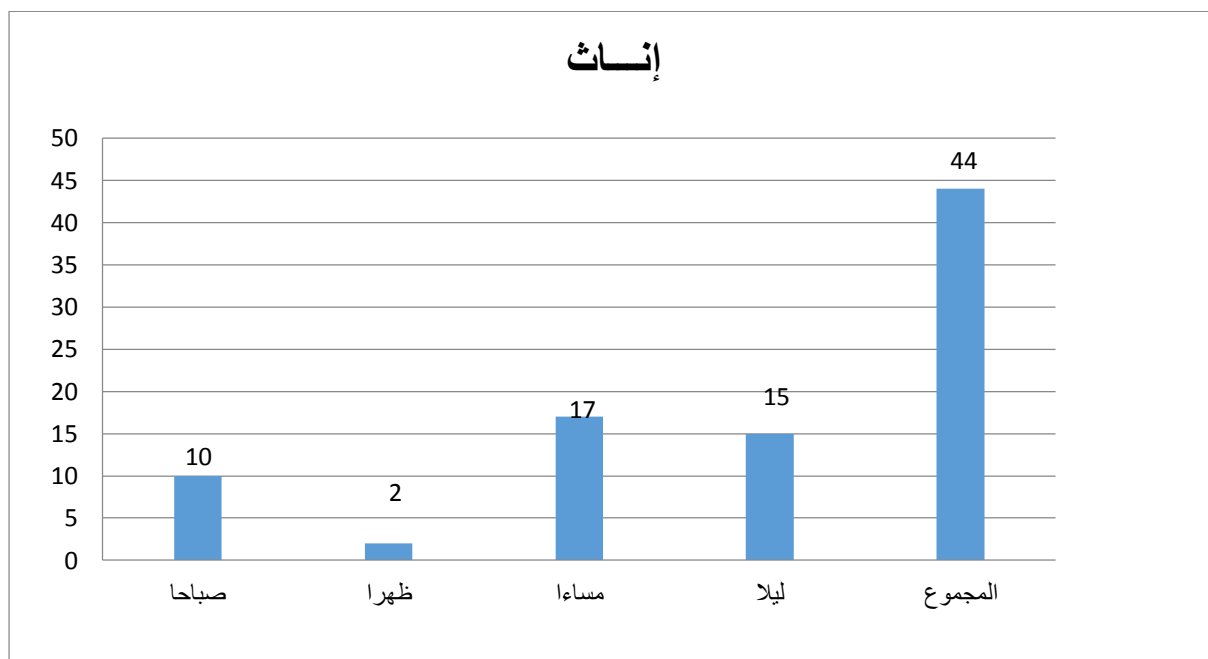
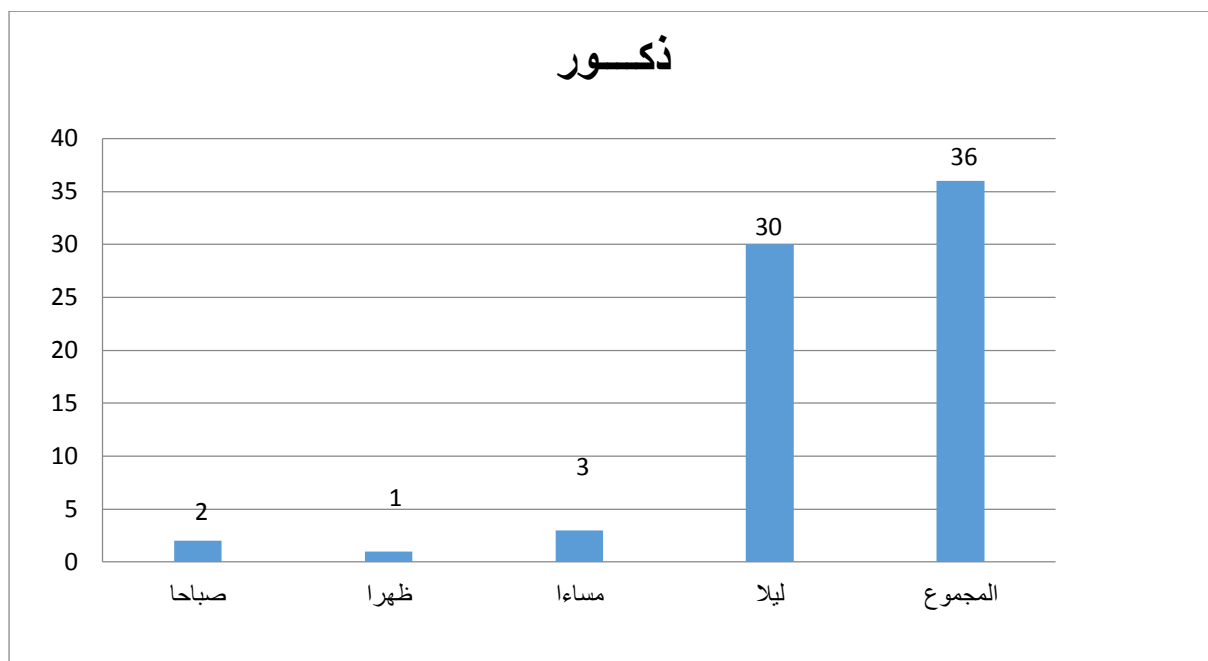
الجدول 11: يبين الأوقات المفضلة لإستخدام "الفايسبوك" حسب متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكور		
%	ت	%	ت	%	ت	
15%	12	22.73%	10	5.55%	2	صباحا
3.75%	3	4.54%	2	2.77%	1	ظهرا
25%	20	38.64%	17	8.33%	3	مساء
56.25%	45	34.09%	15	83.33%	30	ليلا
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع

• يبين الجدول (11) الأوقات المفضلة لإستخدام الفايسبوك بالنسبة للذكور وإناث العينة، وتوضح بأن نسبة الذكور الذين يميلون إلى إستخدام الموقع ليلا أكثر من نسبة الإناث حيث بلغت نسبة الذكور 83.33% مقابل 34.09% من الإناث. في حين نجد بأن إناث العينة أكثر إستخداما للفايسبوك في الفترة المسائية بنسبة 38.64% مقارنة بالذكور الذين يستخدمونه في نفس الفترة بنسبة 8.33%. ومن جهة اخرى نلاحظ أن الإناث أكثر إستخداما للموقع في الفترة الصباحية بنسبة 22.73% مقارنة بنسبة 5.55% من الذكور الذين يفضلون إستخدامه في نفس الفترة.

• وما نستنتجه من هذه الملاحظات أنه ليس هناك فروق كبيرة في تفضيل الإستخدام بين الذكور والإناث، غير أننا نلتمس بأن الذكور أكثر تفضيلا للفترة الليلية مقارنة بالإناث وربما لأن الذكور كثيرا ما يقضون أغلبية أوقاتهم خارج البيت وهذا ما يدفعهم إلى تصفح الأنترنت في تلك الفترة، في حين أننا نجد بأن الإناث توزعن إستخدامهن للفايسبوك على مختلف الفترات، وهي الأوقات التي تناسب أوقات فراغهن التي قد تكون صباحا أو مساء أو ليلا.

تمثيل بياني يبين الأوقات المفضلة لإستخدام "الفايسبوك" حسب متغير الجنس



الجدول 12: أماكن استخدام أفراد العينة "للفايسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	
40.14%	55	المنزل
32.84%	45	مقهى الأنترنت
5.11%	07	الجامعة
21.90%	30	الهاتف النقال
100%	137	المجموع

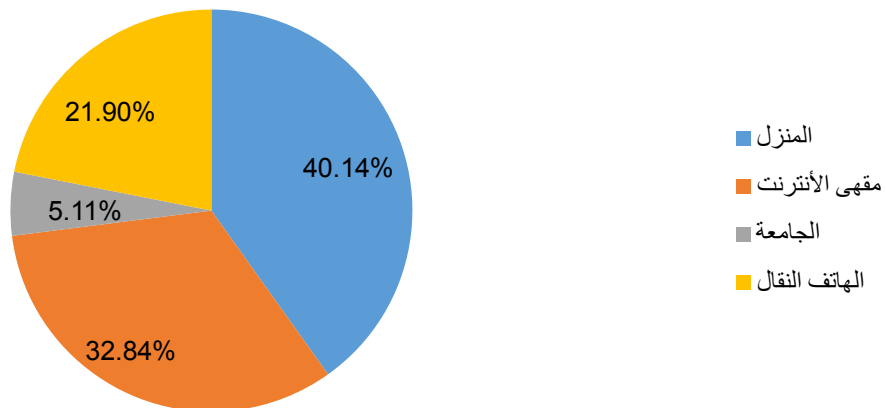
• تبين نتائج الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة يدخلون لموقع "الفايسبوك" من المنزل بنسبة 40.14% تليها نسبة 32.84% يدخلون للموقع من مقهى الأنترنت، ثم 21.90% من الهاتف النقال و 5.11% من الجامعة. وبناء على ذلك نستنتج:

- إرتفاع نسبة الربط بالأنترنت في البيوت الجزائرية ما يدل على زيادة مستخدمي الأنترنت في الجزائر، وهذا ما أكدته إحصائيات الأنترنت العالمية وكذلك إتصالات الجزائر.

- بسبب التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الإتصال أضحى من السهل الدخول إلى الشبكة بواسطة الهاتف النقال وهو ما سهل الأمور على الطلبة مستخدمي الفايسبوك وزاد من إستخدامهم للموقع.

- إنخفاض نسبة الذين يدخلون للشبكة من الجامعة بسبب عدم توفر خدمة الأنترنت في الجامعة إلا في مركز الحسابات. بالإضافة إلى نقص الأجهزة الخاصة بالإتصال كالهواتف الذكية والحواسيب المحمولة بالنسبة للطلبة كونهم من فئات محدودة الدخل. وهذا ما يجعل الأماكن أكثر استخداما هي في المنزل او في مقهى الأنترنت.

دائرة نسبية تمثل أماكن استخدام الطلبة المبحوثين للفايسبوك

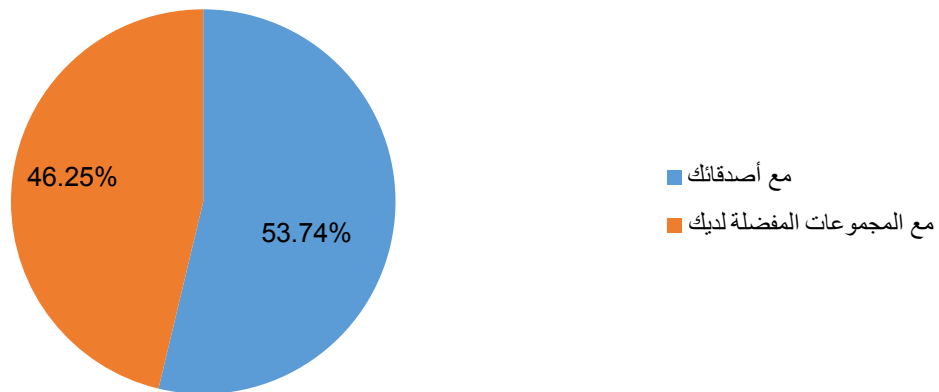


الجدول 13: حين تستخدم الفايسبوك مع من تتواصل:

النسبة المئوية	التكرار	
53.74%	79	مع أصدقائك
46.25%	68	مع المجموعات المفضلة لديك
100%	147	المجموع

- من خلال النتائج المتوصل إليها يتضح لنا أن أفراد العينة يفضلون التواصل مع أصدقائهم بنسبة 53.74% تليها المجموعات المفضلة بنسبة 46.25%، ومن هنا نستنتج أن معظم الطلبة المستخدمين للفايسبوك يفضلون التواصل مع بعضهم البعض بكثرة وهذا راجع إلى أن الإهتمام واحد (الجامعة، التوظيف..).
- أما فيما يخص المجموعات فمعظم الطلبة يهتمهم المجموعات التي تكون في مجال إهتمامهم لكن التفاعل فيها ضعيف مقارنة بالجامعات الجزائرية الأخرى.

دائرة نسبية تبين مع من يتواصل الطلبة المبحوثين في الفايسبوك

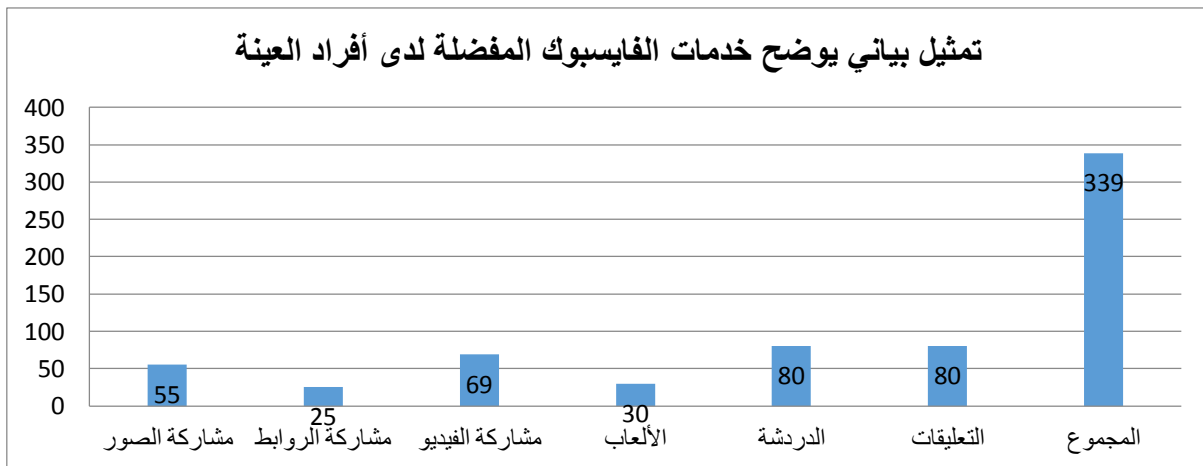


الجدول 14: ماهي خدمات الفايسبوك المفضلة لدى أفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	
16.23%	55	مشاركة الصور
7.38%	25	مشاركة الروابط
20.36%	69	مشاركة الفيديو
8.85%	30	الألعاب
23.59%	80	الدردشة
23.59%	80	التعليقات
100%	339	المجموع

• بالنظر إلى نتائج الجدول (14) يتبين لنا أن أكثر الخدمات التي يفضلها أفراد العينة هي خدمة التعليقات وخدمة الدردشة وذلك بنسبة 23.59% لكليهما، تليها خدمة مشاركة الفيديو وذلك بنسبة 20.36% في حين نجد خدمة مشاركة الصور بنسبة 16.23% ثم الألعاب بنسبة 8.85% وتأتي خدمة مشاركة الروابط في آخر التفضيلات بنسبة 7.38%.

• مما سبق نستنتج أن أفراد العينة يميلون إلى استخدام التواصل (الدردشة والتعليقات) وهذا راجع إلى المجانية والسهولة في الإتصال ونقل المعلومات بكل الكيفيات (نصوص ، صور ، تعليقات) وإمكانية التعبير بكل حرية التي تكون بصورة حصرية في هذا الفضاء. بالإضافة إلى أن هاتين الخدمتين تسهلان لهم بناء علاقات إفتراضية والتواصل مع أصدقائهم والتعرف عليهم أكثر، ومعرفة ردود فعلهم تجاه ما يقوم الفرد بنشره على صفحته.

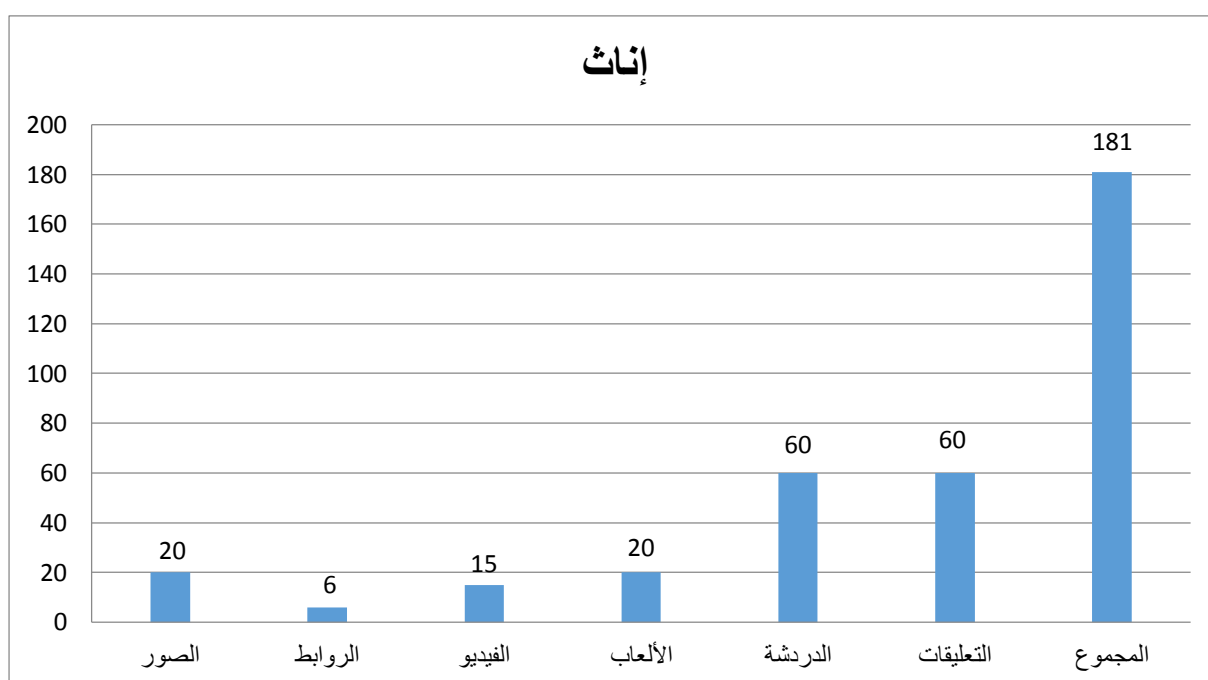
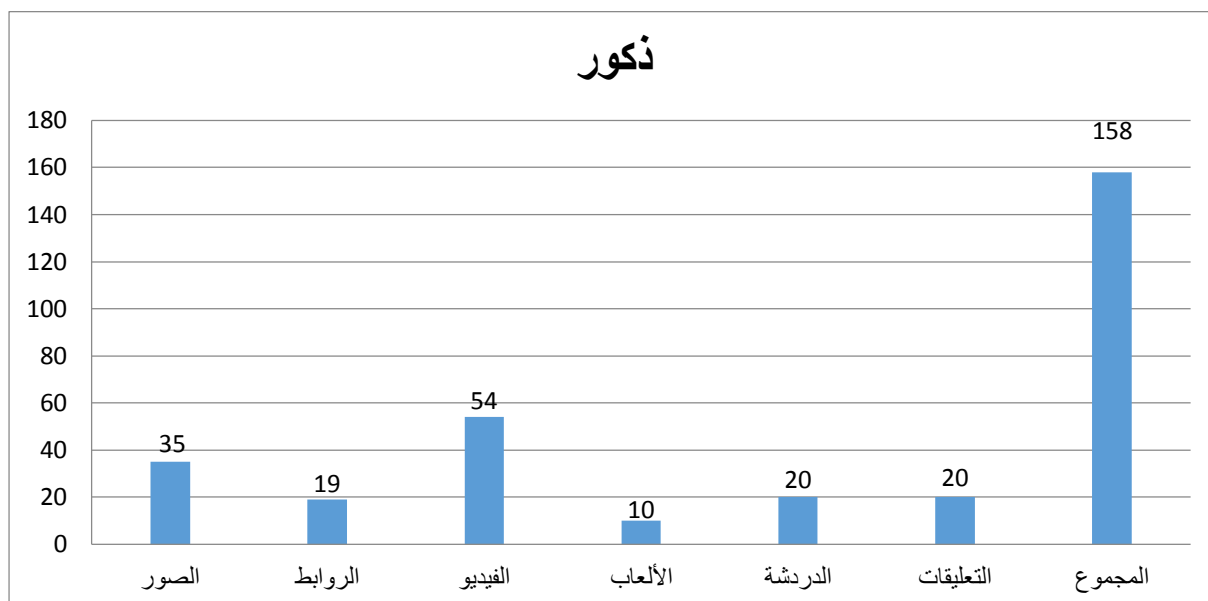


الجدول 15: ماهي خدمات الفايسبوك المفضلة لدى أفراد العينة حسب الجنس

المجموع		إناث		ذكور		
%	ت	%	ت	%	ت	
16.23%	55	11.05%	20	22.15%	35	الصور
7.38%	25	3.31%	6	12.02%	19	الروابط
20.36%	69	8.29%	15	34.18%	54	الفيديو
8.85%	30	11.05%	20	6.33%	10	الألعاب
23.59%	80	33.15%	60	12.66%	20	الدردشة
23.59%	80	33.15%	60	12.66%	20	التعليقات
100%	339	100%	181	100%	158	المجموع

• يوضح الجدول (16) خدمات الفايسبوك المفضلة حسب متغير الجنس، وتشير النتائج إلى أن هناك اختلافا في التفضيل بين الذكور والإناث، ففي الوقت الذي يفضل 12.66% من ذكور العينة خدمة التعليقات نجد في المقابل 33.15% من الإناث تفضلن نفس الخدمة، وتميل الإناث إلى خدمة الدردشة أكثر من الذكور وذلك بنسبة 33.15% للإناث و 12.66% للذكور، وتشير نتائج الجدول إلى أن الذكور يميلون لمشاركة الصور والروابط والفيديو أكثر من الإناث حسب ما تظهره نتائج الجدول، وتفضل فئة الإناث الألعاب بنسبة 11.05% أكثر من الذكور 6.33%.

• وما يمكن قوله أن إناث العينة تميل إلى خدمة الدردشة والتعليقات والألعاب أكثر من الذكور، وهذا ما تؤكده نتائج الجدول (07)، بأن موقع الفايسبوك هو المتنفس الوحيد لفئة الإناث والأكثر حرية للترفيه والتنفيس عن ضغوطات الحياة اليومية، وربط علاقات إجتماعية وعلاقات صداقة من خلال خدمة الدردشة وغيرها من الخدمات.

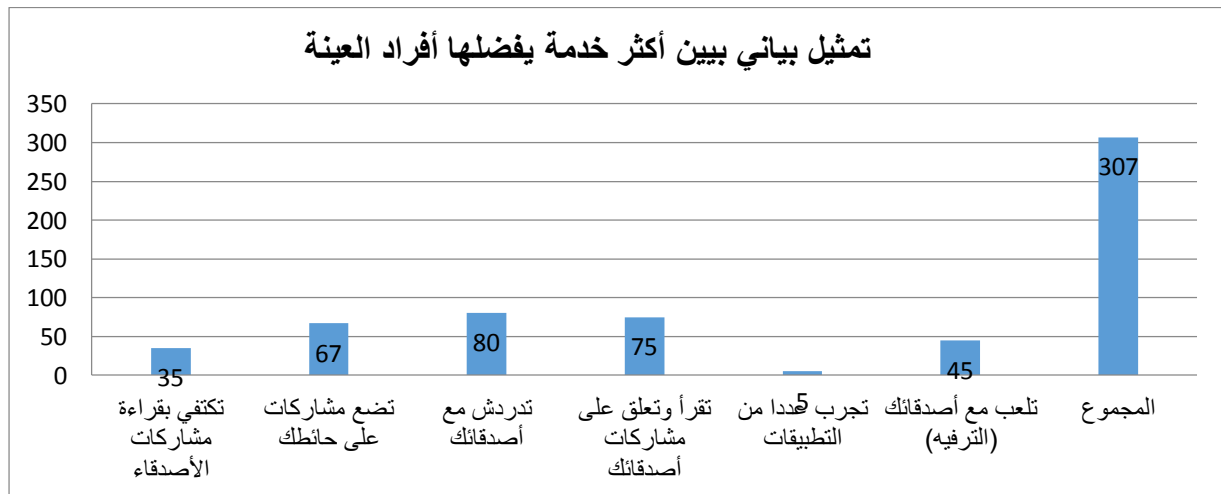


الجدول 16: عندما تتصفح الفايسبوك فأنت غالبا:

النسبة	التكرار	
11.40%	35	تكتفي بقراءة مشاركات الأصدقاء
21.83%	67	تضع مشاركات على حائطك
26.05%	80	تدردش مع أصدقائك
24.43%	75	تقرأ وتعلق على مشاركات أصدقائك
1.63%	05	تجرب عددا من التطبيقات
14.66%	45	تلعب مع أصدقائك (الترفيه)
100%	307	المجموع

• يوضح الجدول أعلاه أن أكثر خدمة يفضلها الطلبة هي خدمة الدردشة مع الأصدقاء بنسبة 26.05% تليها خدمة القراءة والتعليق على مشاركات الأصدقاء بنسبة 24.43%، ثم خدمة وضع المشاركات على الحائط بنسبة 21.83%، تليها خدمة الترفيه بنسبة 14.66%، ثم خدمة قراءة المشاركات بنسبة 11.40%، وأخيرا خدمة تجريب التطبيقات بنسبة 1.63%.

- ويمكن تفسير هذه النتائج على أنها تأكيد لنتائج الجدول (14) على أن عينتنا من الطلبة تكتفي بالخدمات التي تكون فيها التفاعلية أكثر من غيرها من خلال كتابة التعليقات ومناقشتها والرد عليها من طرف الأصدقاء وكذا الدردشة، في حين هي لا تبدي اهتماما كبيرا لخدمة التطبيقات على الرغم من تعددها وتنوعها في هذا الموقع.
- وهذه ملاحظة عامة على كل مستخدمي موقع الفايسبوك. فهو نقل للواقع المعاش افتراضيا وليس لتبادل المعلومات والأفكار.



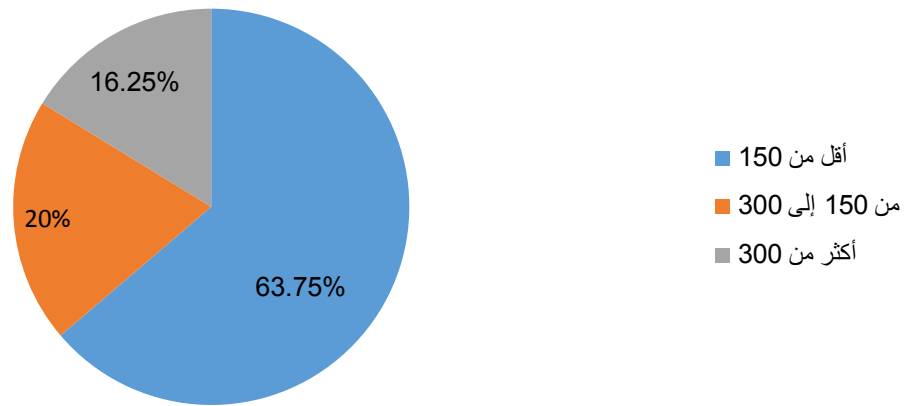
الجدول 17: يبين عدد أصدقاء افراد العينة في موقع "الفايسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	
63.75%	51	أقل من 150
20%	16	من 150 إلى 300
16.25%	13	أكثر من 300
100%	80	المجموع

• نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 63.75% من أفراد العينة أجابوا على بأنهم يملكون أقل من 150 صديق في "الفايسبوك"، في حين يملك 20% من المبحوثين من 150 إلى 300 صديق في "الفايسبوك" تليها 16.25% لأكثر من 300 صديق.

• نفسر هذه النتائج بأن الطلبة المبحوثين يتواصلون من خلال موقع "الفايسبوك" مع أشخاص يعرفونهم في الواقع (الحي أو الجامعة أو الأهل...) وليس للتواصل وربط علاقات خارج محيطهم، أي مع اشخاص لا يعرفونهم (في مدن أو بلدان اخرى..) بغرض توسيع أفاقهم وتبادل الافكار والخبرات الاجتماعية والثقافية.

دائرة نسبية تمثل عدد اصدقاء أفراد العينة في موقع الفاييسبوك

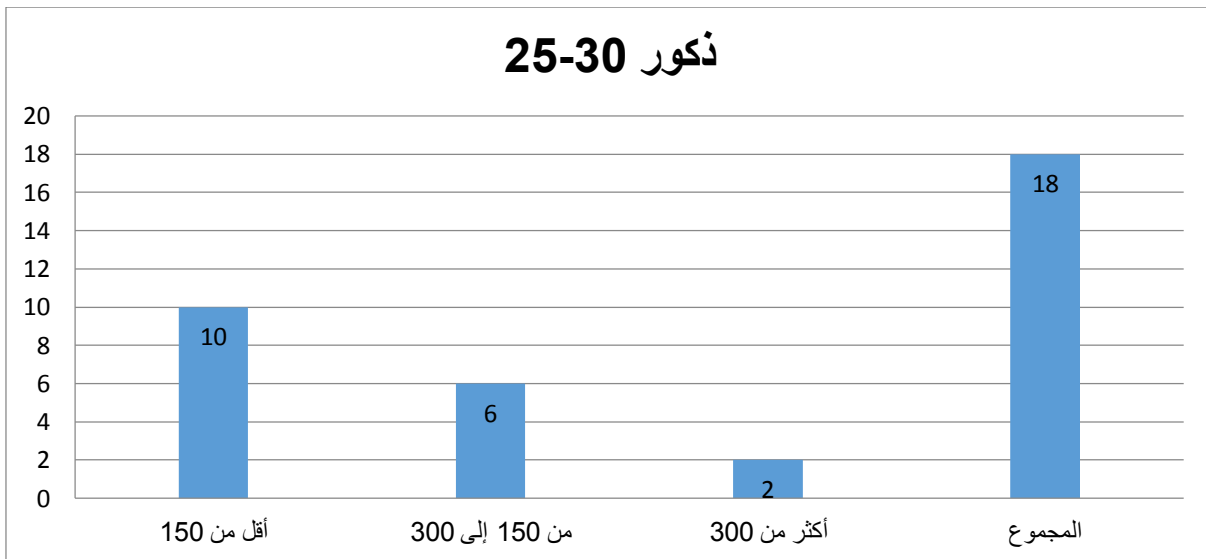
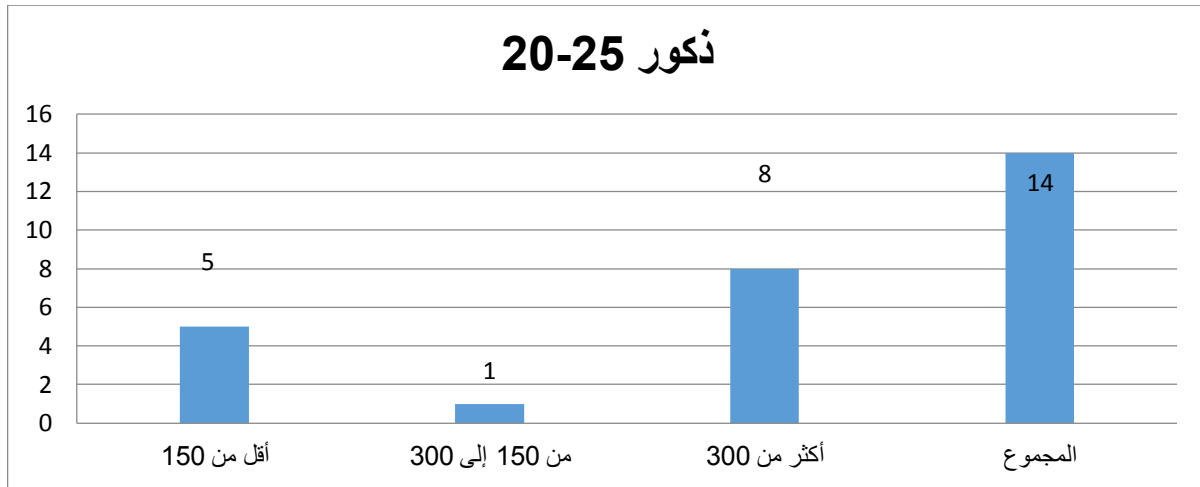


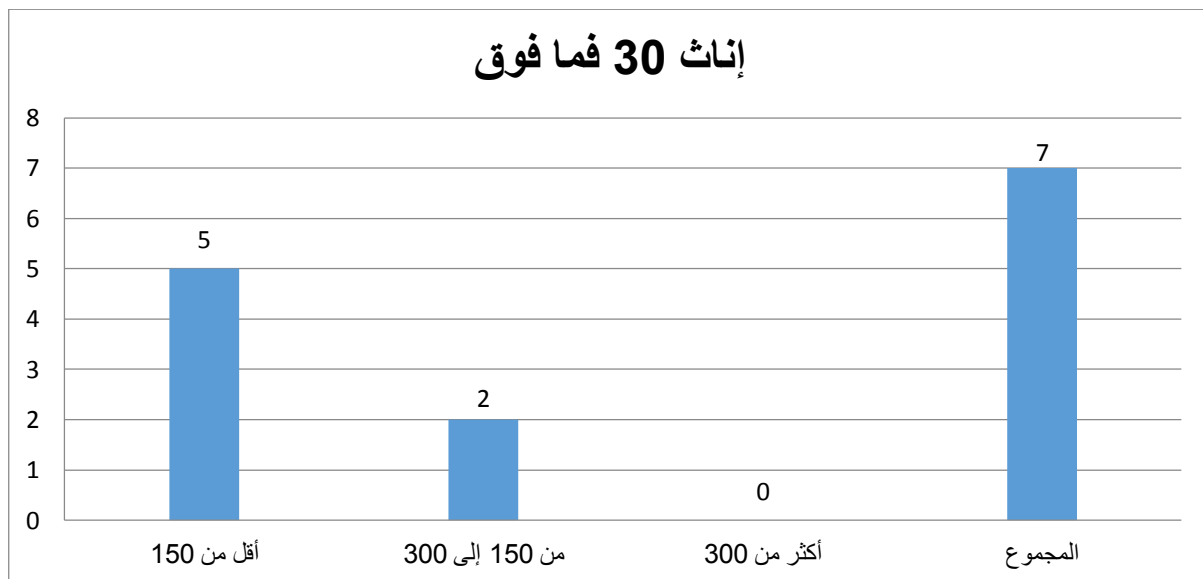
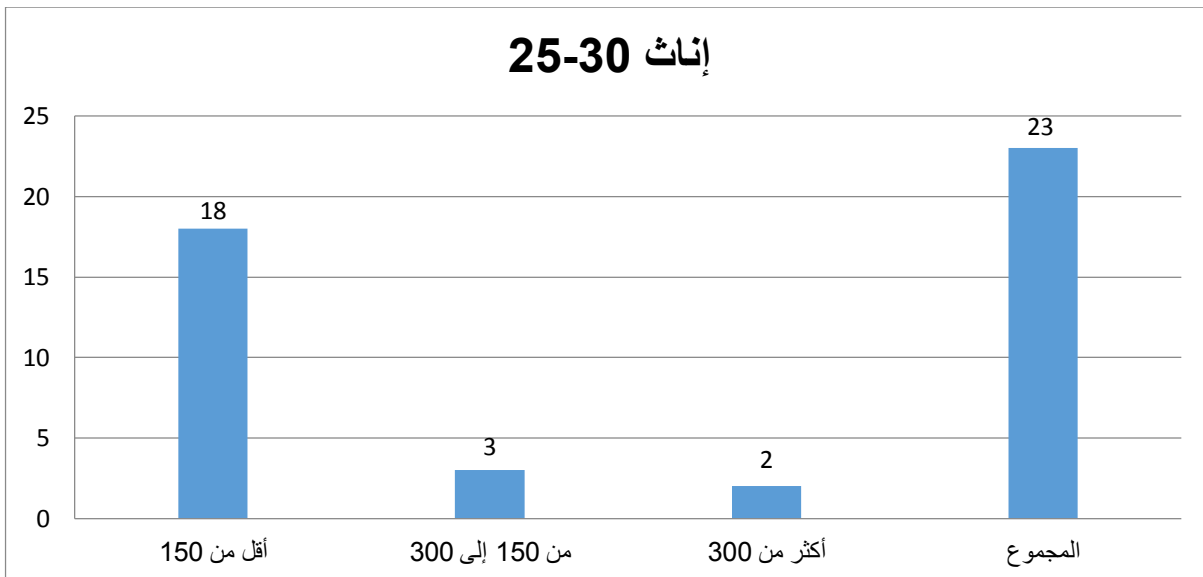
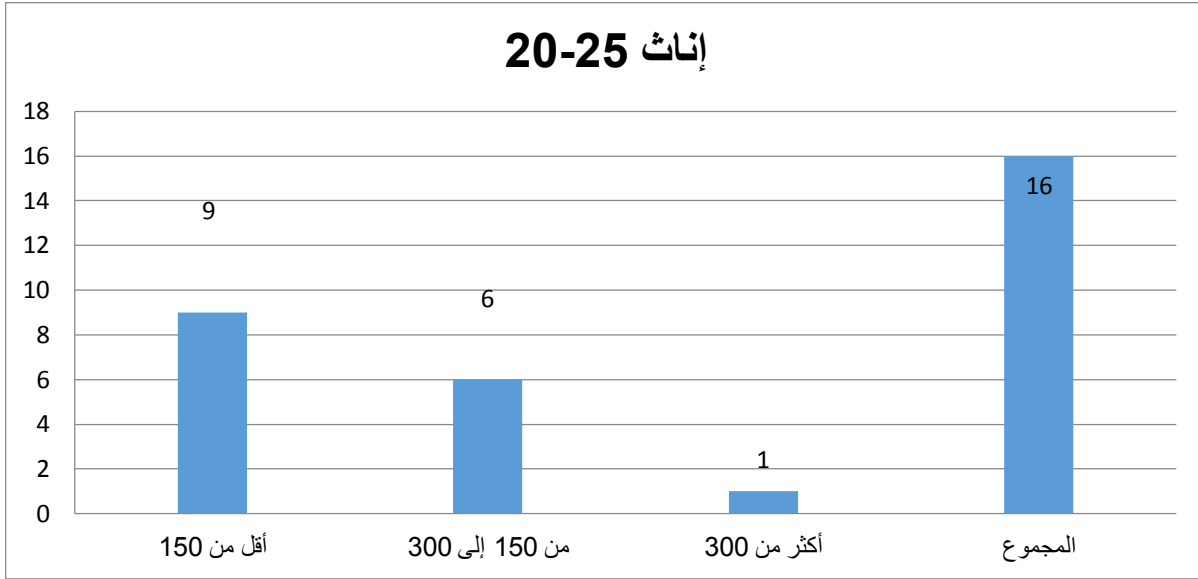
الجدول 18: جدول يوضح عدد أصدقاء أفراد العينة في الفايسبوك حسب السن والجنس

المجموع	إناث						ذكور							
	30 فما فوق		30-25		25-20		30 فما فوق		30-25		25-20			
63.75 %	51	%71.42	5	%85.71	18	%56.25	9	%100	4	%5.55	10	%35.71	5	أقل من 150
%20	16	%28.75	2	%14.28	3	%37.5	6	%0	0	%33.33	6	%7.14	1	من 150 إلى 300
16.25 %	13	%0	0	%9.52	2	%6.25	1	%0	0	%12.5	2	%57.14	8	أكثر من 300
%100	80	%100	7	%100	21	%100	16	%100	4	%100	18	%100	14	المجموع

- من خلال نتائج الجدول أعلاه يتضح لنا أن أغلبية الذكور لفئة ما بين 20 و 25 سنة لديهم أكثر من 300 صديق بنسبة %57.14 عكس الإناث من نفس الفئة العمرية اللاتي لدى أغليبيتهن أقل من 150 صديق بنسبة %56.25، أما أفراد العينة من الفئة الثانية (30-25 سنة) فنسبة الذكور الذين لديهم أكثر من 300 صديق والتي بلغت %12.5 تفوق نسبة الإناث اللاتي لديهن نفس العدد واللاتي مثلن نسبة %9.25.
- ومن خلال النتائج يمكن القول أنه: على الرغم من أن الإحصائيات بينت أن متوسط عدد الأصدقاء في الفايسبوك هو 130 صديق، إلا أننا نلاحظ أن أكثر من نصف عينتنا يملك أقل من 150 صديقا، وهذا يعبر عن توجه أفراد العينة على إختيار وقبول من لهم نفس المواصفات الشخصية والإهتمامات المشتركة في المجال ومن يعرفونهم في الواقع.
- إضافة إلى أن إختيار الاصدقاء لدى الطلبة المبحوثين يخضع للإنتقاء المتعلق بالجانب الثقافي والديني.

تمثيل بياني يوضح عدد أصدقاء الطلبة المبحوثين حسب متغير السن والجنس





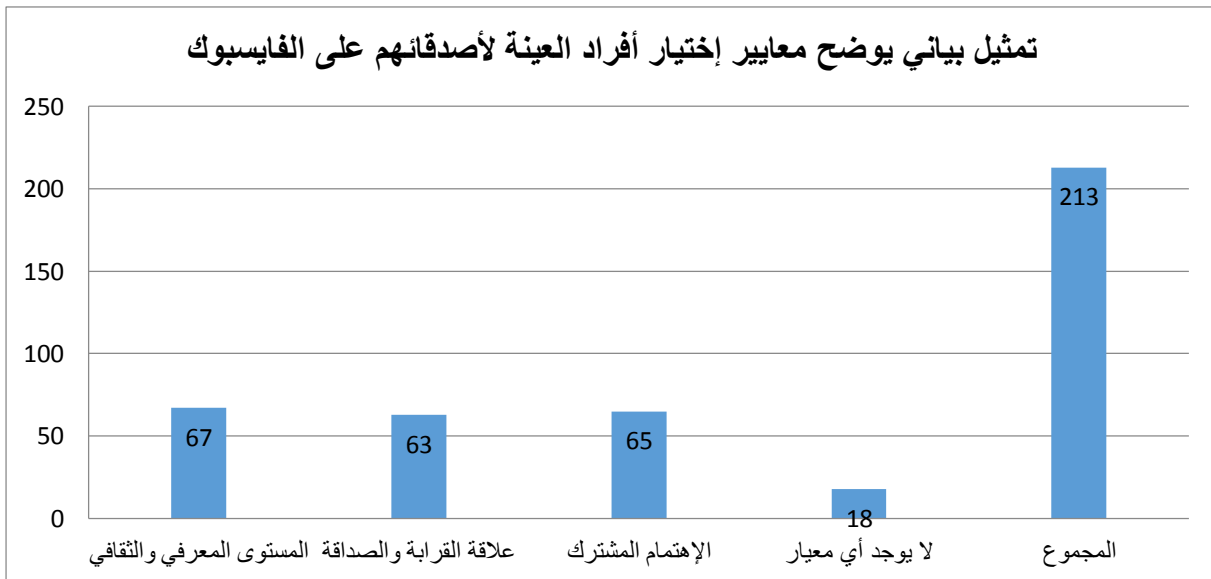
الجدول 19: جدول يوضح معايير إختيار أفراد العينة لأصدقائهم في الفاييسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	
31.47%	67	المستوى المعرفي والثقافي
29.57%	63	علاقة القرابة والصداقة
30.52%	65	الإهتمام المشترك
8.46%	18	لا يوجد أي معيار
100%	213	المجموع

• بفحص نتائج الجدول أعلاه يتبين لنا أن 31.47% من أفراد العينة يختارون أصدقائهم بناءً على المستوى المعرفي والثقافي، في حين يختار 30.52% منهم أصدقائهم حسب الإهتمام المشترك. مقابل 29.57% تجمعهم علاقة القرابة و الصداقة، في حين يقيم 8.46% منهم علاقات صداقة مع أشخاص بطريقة عشوائية و دون أي معيار.

• نستنتج أن الطلبة المبحوثين يقومون بإختيار أصدقائهم بنوع من الوعي، حيث يكون إنتقاء الأصدقاء بهدف الإفادة والإستفادة وهذا ما تعكسه نتائج الجدول المتعلقة بالمستوى المعرفي والثقافي.

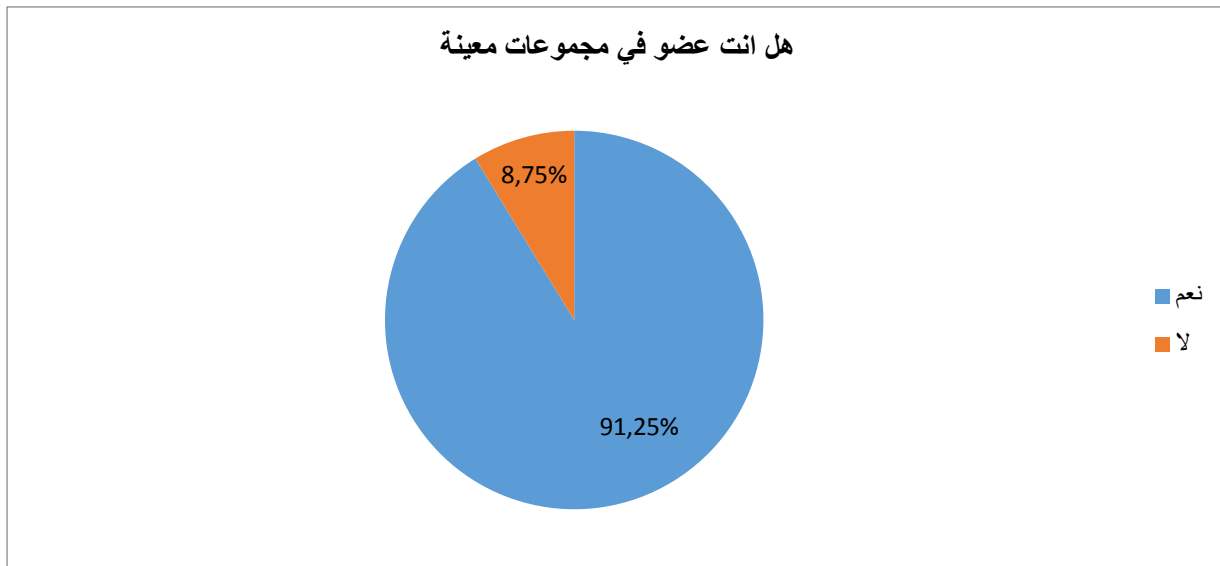
• إضافة إلى أن التقارب في المستوى المعرفي والعلمي يشكل أهم معيار في الصداقة على موقع "الفايسبوك".



الجدول 20: هل أنت عضو في مجموعات معينة:

النسبة المئوية	التكرار	
91.25%	73	نعم
8.75%	07	لا
100%	80	المجموع

- يبين الجدول أعلاه أن أكثر من نصف العينة ينتمون إلى مجموعات افتراضية على الفيسبوك وذلك بنسبة 91.25%، مقابل 8.75% ممن لم ينتموا إلى مجموعات افتراضية.
- ويعتبر الإنتماء إلى المجموعات في الفيسبوك من أهم النشاطات التي يقوم بها مستخدمو الموقع ذلك أنها تتيح للفرد التواصل افتراضيا مع آخرين وأن يشاركهم الإهتمام، وهذا دليل على أن أفراد العينة يفضلون حصر مجال مشاركتهم في هذا الفضاء الافتراضي (انشغالات الطلبة، اهتماماتهم..).



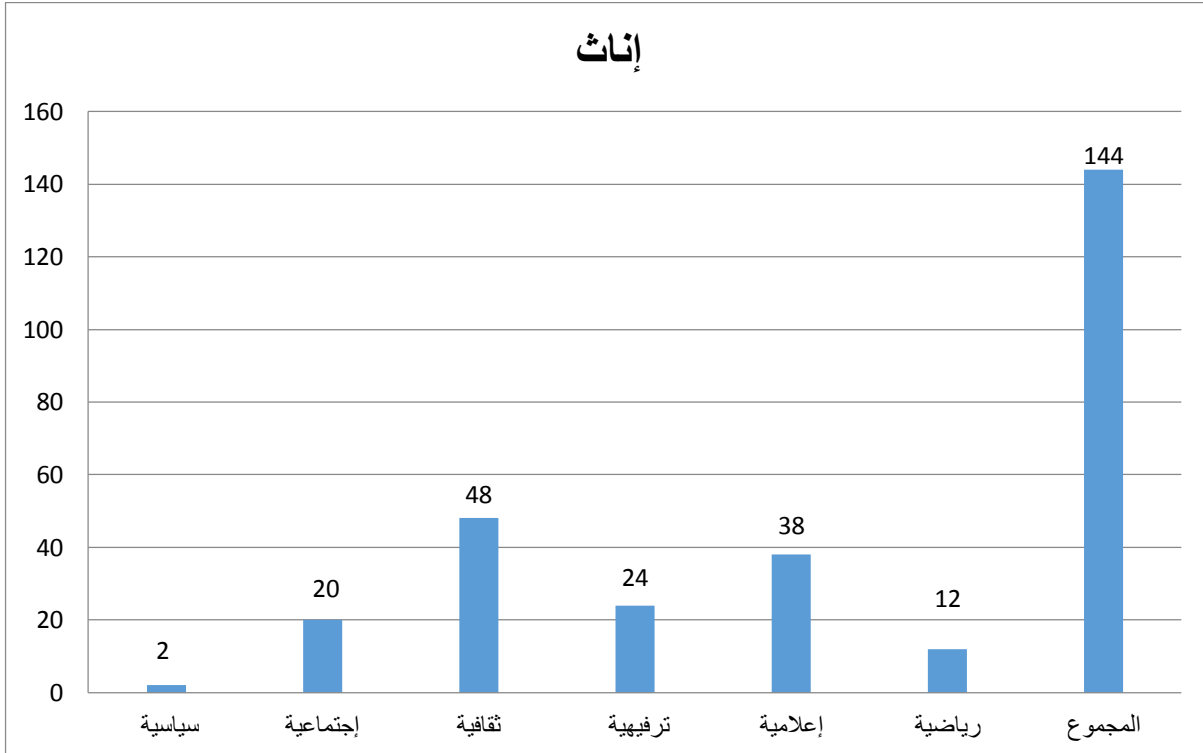
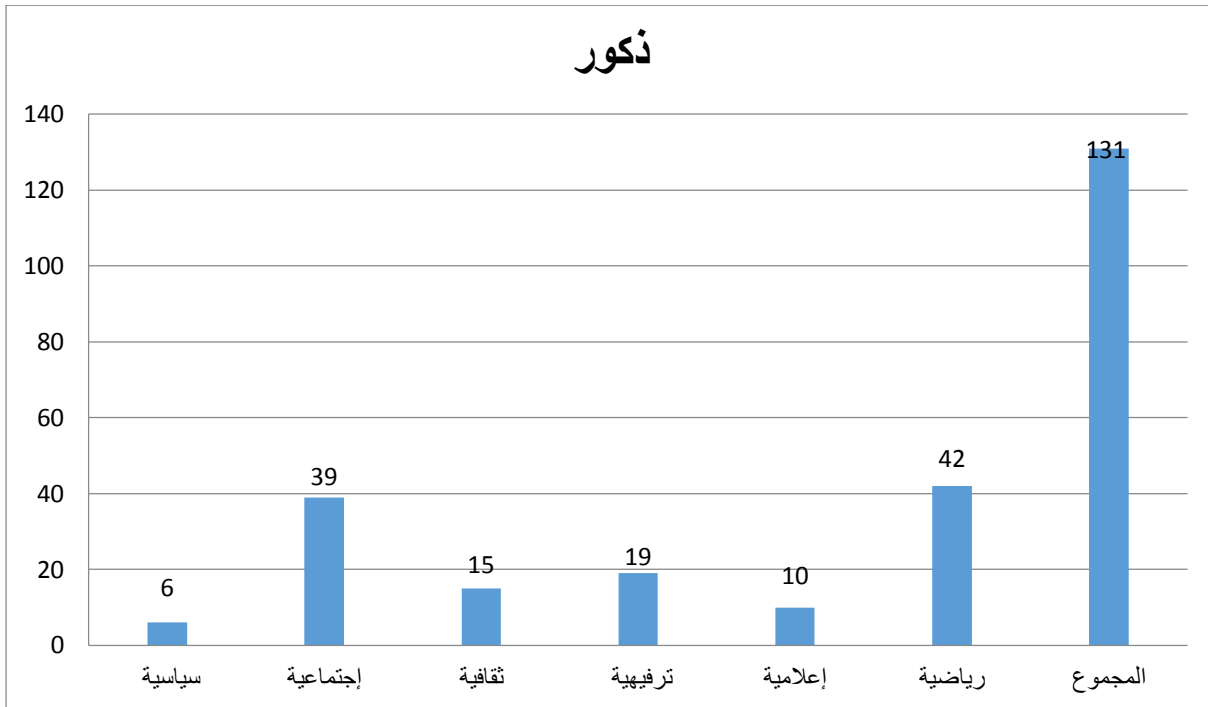
الجدول 21: نوعية المجموعات التي ينتمي إليها أفراد العينة حسب متغير الجنس

المجموع	إناث		ذكور		
	ت	%	ت	%	
	8	1.39%	2	4.58%	سياسية
	59	13.89%	20	29.77%	إجتماعية
	63	33.33%	48	11.45%	ثقافية
	43	16.67%	24	14.51%	ترفيهية
	48	26.39%	38	7.63%	إعلامية
	54	8.33%	12	32.06%	رياضية
	275	100%	144	100%	المجموع

• بعد أن أكدت لنا نتائج الجدول (20) أن أغلبية أفراد العينة ( 91.25%) أعضاء في مجموعات على موقع "الفايسبوك"، توضح لنا نتائج الجدول (21) أن هناك إختلافا في الإنتماء إلى المجموعات على موقع "الفايسبوك" بين الإناث والذكور، ففي الوقت الذي يفضل 32.06% من ذكور العينة المجموعات الرياضية نجد في المقابل نسبة ضئيلة من الإناث ( 8.33%) تفضلن نفس الخدمة، في حين نجد 4.58% من الذكور الباحثين يفضلون المجموعات السياسية أكثر من الإناث الباحثين بنسبة 1.39%، تليها تفضيل المجموعات الإجتماعية من طرف ذكور العينة 29.77% مقارنة بالإناث 13.89%، وتشير نتائج الجدول إلى أن إناث العينة يميلون إلى تفضيل المجموعات الثقافية والترفيهية والإعلامية أكثر من ذكور العينة حسب ما تظهره نتائج الجدول.

• ويمكن تفسير إنتماء أغلبية فئات مستخدمي الفايسبوك من ذكور وإناث إلى المجموعات الثقافية والإجتماعية والرياضية، قد يكون الهدف من ذلك رفع المستوى الثقافي وكذا محاولة الإندماج وربط علاقات في المجتمع بالإضافة إلى الإطلاع على كل جديد في الأمور الرياضية كونهم من فئة الشباب، كل هذا من أجل الترفيه والهروب من مشاكل الواقع.

تمثيل بياني يوضح نوعية المجموعات التي ينتمي إليها الطلبة المبحوثين حسب متغير الجنس



المحور الثاني: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الفايسبوك:

الجدول 22: دوافع استخدام الطلبة المبحوثين للفايسبوك حسب متغير الجنس

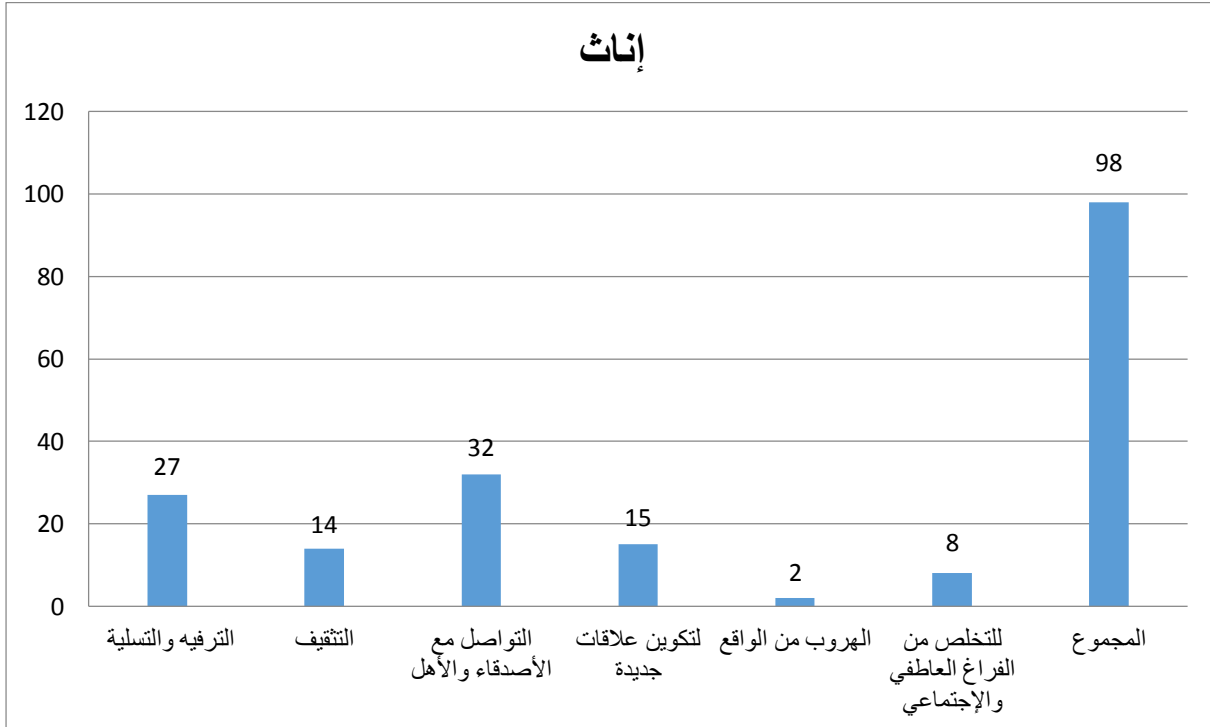
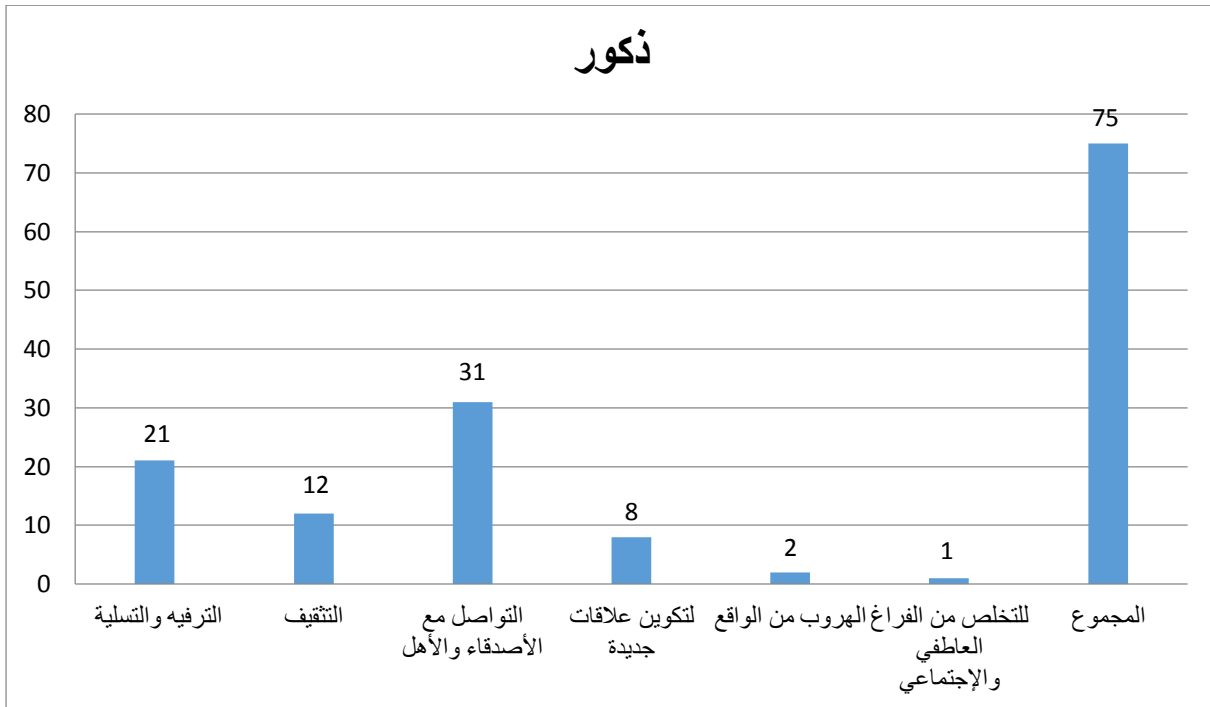
المجموع	إناث		ذكور		
	ت	%	ت	%	
48	27.75%	27	28%	21	الترفيه والتسلية
26	15.03%	14	14.29%	12	التثقيف
63	36.42%	32	32.65%	31	التواصل مع الأصدقاء والأهل
23	13.29%	15	15.31%	8	لتكوين علاقات جديدة
4	2.31%	2	2.04%	2	الهروب من الواقع
9	5.20%	8	8.16%	1	للتخلص من الفراغ العاطفي
173	100%	98	100%	75	المجموع

• تبين النتائج أن أغلبية ذكور العينة يستخدمون موقع "الفايسبوك" بهدف التواصل مع الأصدقاء والأهل بنسبة 41.33% ويأتي في المرتبة الثانية بالنسبة للذكور دافع الترفيه والتسلية بنسبة 28%، يليه التثقيف بنسبة 16% ثم تكوين علاقات جديدة بنسبة 10.67%، في حين أجاب 2.67% من ذكور العينة بدافع الهروب من الواقع و 1.33% بدافع التخلص من الفراغ العاطفي والإجتماعي.

• وتبين نتائج الجدول أعلاه، أن هناك اختلافا في دوافع الاستخدام بين الذكور والإناث، حيث التواصل مع الأصدقاء والأهل يتصدر دوافع الاستخدام بالنسبة للإناث بنسبة 32.65% يليه في المرتبة الثانية دافع الترفيه والتسلية بنسبة 27.55% ويأتي دافع تكوين علاقات جديدة بنسبة 15.31%، ثم التثقيف بنسبة 14.29% في حين نجد دافع التخلص من الفراغ العاطفي والإجتماعي بنسبة 8.16%، وفي المرتبة الأخيرة دافع الهروب من الواقع بنسبة 2.04%.

• وتختلف دوافع استخدام موقع الفايسبوك بين الذكور والإناث المبحوثين ، لكن يجب الإشارة إلى أن إناث العينة تميل إلى استخدام الفايسبوك من اجل تكوين علاقات جديدة، وبدافع التخلص من الفراغ العاطفي والإجتماعي أكثر من فئة الذكور، وهذه النتائج تؤكد على ما جاء به الجدول (15) وهو ميل فئة الإناث إلى خدمة الدردشة والتعليقات أكثر من الذكور، وعليه نفسر كل هذا بأن إناث العينة تجد من هذا الفضاء الافتراضي المتنفس الوحيد لتكوين وربط علاقات مع الآخرين والتخلص من الفراغ العاطفي ومشاكل وضغوطات الحياة الإجتماعية المفروضة عليها من قبل الأسرة الجزائرية.

تمثيل بياني يوضح دوافع استخدام الطلبة المبحوثين للفايسبوك حسب متغير الجنس



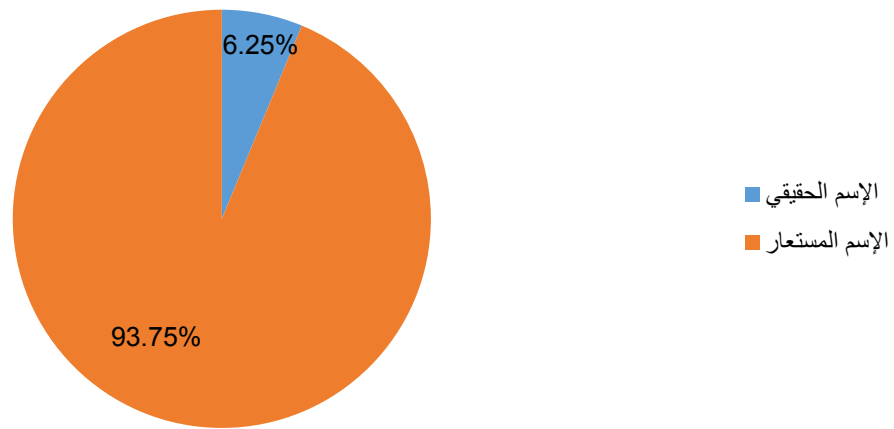
الجدول 23: الهوية التي يدخل بها أفراد العينة إلى "الفايسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	
6.25%	5	الإسم الحقيقي
93.75%	75	الإسم المستعار
100%	80	المجموع

• الملاحظ من نتائج الجدول (24) أن أغلبية أفراد العينة يدخلون إلى موقع التواصل الإجتماعي "الفايسبوك" بهوية مستعارة مستعملين إسم مستعار وذلك بنسبة 93.75%، في حين يدخل 6.25% من أفراد العينة إلى الموقع بإسم حقيقي.

ونفسر وجود الأغلبية الساحقة من الطلبة المبحوثين تخفي هويتها الحقيقية على موقع "الفايسبوك"، بسبب الحرية الممنوحة في هذا الفضاء الافتراضي أثناء تعاملهم مع الآخرين.

دائرة نسبية تمثل الهوية التي يدخل بها أفراد العينة إلى الفايسبوك



الجدول 24: الهوية التي يدخل بها أفراد العينة إلى الفايسبوك حسب الجنس

المجموع		إناث		ذكور		
%	ت	%	ت	%	ت	
6.25%	5	4.55%	2	8.33%	3	الإسم الحقيقي
93.75%	75	95.45%	42	91.67%	33	الإسم المستعار
100%	80	100%	44	100%	36	المجموع

• في الوقت الذي أكدت فيه نتائج الجدول (23) أن أغلبية أفراد العينة يدخلون إلى الفايسبوك بأسماء مستعارة يبين لنا الجدول (24) الهوية التي يدخل بها أفراد العينة حسب متغير الجنس، وتبين النتائج:

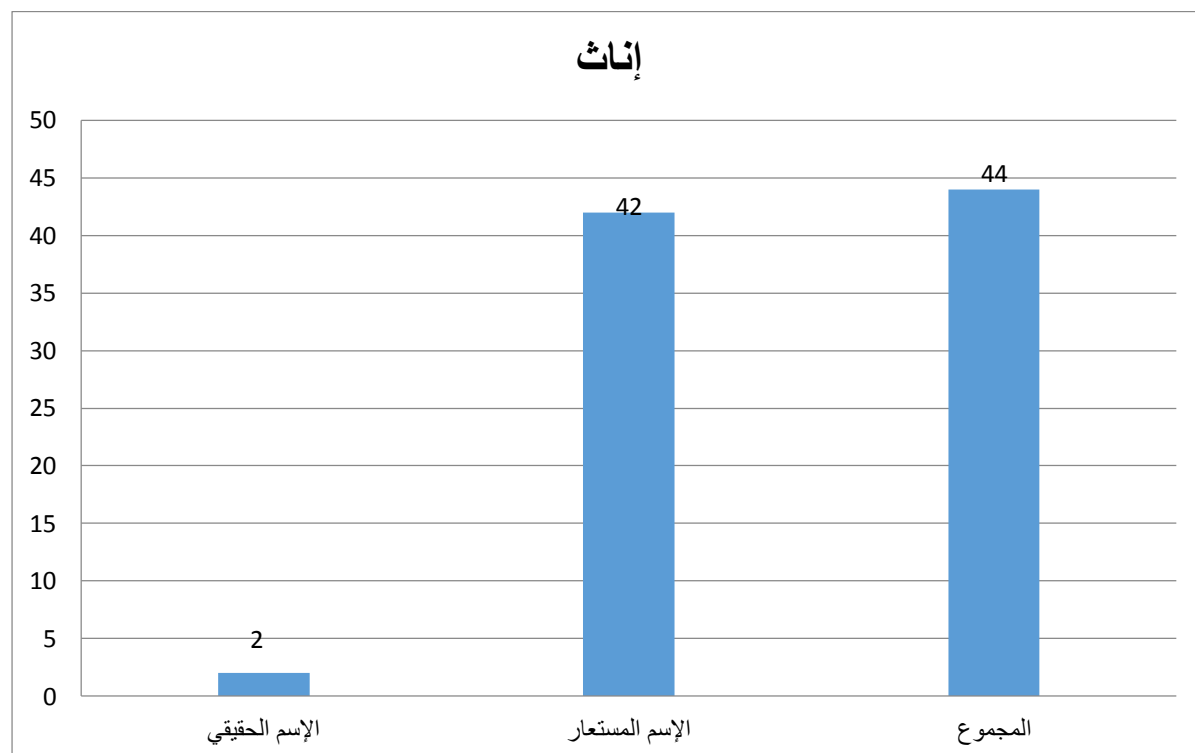
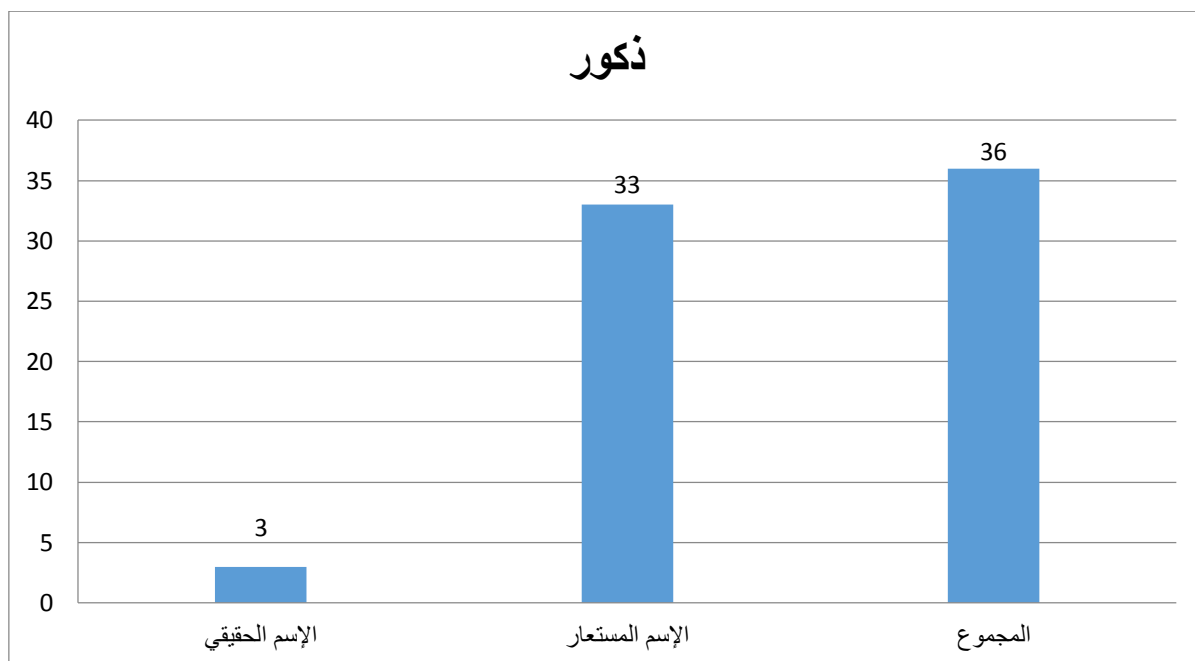
- أن 95.45% من إناث الطلبة المبحوثين، يستخدمون موقع "الفايسبوك" بهوية مستعارة، في حين نجد 4.55% منهم يستخدمون هويتهم الحقيقية.

- وأن 91.67% من ذكور الطلبة المبحوثين، أكدوا على استخدامهم لموقع "الفايسبوك" بهوية مستعارة، مقابل 8.33% منهم يستخدمون هويتهم الحقيقية.

• ويمكن القول بأن جل أفراد العينة يفضلون الدخول إلى الفايسبوك مستخدمين الأسماء المستعارة، خاصة منهم فئة الإناث التي إحتلت النسبة الأكبر 95.45%، وهذا راجع إلى تخوف فئة الإناث من الرقابة الأسرية والإجتماعية بحكم حجم القيود المفروضة على هذه الفئة.

• كما نفسر النتائج السابقة بأن موقع "الفايسبوك" هو فضاء لا يخضع للرقابة الإجتماعية ولا للقانونية، عكس الواقع الذي يعاقب فيه القانون على تزوير الهوية الشخصية، كل هذا يعكس تعلق فئة الإناث والدخول بأسماء مستعارة إلى موقع "الفايسبوك".

تمثيل بياني يبين الهوية التي يدخل بها أفراد العينة إلى الفايسبوك حسب السن والجنس

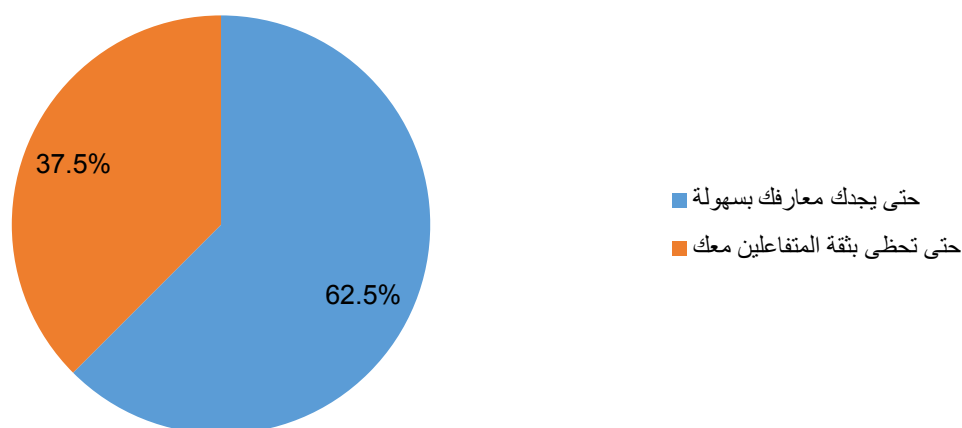


الجدول 25: إذا كنت تستخدم اسمك الحقيقي فهل ذلك راجع إلى

النسبة المئوية	التكرار	
62.5%	5	حتى يجدرك معارفك بسهولة
37.5%	3	حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك
100%	8	المجموع

• تبين النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه، أن 62.5% من أفراد العينة الذين يجذبون استخدام هويتهم الحقيقية هو من أجل أن يجدهم معارفهم بسهولة، في حين نجد نسبة 37.5% منهم يستخدمون أسمائهم الحقيقية حتى يحظون بثقة المتفاعلين معهم. أي هدفهم من وراء استخدام الموقع هو التفاعل والتواصل.

دائرة نسبية تمثل أسباب استخدام الطلبة المبحوثين الهوية الحقيقية في الفيسبوك

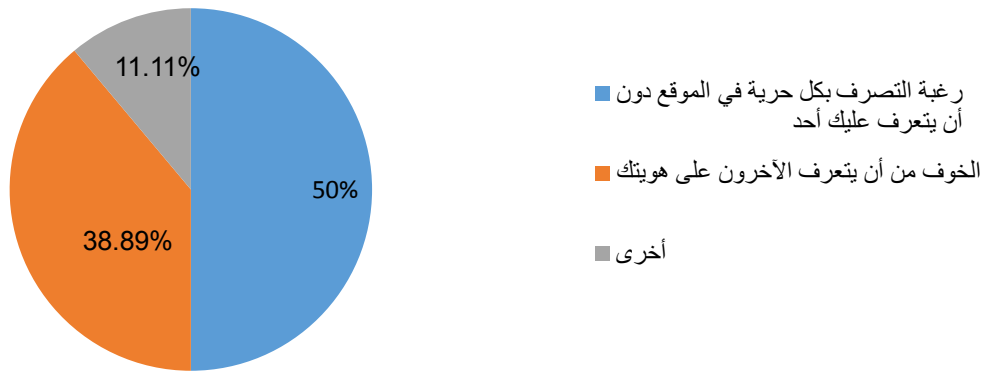


الجدول 26: تفضيل استخدام الإسم المستعار

النسبة المئوية	التكرار	
50%	72	رغبة التصرف بكل حرية في الموقع
38.89%	56	الخوف من أن يتعرف الآخرون على هويتك
11.11%	16	أخرى
100%	144	المجموع

- تشير نتائج الجدول أعلاه أن السبب وراء تفضيل الأغلبية الساحقة من المبحوثين الدخول إلى الموقع متخفين بأسماء مستعارة، هو خوفهم من أن يتعرف عليهم الآخرون بنسبة 50%، وما قد يلحقهم من اذى وإزعاج جراء ذلك خاصة الإناث. تليها نسبة 38.89% خوفا من أن يتعرف عليهم الآخرون، و 11.11% لأسباب اخرى كالخوف من أن يتم استخدام معلوماتهم الشخصية لأغراض قد تضر بهم حتى بالنسبة لتفاعلمهم وتعاملهم مع الاخرين يكون اكثر سهولة وهم غير معروفين اي بدون حواجز او قيود اجتماعية.
- أي لا زلنا لا نستطيع مواجهة بعضنا البعض بكل حرية وبدون خوف.

دائرة نسبية تمثل أسباب استخدام الطلبة المبحوثين الهوية المستعارة في الفايسبوك

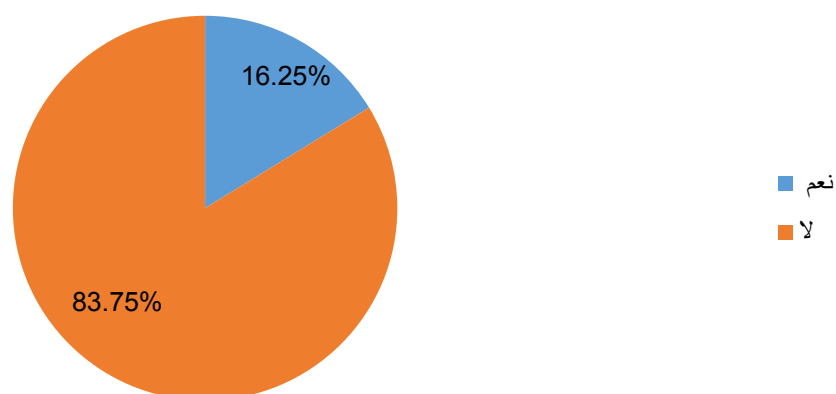


الجدول 27: هل توافق على طلبات صداقة من غرباء

النسبة المئوية	التكرار	
16.25%	13	نعم
83.75%	67	لا
100%	80	المجموع

- يتبين لنا من الجدول اعلاه أن نسبة 83.75% من أفراد العينة لا يوافقون على طلبات الصداقة من غرباء فيما ابدى ما نسبته 16.25% قبولهم الصداقة من غرباء، ولكل الطرفين أسبابه الخاصة وهذا ما سيظهر من خلال تحليلنا للجدول القادمة.

دائرة نسبية تمثل مدى موافقة الطلبة المبحوثين على طلبات الصداقة من غرباء

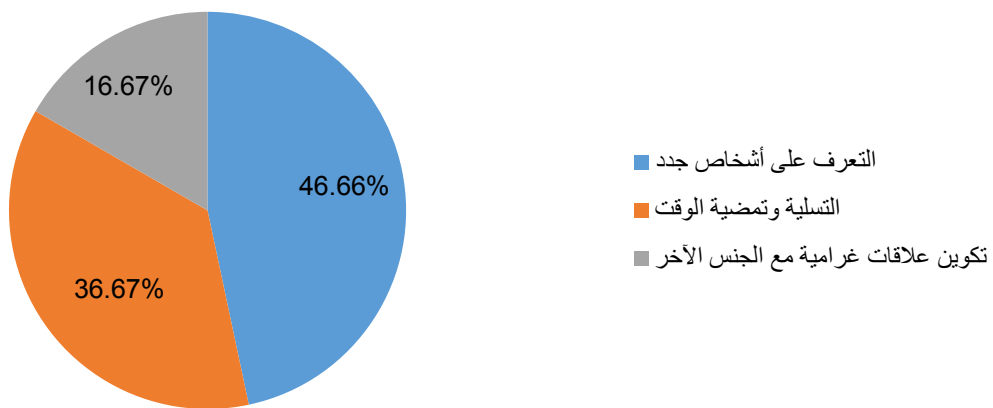


الجدول 28: إذا كانت إجابتك بنعم فهل ذلك راجع إلى:

النسبة المئوية	التكرار	
46.66%	14	التعرف على أشخاص جدد
36.67%	11	التسلية وتمضية الوقت
16.67%	5	تكوين علاقات غرامية مع الجنس الآخر
100%	30	المجموع

- يتضح من نتائج الجدول أن 46.66% من أفراد العينة يوافقون على طلبات الصداقة من الغرباء للتعرف على أشخاص جدد، تليها التسلية وتمضية الوقت بنسبة 36.67%، ثم الموافقة على تكوين علاقات غرامية مع الجنس بالآخر بنسبة 16.67%.
- وتؤكد هذه النتائج ما توصلنا إليه في الجدول (23) وهو أن أفراد العينة يستخدمون موقع "الفايسبوك" بهدف التواصل والتفاعل مع الآخرين.

دائرة نسبية تمثل أسباب موافقة الطلبة المبحوثين على طلبات الصداقة من غرباء

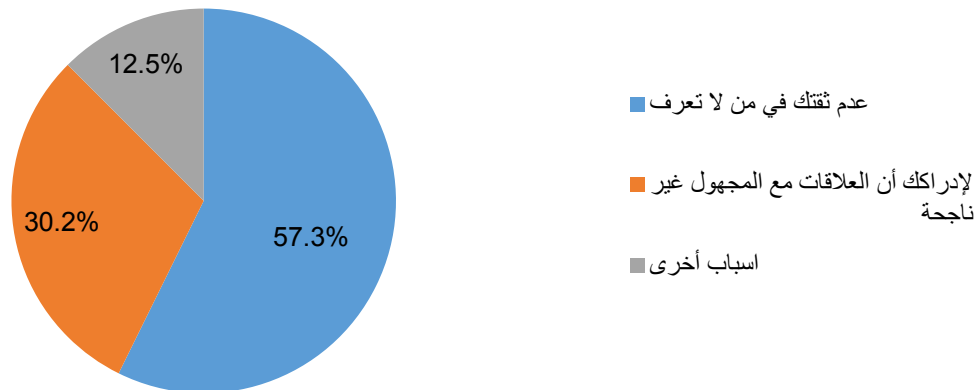


## الجدول 29: إذا كانت إجابتك بلا فهل ذلك راجع إلى

النسبة المئوية	التكرار	
57.30%	55	عدم ثقتك في من لا تعرف
30.20%	29	العلاقات مع المجهول غير ناجحة
12.5%	12	أسباب أخرى
100%	96	المجموع

- من خلال ما تشير إليه النتائج المتوصل إليها في الجدول أعلاه يتضح لنا أن ما نسبته 57.30% من المبحوثين لا يوافقون على طلبات الصداقة من غرباء بسبب عدم ثقتهم فيمن لا يعرفون، تليها 30.20% من أفراد العينة لا يوافقون بسبب إدراكهم أن العلاقات مع المجهول غير ناجحة، ثم نسبة 12.5% منهم لا يوافقون على هذا الطرح لأسباب أخرى تتعلق بالثقة والخصوصية.. وغيرها
- ومن هنا يمكننا القول أن جل مستخدمي "الفايسبوك" لا يوافقون على طلبات الصداقة من غرباء لإنعدام الثقة في موقع "الفايسبوك" وأنه لا يستحق أن يجازفوا فيه بمعلوماتهم ومعطياتهم الشخصية خوفا من القرصنة والسرقة ، بالإضافة إلى أن الشيء المعاش في الواقع انتقل الى العالم الافتراضي وهو الخوف من ربط علاقات مع الآخرين الغير معروفين في الواقع المعاش.

دائرة نسبية تمثل أسباب عدم موافقة أفراد العينة على طلبات الصداقة من غرباء

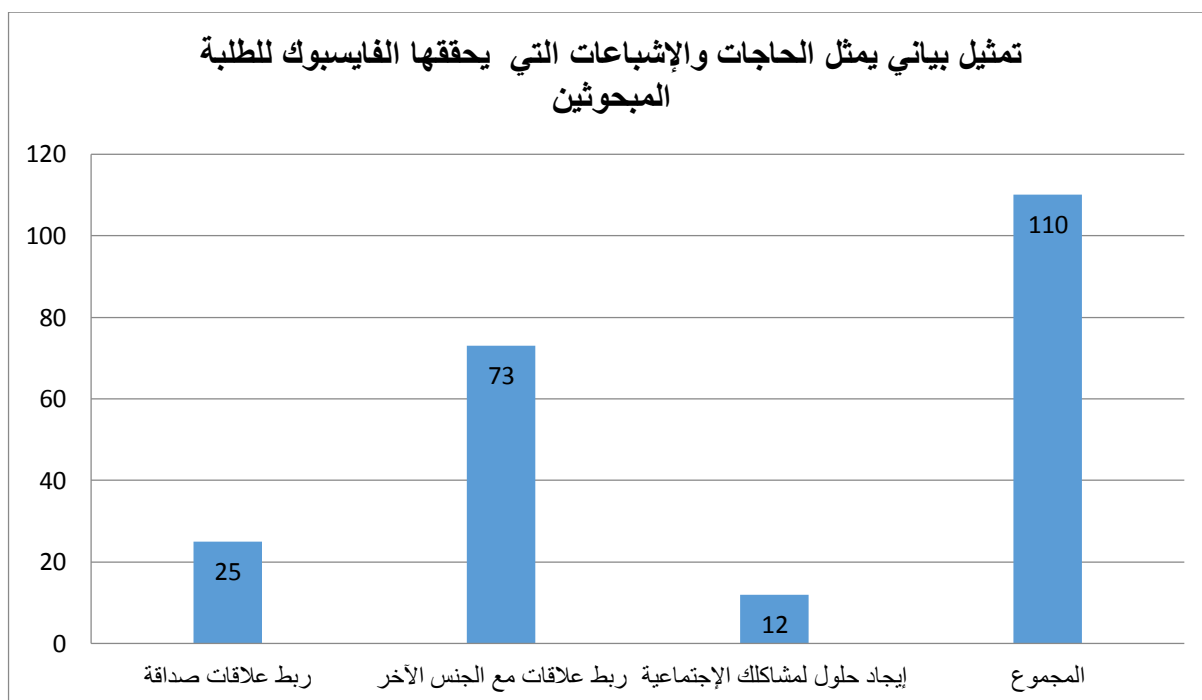


الجدول 30: ماهي الحاجات والإشباعات الإجتماعية التي يحققها لك الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	
22.73%	25	ربط علاقات صداقة
66.36%	73	ربط علاقات مع الجنس الآخر
10.91%	12	إيجاد حلول لمشاكلك الإجتماعية
100%	110	المجموع

• يوضح الجدول (31) الحاجات والإشباعات الإجتماعية التي يحققها موقع "الفايسبوك" لأفراد العينة، ويتبين من الجدول أن الغلبة كانت لربط علاقات مع الجنس الآخر بنسبة 66.36%، تليها ربط علاقات صداقة بنسبة 22.73%، ثم في المرتبة الثالثة حاجة إيجاد حلول للمشاكل الإجتماعية بنسبة 10.91%.

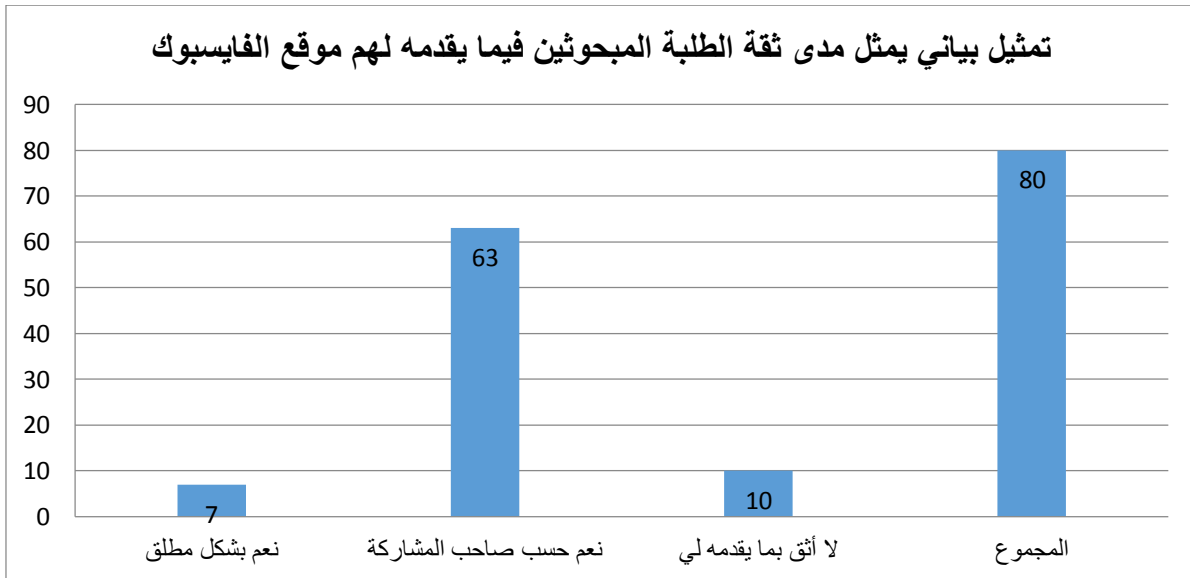
• وتؤكد هذه النتائج أن الفايسبوك قد نجح في تلبية حاجة التواصل وربط العلاقات التي يقوم المستخدم ببنائها والتي لا يمكن ان يقوم بها في الواقع.



الجدول 31: هل تثق بما يقدمه لك الفاييسبوك

النسبة المئوية	التكرار	
8.75%	7	نعم بشكل مطلق
78.75%	63	نعم حسب صاحب المشاركة
12.5%	10	لا أثق بما يقدمه لي
100%	80	المجموع

- حسب ما تشير إليه نتائج الجدول أعلاه يتضح لنا أن 78.75% من المبحوثين يثقون فيما يقدمه لهم موقع "الفايسبوك" ولكن حسب صاحب المشاركة، في حين 12.5% منهم عبرت عن عدم ثقتها في ما يقدمه لها الموقع وتأتي نسبة 8.75% من أفراد العينة أكدت ثقتها بشكل مطلق في ما يقدمه هذا الفضاء الافتراضي.
- وهذه النتائج تدل على أن الطلبة المبحوثين غالبا ما يتواصلون مع أشخاص يعرفونهم في الواقع وبالتالي يثقون في ما ينشر ويتخوفون مما ينشر من أشخاص لا يعرفونهم في الواقع.

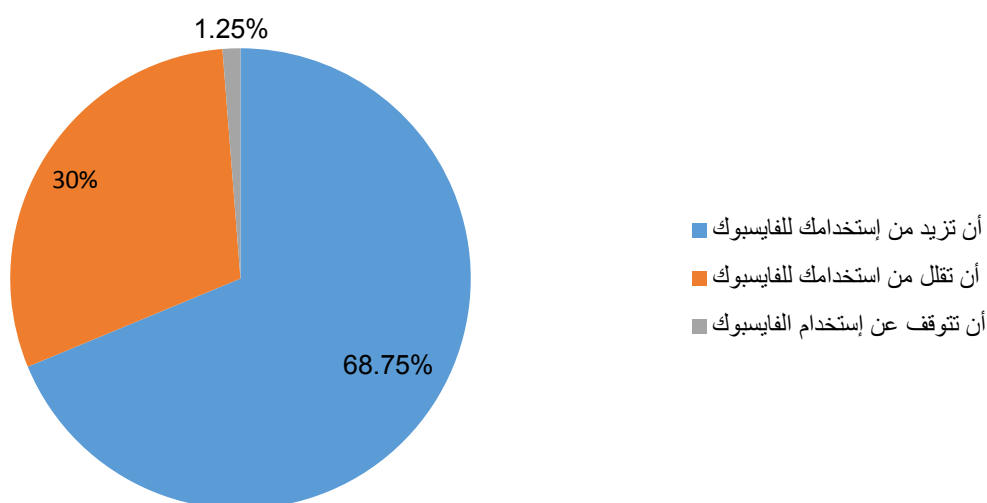


الجدول 32: ماذا تنوي مستقبلا بشأن استخدامك للفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	
68.75%	55	أن تزيد من استخدامك للفايسبوك
30%	24	أن تقلل من استخدامك للفايسبوك
1.25%	01	أن تتوقف عن استخدام الفاييسبوك
100%	80	المجموع

- تؤكد نتائج الجدول (33) على أن 68.75% من أفراد العينة قرروا زيادة نشاطهم في "الفايسبوك" وعدم قدرتهم على التخلي عنه مستقبلا، مقابل 30% منهم قرروا التقليل من استخدام "الفايسبوك" مستقبلا، في حين قرر 1.25% منهم التوقف عن استخدامه مستقبلا.
- وبالتالي نصل إلى أن النسبة الأكبر من الطلبة ترى بأنها تستخدم الموقع استخداما عقلانيا، وتؤكد على مواصلة نشاطها عبر "الفايسبوك" لاعتباره القناة الإتصالية الأكثر نجاعة في التواصل. تجد بان الموقع يلي حاجاتها ورغباتها وإشباعها المطلوبة.

ماذا تنوي مستقبلا بشأن استخدام موقع الفاييسبوك



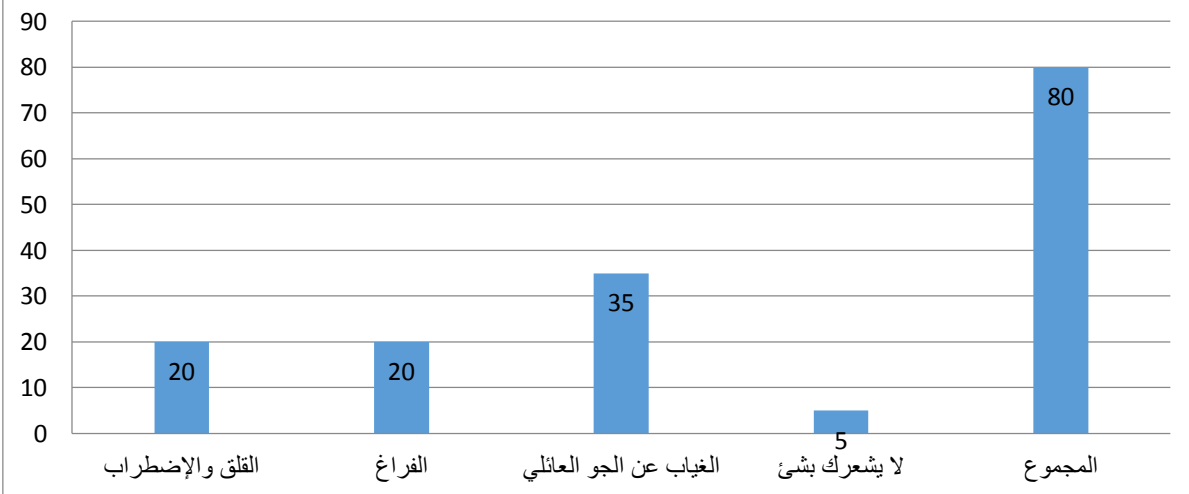
الجدول 33: غيابك عن الفاييسبوك لفترة يشعرك:

النسبة المئوية	التكرار	
25%	20	القلق و الاضطراب
25%	20	الفراغ
43.75%	35	الغياب عن الجو العائلي
6.25%	05	لا يشعرك بشئ
100%	80	المجموع

• تشير النتائج المذكورة في الجدول أعلاه أن 43.75% من الطلبة المبحوثين يشعرون بالغياب عن الجو العائلي في حال غيابهم عن موقع "الفايسبوك"، في حين يشعر 25% منهم بالقلق و الإضطراب و 25% تحس بالفراغ، فيما لا يشكل فرقا لدى فئة قليلة قدرت بـ 6.25%.

• ومن هنا نستنتج أن أغلب أفراد العينة أكدوا على شدة تعلقهم بموقع "الفايسبوك" وإحساسهم بإفتقادهم شيئاً ما في حال عدم دخولهم وتصفحهم لهذا الأخير. وأيضاً بحكم العزلة الاجتماعية نظراً لوضعهم الفاييسبوك كبديل وفي نفس الوقت كمتنفس. وهذا عنده تيارات نفسية و إجتماعية تنعكس على الفرد بمرور الوقت.

تمثيل بياني يبين شعور الطلبة المبحوثين حيال الغياب عن الفاييسبوك



### المحور الثالث: الفاسبوك والعلاقات الإجتماعية

لتسهيل تحليل بيانات دراستنا وفهمها قمنا بتقسيم أسئلة هذا المحور إلى خمسة أبعاد أساسية حتى يتسنى لنا فهم علاقة الفايسبوك بالعلاقات الإجتماعية وتأثيره عليها:

#### 1. البعد الأول: إستخدام الفايسبوك وتأثيره على الإلتناء الإجتماعي

في هذا الجانب إرتأينا إدراج ثلاث اسئلة لنعرف مدى تأثير الفايسبوك على الإلتناء الإجتماعي بالنسبة لأفراد عينتنا، وهذه الأسئلة هي كالتالي :

1.1 يشعرك إستخدام "الفايسبوك" بالوحدة والعزلة عن محيطك الإجتماعي.

2.1 تحس بالألفة والإلتناء الإجتماعي مع جماعة أصدقائك الفايسبوكيين أكثر من الجماعات الأولية (الأسرة، والأصدقاء..)

3.1 الشعور بالفراغ العاطفي والإجتماعي جعلك تلجأ إلى "الفايسبوك"

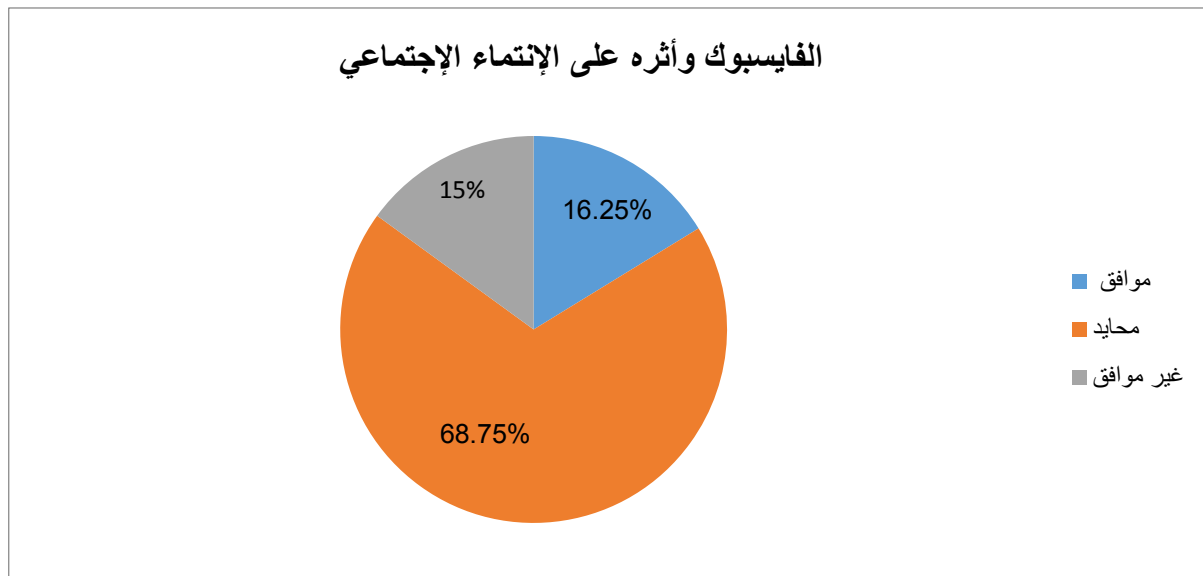
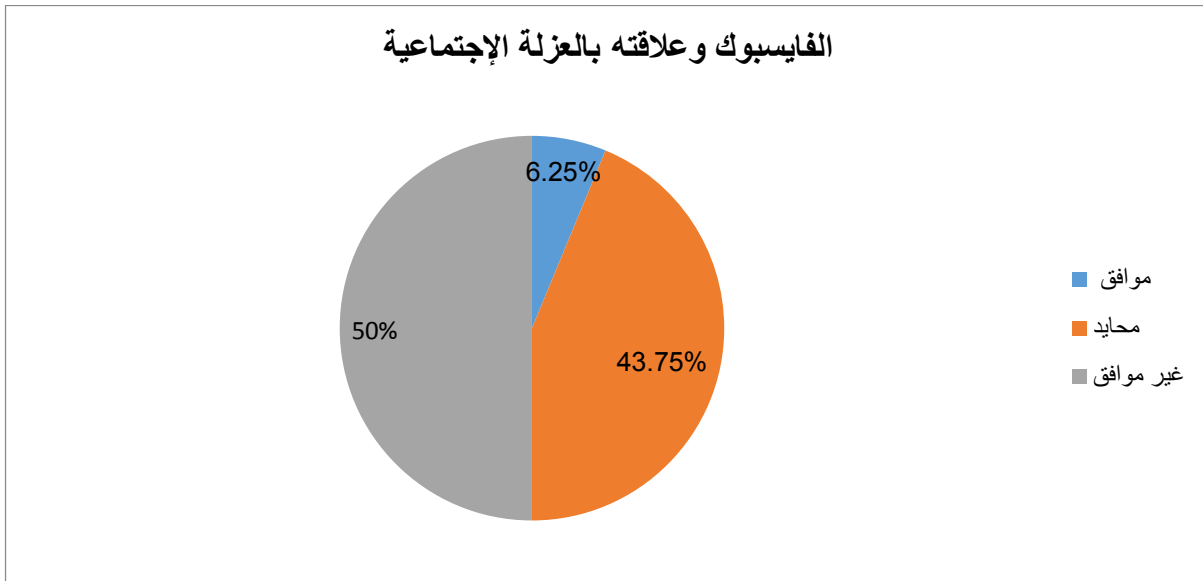
وكانت النتائج على النحو التالي:

	موافق		محايد		غير موافق		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
السؤال الأول	5	6.25%	35	43.75%	40	50%	80	100%
السؤال الثاني	13	16.25%	55	68.75%	12	15%	80	100%
السؤال الثالث	10	12.5%	25	31.25%	45	56.25%	80	100%

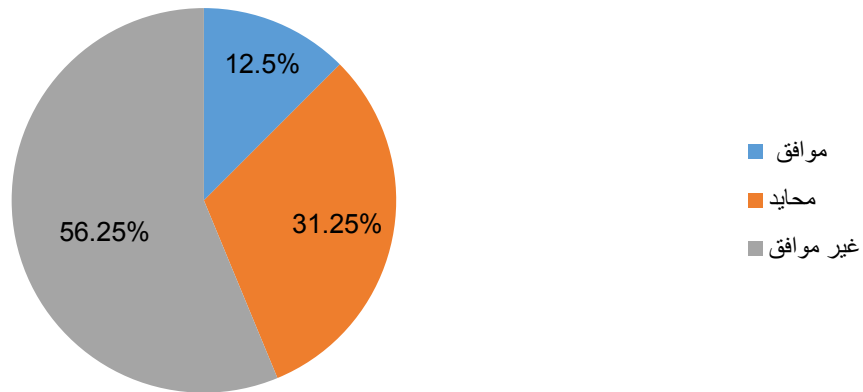
• من خلال نتائج الجدول أعلاه يتضح لنا أن 50% من أفراد العينة عبروا عن عدم شعورهم بالوحدة والعزلة عن محيطهم الإجتماعي أثناء إستخدامهم "للفايسبوك"، فيما ذهب 43.75% إلى الحياد وهي تعتبر نسبة لافتة للنظر، أما نسبة أفراد العينة الذين عبروا عن موافقتهم لهذا الطرح فكانت ضئيلة نوعا ما قدرت بـ 6.25%. وبالتالي ما يمكن قوله إن أفراد عينتنا يستغلون الفايسبوك استغلالا معتدلا وعقلانيا، وليس لدرجة أن يؤثر عليهم وعلى تفاعلهم في محيطهم الإجتماعي.

• كما يتبين لنا من الجدول أن 15% من أفراد العينة لا يوافقون على الطرح القائل بأنهم يحسون بالألفة والإلتناء الإجتماعي مع أصدقائهم الفايسبوكيين أكثر من الجماعات الأولية، أما 68.75% فأختار عبارة محايد، فيما وافق على ذلك ما نسبته 16.25%. ما يدل على أن أفراد العينة لا يعتبرون الفايسبوك أداة تفصل الشخص عن محيطه الإجتماعي هذه النتائج تؤكد جانبين رئيسيين هما: عدم قبول إمكانية طغيان هذه الوسائل على العلاقات الإجتماعية والشك في إعتبار هذا الفضاء أداة تغني عن الأهل والاصدقاء.

- أما فيما يخص الشعور بالفراغ العاطفي والإجتماعي هو السبب في اللجوء إلى الفايسبوك، فقد تبين لنا أن نسبة 56.25% من المبحوثين أكدوا عن عدم موافقتهم على هذا الطرح، في حين نجد نسبة 31.25% من أفراد العينة إختاروا عبارة محايد، فيما وافق على ذلك ما نسبته 12.5% وهي نسبة معتبرة.
- وتؤكد هذه النتائج رغم ميل الأغلبية للمعارضة، على أن العديد من المستخدمين يدخلون للعالم الافتراضي ممثلاً في "الفايسبوك" هروبا من فراغ إجتماعي وعاطفي آملين الحصول على ما يمكن أن يعوض هذا الفراغ من خلال ربط علاقات إفتراضية.



## الشعور بالفراغ العاطفي والإجتماعي وعلاقته بالفيسبوك



## 2. البعد الثاني: الفيسبوك وتأثيره على الإتصال المواجه

وفي هذا الجانب إرتائنا إدراج أربعة أسئلة لنعرف مدى تأثير الفيسبوك على الإتصال المواجه بالنسبة لأفراد عينتنا، وهذه الأسئلة كالتالي:

1.2 تقضي وقتا في التحدث مع معارفك وأصدقائك عبر الفيسبوك أكثر من الوقت الذي تجلس فيه مع أسرته.

2.2 الوقت الذي تقضيه في التحدث مع أصدقائك عبر الفيسبوك أكثر من الوقت الذي تقضيه معهم وجها لوجه.

3.2 تشعر أن علاقاتك عن طريق الفيسبوك تسمح لك بالتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع أكثر من إتصالك بهم وجها لوجه.

4.2 أصدقائك ومعارفك عبر "الفيسبوك" أكثر من أصدقائك ومعارفك في الواقع.

وفي ما يلي النتائج المتحصل عليها:

المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
100%	80	81.25%	65	16.25%	13	2.5%	02	السؤال الأول
100%	80	32.5%	26	55%	44	12.5%	10	السؤال الثاني
100%	80	12.5%	10	6.25%	05	81.25%	65	السؤال الثالث
100%	80	15%	12	12.5%	10	72.5%	58	السؤال الرابع

• تبين لنا نتائج الجدول أعلاه، أن أغلبية أفراد العينة لا يوافقون على أن الوقت المخصص لأسرهم أقل من الوقت الذي يقضونه في "الفايسبوك" وهذا بنسبة 81.25% فيما إلتزمت نسبة 16.25% من المبحوثين الحياد، تليها نسبة 2.5% من أفراد العينة أكدوا على موافقتهم لهذا الطرح وهي نسبة ضئيلة، وما يمكن قوله من خلال هذه النتائج أن الفضاء الافتراضي الذي يتيح الفاييسبوك لا يمكن له أن يعوض النمط الإتصالي الأسري.

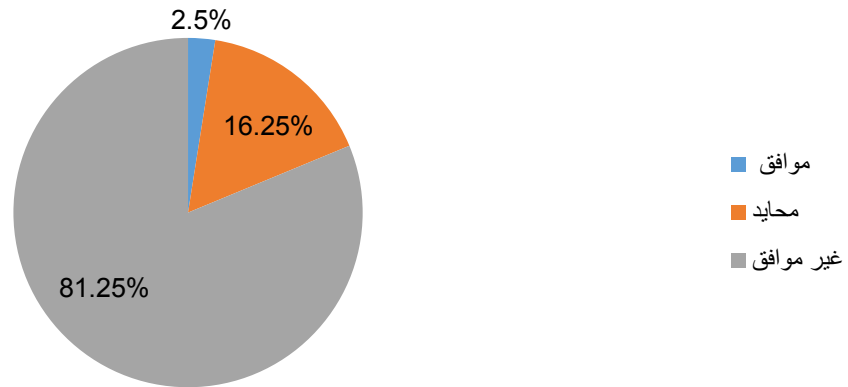
• كما يتبين لنا من خلال نتائج الجدول أعلاه أن نسبة 12.5% من أفراد العينة يوافقون على أن الوقت المخصص لأصدقائهم في الفاييسبوك أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه. فيما إلتزمت نسبة 55% من المبحوثين الحياد، في حين لم يوافق على هذا الطرح بنسبة 32.5% من أفراد العينة. هذا ما يؤكد على أن الفضاء الافتراضي الذي يتيح الفاييسبوك لا يمكن له أن يعوض الإتصال المواجه.

• يتضح لنا من خلال نتائج الجدول السابق، أن نسبة 81.25% من المبحوثين يوافقون على أنهم صريحون وجرآء أثناء تحديثهم عبر "الفايسبوك" أكثر من تحديثهم وجها لوجه، وعارضهم في ذلك 12.5% من مجموع أفراد العينة. ليحتل المحايدون المرتبة الثالثة بنسبة 6.25%. وما يمكن قوله هو أن الفاييسبوك أثر على الطلبة المستخدمين وهذا لاحتوائه على العديد من الخدمات والإمميزات، كإمكانية الدخول بإسم مستعار الامر الذي يجعل مستخدمه يقوم بطرح ومناقشة مختلف القضايا دون خوف أو خجل فلا أحد سيتعرف عليه، وبالتالي له أن يتحدث بكل جرأة على عكس العالم الواقعي الذي يبقى مقيدا بالعديد من الضوابط والأحكام. وبالتالي يجب التأكيد على جانب الحرية في هذا العالم الافتراضي.

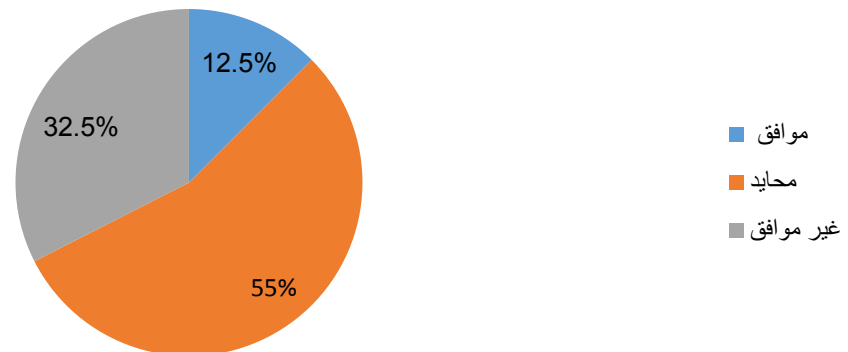
• من خلال نتائج الجدول أعلاه، تبين لنا أن نسبة 72.5% من أفراد العينة أكدوا على أن أصدقائهم ومعارفهم في الفاييسبوك أكثر منهم في الواقع، وعارضهم في ذلك 15% من المبحوثين. في حين إلتزم 12.5% من أفراد العينة الحياد. هذا الأمر وارد لأن الفضاء الافتراضي مخصص للصدقات وخاصة العامة منها.

- وبناءا على النتائج السابقة يتضح لنا أن إستخدام الفايسبوك قد أثر فعلا على الإتصال المواجه للطلبة، وبرز نوع جديد من الإتصال ألا وهو الإتصال الوسيطي.

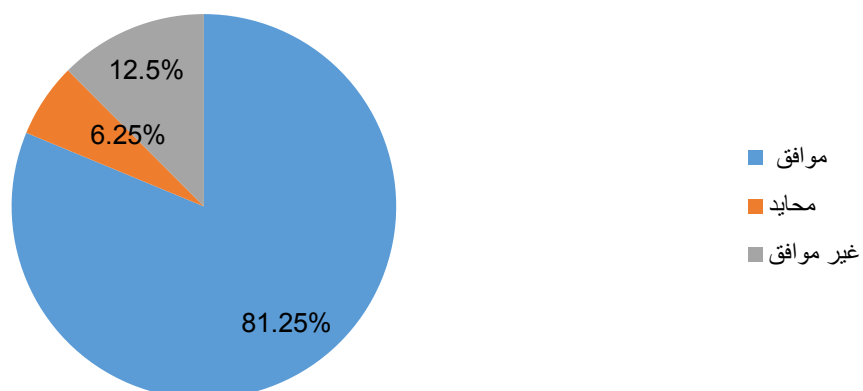
تقضي وقتا في التحدث مع أصدقائك في الفايسبوك أكثر من الوقت الذي تخصصه لأسرتك



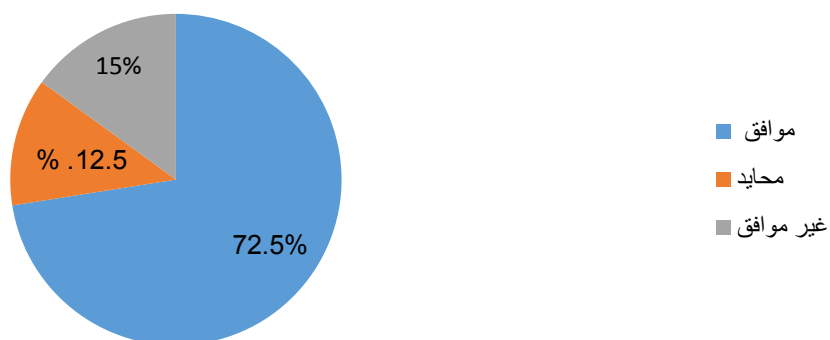
الوقت الذي تقضيه في التحدث مع أصدقائك أكثر من الوقت الذي تقضيه معهم وجها لوجه



الفايسبوك وتأثيره على درجة التعبير عن القضايا



دائرة نسبية تبين ما إذا كان الأصدقاء والمعارف على الفايسبوك أكثر منهم في الواقع



### 3. البعد المتعلق بالثقة في معارف الفايسبوك وحميمية العلاقة

في هذا الجانب إرتائنا أن ندرج ثلاثة اسئلة وهي كالتالي:

1.3 تشعر أن العلاقات التي كونتها عن طريق "الفايسبوك" تعادل في حميميتها العلاقات التي كونتها عن طريق الإتصال المواجهي.

2.3 تتق في معارفك وأصدقائك عبر "الفايسبوك" أكثر من ثقتك في أصدقائك ومعارفك في الواقع.

3.3 إحساسك بحميمية العلاقة مع اصدقائك في "الفايسبوك" دفعك للإلتقاء بهم وجها لوجه.

وكانت النتائج على النحو التالي:

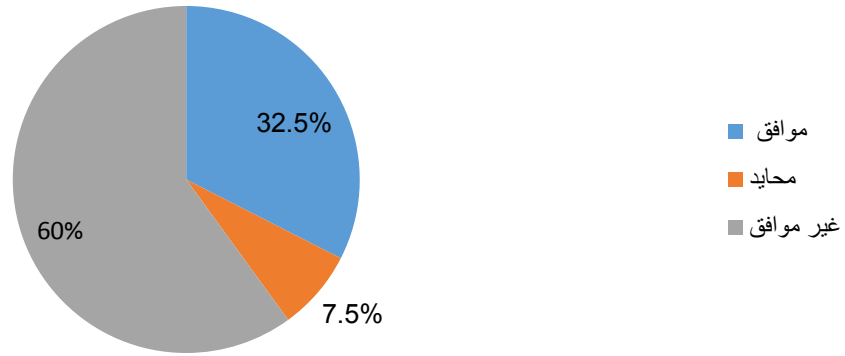
	موافق		محايد		غير موافق		المجموع
	ت	%	ت	%	ت	%	
السؤال الأول	26	32.5%	06	7.5%	48	60%	80
السؤال الثاني	14	17.5%	21	26.25%	45	56.25%	80
السؤال الثالث	8	10%	11	13.75%	61	76.25%	80

• من خلال الجدول أعلاه يتضح أن 60% من أفراد العينة لا يوافقون على الطرح القائل بأن العلاقات التي كونوها عبر الفايسبوك تعادل في حميميتها العلاقات التي كونوها عبر الإتصال المباشر، فيما إلتزم 7.5% منهم الحياد، في حين وافق 32.5% منهم على هذا الطرح، ومن هنا يمكن القول أن الفايسبوك يبقى بالنسبة للطلبة عالما إفتراضيا تبقى فيه العلاقات إفتراضية لا يمكن موازنتها مع العلاقات الكلاسيكية التي نكوها عبر الإتصال المباشر بالإضافة إلى أن الإتصال عبر الفايسبوك لا يستطيع تعويض العلاقات الحميمية.

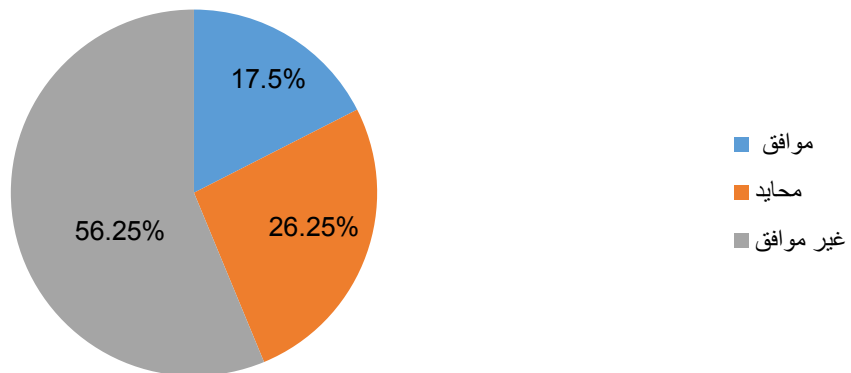
• كما تشير نتائج الجدول أعلاه إلى أن أفراد العينة لا يوافقون بنسبة 56.25% على الطرح القائل بأنهم يثقون في أصدقائهم ومعارفهم عبر الفايسبوك أكثر منهم في الواقع، فيما إلتزم 26.25% الحياد، في حين وافق على ذلك 17.5% من المبحوثين. وهذا الأمر راجع إلى أن العديد من الصداقات الفايسبوكية هي مجرد صداقات عابرة، كما أنه لا يمكن لنا أن نثق فيمن لا نعرف. وبالتالي فإن الفايسبوك وبالرغم من احتلاله لمكانة كبيرة في حياة مستخدميه إلا أنه يبقى بعيدا كل البعد عن الثقة وذلك راجع إلى عديد المخاطر التي تكتنف هذا الفضاء الإفتراضي.

- تبين لنا من الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة لا يوافقون على أن حميمية العلاقة التي تجمعهم بأصدقاء "الفايسبوك" دفعتهم للإلتقاء بهم وجها لوجه وهذا بنسبة 76.25%، فيما إلتزم الحياد 13.75% في حين وافق على ذلك 10% من المبحوثين. وهذا الأمر راجع إلى أن الصداقات الفاييسبوكية في الغالب تكون لإهتمام مشترك أو لمصلحة مشتركة وليس لحميميتها.
- وبناء على النتائج السابقة يمكن القول بأن الفاييسبوك لم يؤثر في هذا البعد، حيث أن هذا الفضاء الافتراضي يبقى بعيدا عن الثقة كما أن العلاقات فيه لا يمكن لها أن تتساوى مع العلاقات الاجتماعية الواقية إلا في بعض الأحيان ولكن بشكل ضئيل.

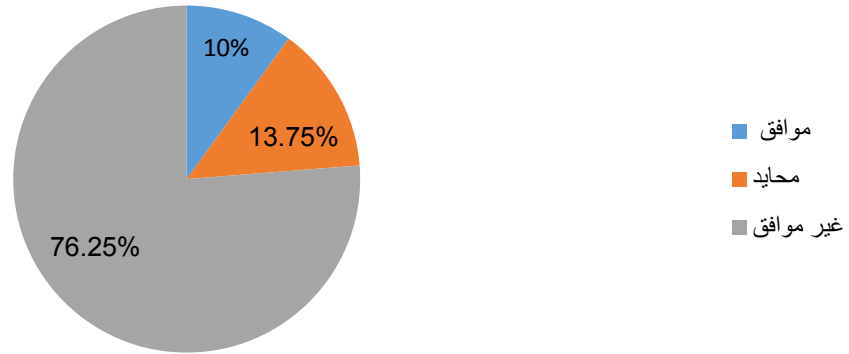
تشعر أن العلاقات التي كونتها عن طريق الفاييسبوك تعادل في حميميتها التي كونتها عن طريق الإتصال المواجهي



تثق في أصدقائك عبر الفاييسبوك أكثر من تثقتك في أصدقائك الواقعيين



إحساسك بحميمية العلاقة مع أصدقائك الفايسبوكيين دفعك إلى الإلتقاء بهم وجها لوجه.



#### 4. البعد المتعلق بالفايسبوك وتأثيره على التفاعل الإجتماعي

في هذا الجانب إرتأينا إدراج أربعة أسئلة وهي كالتالي:

1.4 تشعر أن تفاعلك مع افراد أسرتك قل منذ بدأت تستخدم "الفايسبوك".

2.4 تشعر أن زيارتك لأقاربك قلت منذ بدأت تستخدم "الفايسبوك".

3.4 تشعر أن نشاطاتك الإجتماعية في المناسبات العائلية تراجعت منذ بدأت تستخدم "الفايسبوك".

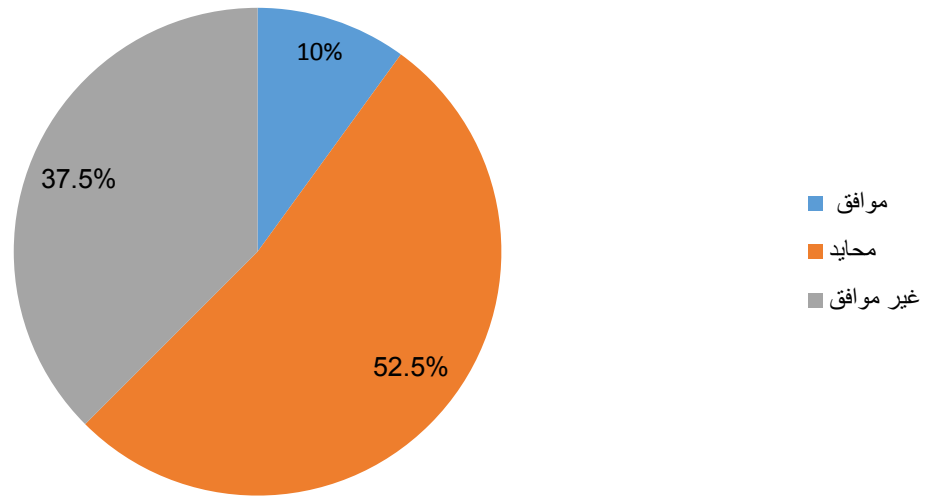
4.4 تشكو منك أسرتك بسبب الوقت الطويل الذي تقضيه مع "الفايسبوك".

وكانت نتائج هذا البعد كالتالي:

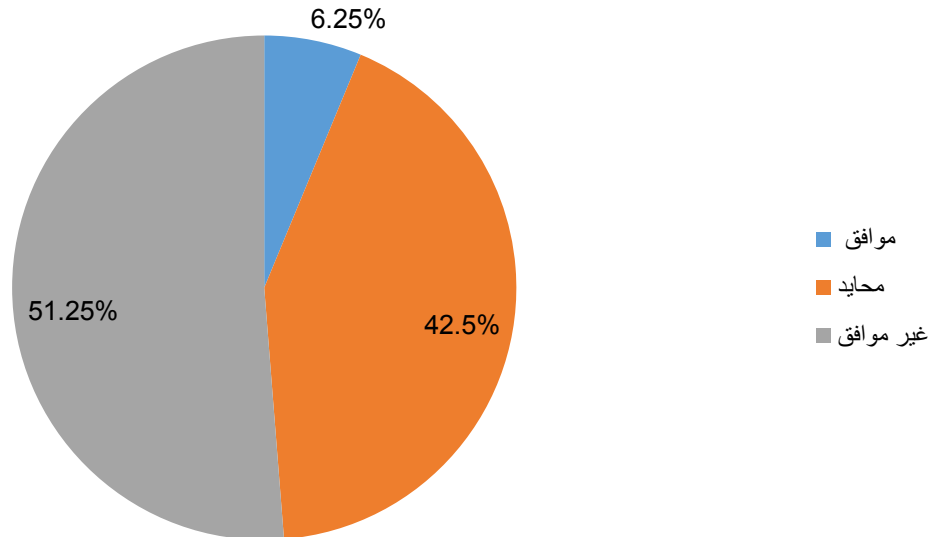
السؤال	موافق		محايد		غير موافق		المجموع
	ت	%	ت	%	ت	%	
السؤال الأول	08	10%	42	52.5%	30	37.5%	80
السؤال الثاني	05	6.25%	34	42.5%	41	51.25%	80
السؤال الثالث	01	1.25%	24	30%	55	68.75%	80
السؤال الرابع	06	7.5%	20	25%	54	67.5%	80

- بفحص نتائج الجدول أعلاه يتبين لنا أن أغلبية افراد العينة لا يوافقون على أن تفاعلهم مع اسرهم قُل منذ بدأوا يستخدمون الفاييسبوك وتعبر عنهم نسبة 37.5% في حين يوافق 10% منهم على ذلك، في حين نجد المحايدون ممثلين بأعلى نسبة 52.5%، ومن هنا يتضح لنا أن أفراد عينتنا على الرغم من تعلقهم بالفايسبوك إلا أن ذلك لم يؤثر على علاقاتهم بالجماعات الأولية. كما يمكننا القول أن الفاييسبوك يبقى درجة ثانية من العلاقات.
- كما تشير نتائج الجدول أعلاه بأن أفراد العينة لا يوافقون بنسبة 51.25% على الطرح القائل بأن زيارتهم لأقاربهم قلت منذ بدء إستخدامهم "الفايسبوك"، في حين نجد نسبة 42.5% منهم إتزمت الحياد، فيما وافق على هذا الطرح نسبة 6.25% من المبحوثين.
- كما يتضح لنا مجددا من نتائج الجدول أعلاه أن 68.75% من أفراد عينتنا لا يوافقون على أن إستخدامهم للموقع قلل من نشاطاتهم الإجتماعية، في حين نجد نسبة 1.25% أبدت موافقتها على هذا الطرح، فيما إتزم 30% من المبحوثين موقف الحياد. وبالتالي يمكن القول بأن الفاييسبوك لم يؤثر على الطلبة المستخدمين إذ أنهم يرون بأنهم لازالوا يمارسون نشاطاتهم العائلية كما في السابق، وبالتالي تبقى النشاطات الإجتماعية في المناسبات العائلية لا يمكن الأخذ فيها وتأكيدا إلا بطريقة مباشرة دون وسيلة أخرى.
- كما تبين لنا أيضا أن 7.5% من المبحوثين يوافقون على أن أسرهم تشكو منهم بسبب الوقت الطويل الذي يقضونه في الفاييسبوك، في حين إتزم 25% بالحياد، ولم توافق الأغلبية الساحقة من أفراد العينة على ذلك بنسبة 67.5%. من هنا يمكننا القول أن أفراد عينتنا بمضون وقتا معتدلا في "الفايسبوك" وليس لدرجة أن يلفت إهتمامهم المفرط عائلاتهم.
- ومما سبق نخلص إلى أن "الفايسبوك" لم يؤثر على التفاعل الإجتماعي لأفراد عينتنا، بل بالعكس ساعد في توسيع دائرة النشاطات والمناسبات العائلية.

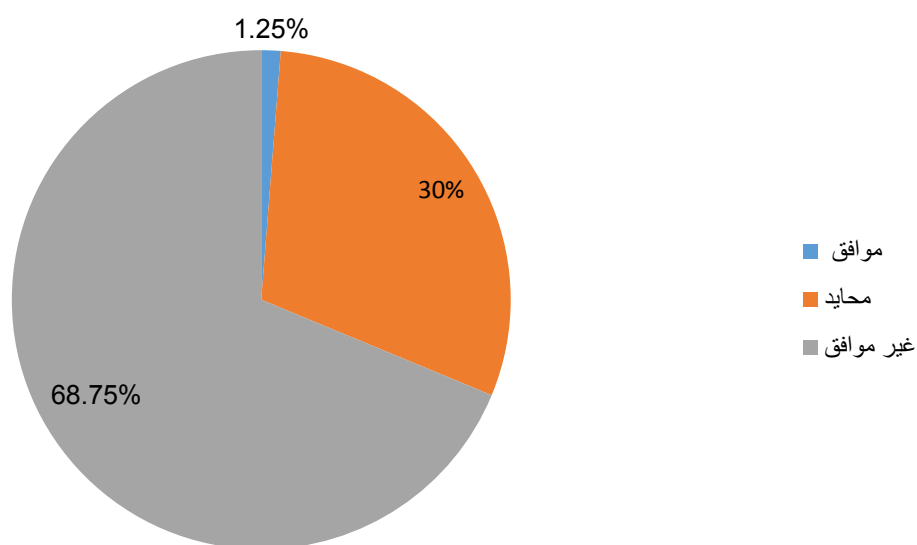
تشعر أن تفاعلك مع أفراد أسرته قل منذ أن بدأت تستخدم الفيسبوك



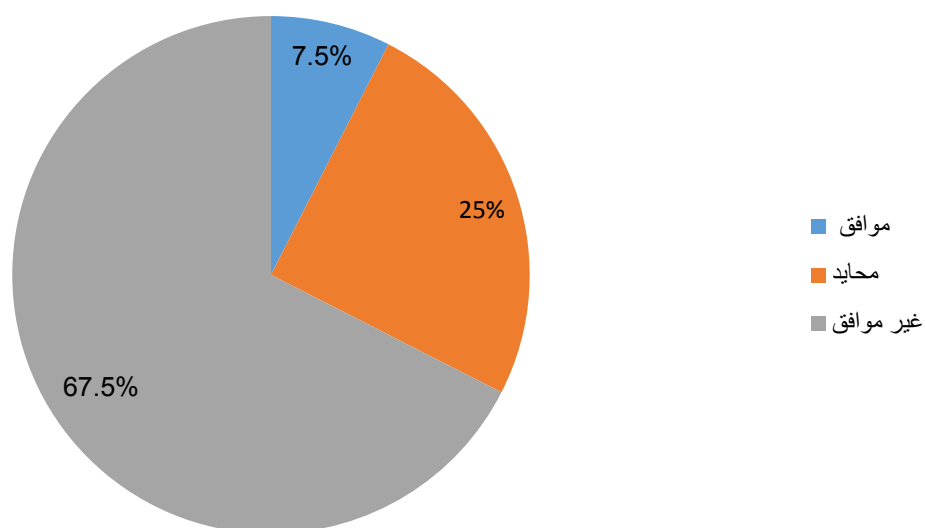
تشعر أن زيارتك لأقاربك قلت منذ أن بدأت تستخدم الفيسبوك



تشعر أن نشاطاتك الإجتماعية في المناسبات العائلية قلت منذ أن بدأت تستخدم الفايسبوك



تشكو منك أسرتك بسبب الوقت الطويل الذي تقضيه مع الفايسبوك



### 5. البعد المتعلق بالفيسبوك والحفاظ على العلاقات الإجتماعية

وفي هذا الجانب خصصنا ثلاث اسئلة وهي كالتالي:

1.5 الإتصال عبر الفيسبوك ساعدك في توسيع علاقاتك الإجتماعية الواقعية.

2.5 تشعر أنك أصبحت أقرب إلى أقاربك الذين تتواصل معهم عبر الفيسبوك.

3.5 إستخدامك للفيسبوك جعلك تحافظ على علاقاتك القديمة والقائمة.

وكانت النتائج كالتالي:

المجموع	غير موافق		محايد		موافق				
	%	ت	%	ت	%	ت			
	100%	80	17.5%	14	12.5%	10	70%	56	السؤال الأول
	100%	80	2.5%	2	57.5%	46	40%	32	السؤال الثاني
	100%	80	25%	20	8.75%	7	66.25%	53	السؤال الثالث

• يبين لنا الجدول أعلاه أن 70% من أفراد عينتنا يوافقون على أن إستخدامهم "الفيسبوك" ساعدهم في توسيع علاقاتهم الإجتماعية فيما إلترم 12.5% الحياد ولم يوافق على ذلك 17.5% من المبحوثين. ومن هنا نلاحظ أن نسبة كبيرة من مستخدمي "الفيسبوك" صاروا يمارسون علاقاتهم الإجتماعية إفتراضيا وبالتالي فإن "الفيسبوك" قد أثر على التفاعل الإجتماعي لأفراد عينتنا.

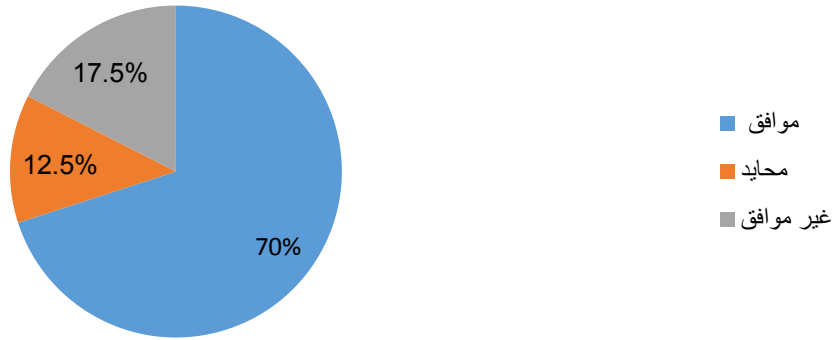
• كما يتضح لنا من نتائج الجدول أعلاه، أن 40% من أفراد العينة يوافقون على أنهم يشعرون بأنهم أصبحوا أقرب إلى أقاربهم الذين يتواصلون معهم عبر الفيسبوك، في حين إلترم الحياد 57.5% من المبحوثين، بينما لم يوافق على ذلك 2.5% منهم. ومن هنا يتضح لنا بأن "الفيسبوك" أضحي من بين الدعامات التي تزيد من تقوية العلاقات وتوطيدها، وذلك لإتاحته الإلتقاء والتحدث في كل وقت وبالتالي توسيع العلاقات وتطويرها بين الأفراد .

• ومن جهة أخرى ومن نتائج الجدول أعلاه، فقد عبر أغلبية أفراد العينة عن موافقتهم الشديدة على أن موقع "الفيسبوك" ساعدهم في الحفاظ على علاقاتهم القديمة والقائمة بنسبة 66.25%، ليأخذ 8.75% منهم موقف الحياد، وفي المقابل نجد بان 25% لم يوافقوا على هذا الطرح.

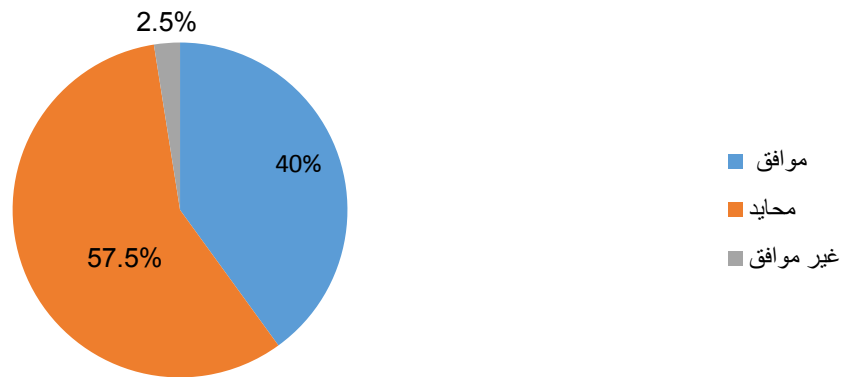
إذن يمكننا القول بأن موقع "الفيسبوك" قد أثر ولعب دورا في الحفاظ على العلاقات الإجتماعية بين مستخدميهم.

- ومما سبق نخلص إلى أن الهدف الرئيسي من وراء إنشاء الفايسبوك هو الحفاظ على التواصل بين الأفراد.

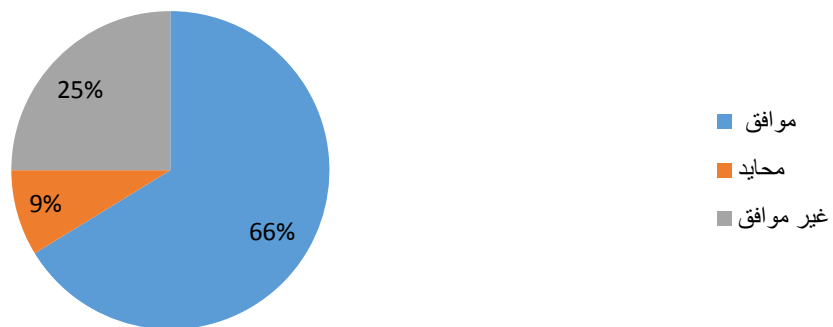
الإتصال عبر الفايسبوك ساعدك في توسيع علاقاتك الإجتماعية الواقعية



تشعر أنك أصبحت أقرب إلى أقاربك الذين تتواصل معهم عبر الفايسبوك



إستخدامك للفايسبوك جعلك تحافظ على علاقاتك القديمة والقائمة



# نتائج الدراسة

توصلت الدراسة النظرية إلى أن مواقع الشبكات الإجتماعية التي تستأثر بقبول وتجاوب الكثير من الناس وفي جميع أنحاء العالم تطرح العديد من القضايا، سيما وأنها تتيح للمستخدم فضاء آخر للتفاعل ضمن مجتمع افتراضي يقوم من خلاله ببناء علاقات افتراضية مع الناس قد يجمعه بهم علاقات قرابة وصدقة في الواقع، أو أشخاص يبادلونهم نفس الإهتمام، ويعتبر موقع الفايسبوك من أهم مواقع الشبكات الإجتماعية الذي تتلخص فكرته في إمكانية إلتقاء الأصدقاء القدامى وكذلك الأصدقاء الجدد وتبادل المعلومات الحر وآخر الأنباء والتطورات معهم، وتتعدد إستخدامات الموقع وتختلف تأثيراته في العلاقات الإجتماعية، ولقد اسفرت نتائج الدراسة الميدانية عن ما يلي:

- بالنسبة لعادات وأنماط إستخدام الفايسبوك فقد تبين أن أغلب الطلبة المبحوثين يستخدمونه منذ سنة إلى ثلاث سنوات 55% ويقضي 45% منهم أكثر من ثلاث ساعات في إستخدامهم للموقع، وتشير النتائج أن أغلب المبحوثين يتصفحون الموقع من مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم بنسبة 50% ويفضل 56.25% منهم الفترة الليلية لإستخدامه.

- كشفت الدراسة أن فئة الإناث أكثر تعلقا بموقع "الفايسبوك" من الذكور، حيث تقضي 47.73% منهم أكثر من ثلاث ساعات في الإستخدام، مقارنة بفئة الذكور التي تقضي نسبة 41.67% من نفس الفترة.

- الطلبة المبحوثين الذين تتراوح اعمارهم بين 25 و 30 سنة هم أكثر تصفحا لموقع "الفايسبوك" مقارنة بالفئات العمرية الأخرى، حيث تقوم 50% من هذه الفئة بتصفح الموقع أكثر من ثلاث مرات في اليوم، مقابل 46.67% من الطلبة الأكثر من 30 سنة، و12% للطلبة الذين يتراوح سنهم بين 20 و 25 سنة.

- تبين من الدراسة أن فئة الذكور يميلون إلى إستخدام "الفايسبوك" ليلا بنسبة 83.33% مقارنة بفئة الإناث التي تفضل إستخدام الموقع في الفترة المسائية بنسبة 38.64% والصباحية 22.73%.

- يدخل أغلب الطلبة المبحوثين لـ"الفايسبوك" من المنزل بنسبة 40.14% ويميل 53.74% منهم إلى إستخدام الفايسبوك مع الأصدقاء، في حين يستخدمه 46.25% مع المجموعات المفضلة.

- يفضل 23.59% من المبحوثين خدمة الدردشة إلى جانب خدمة التعليقات بنفس النسبة، تليها خدمة مشاركة الفيديو بنسبة 20.36% ثم خدمة مشاركة الصور بنسبة 16.23% في حين نجد خدمة الألعاب بنسبة 8.85%، وأخيرا خدمة مشاركة الروابط في آخر التفضيلات بنسبة 7.38%. وأكثر خدمة يستخدمونها

وقت تصفحهم للموقع هي الدردشة مع الأصدقاء بنسبة 26.05% ثم قراءة مشاركات الأصدقاء ووضع التعليق عليها بنسبة 24.43% تليها وضع مشاركات على حائطهم بنسبة 21.83%.

• تميل إناث العينة المدروسة إلى تفضيل خدمة الدردشة والتعليقات بنفس النسبة (33.15%) و خدمة الالعب (11.05%) مقارنة بفتة الذكور، في حين نجد أن ذكور العينة يميلون إلى خدمة مشاركة الصور (22.15%) والروابط (12.02%) و الفيديو (34.18%) أكثر من فتة الإناث.

• كشفت الدراسة أن 63.75% من الطلبة المبحوثين لديهم أقل من 150 صديق في الفايسبوك و 16.25% لديهم أكثر من 150 صديق، يتم إختيارهم على أساس علاقة المستوى الثقافي والمعرفي بالدرجة الأولى (31.47%) ثم الإهتمام المشترك بنسبة 30.52% تليها علاقة القرابة والصدافة بنسبة 29.57%.

• إتضح لنا مما سبق، بأن أغلبية الذكور لفتة ما بين 20 و 25 سنة لديهم أكثر من 300 صديق بنسبة 57.14% عكس الإناث من نفس الفتة العمرية اللاتي لدى أغليبتهن أقل من 150 صديق بنسبة 56.25%، أما الذكور لفتة ما بين 25 و 30 سنة لديهم أيضا أكثر من 300 صديق والتي بلغت 12.5% تفوق نسبة الإناث اللاتي لديهن نفس العدد واللاتي مثلن نسبة 9.25%.

• يشارك 91.25% من الطلبة المبحوثين في المجموعات الإفتراضية، تتقدمها المجموعات الثقافية 22.90% ثم المجموعات الإجتماعية 21.45% والرياضية بنسبة 19.63%.

• تبين من الدراسة أن فتة الذكور أكثر تفضيلا للمجموعات الرياضية بنسبة (32.06%) والمجموعات السياسية (4.58%) والإجتماعية (29.77%) مقارنة بفتة الإناث، في حين نجد أن إناث العينة أكثر تفضيلا للمجموعات الثقافية (33.33%) والترفيهية (16.67%) والإعلامية (26.39%) مقارنة بفتة الذكور.

• وبالنسبة للدوافع والحاجات التي تكمن وراء إستخدام "الفايسبوك" فلقد تبين من إجابات الطلبة المبحوثين أن أغلبهم يستخدمونه بدافع التواصل مع الأصدقاء والأهل بنسبة 36.42% تليها الترفيه والتسلية بنسبة 27.75% ثم التثقيف بنسبة 15.03%، وهذا ما يؤكد وعي الطلبة وإدراكهم بما قد يترتب عن العلاقات العاطفية الفايسبوكية.

• من جانب آخر نجد أن أغلبية ذكور العينة يستخدمون موقع "الفايسبوك" بدافع التواصل مع الالهل والأصدقاء بنسبة 41.33% يليها الترفيه والتسلية 28% ثم التثقيف بنسبة 16%، مقابل اغلبية إناث العينة تستخدمن

موقع "الفايسبوك" ايضا بدافع التواصل مع الأهل والاصدقاء بنسبة 32.65% يليها الترفيه والتسلية 27.55% ثم لتكوين علاقات جديدة بنسبة 15.31%، وتختلف دوافع استخدام موقع "الفايسبوك" بين الذكور والإناث المبحوثين، لكن يجب الإشارة إلى أن إناث العينة تميل إلى استخدام الفايسبوك من أجل تكوين علاقات جديدة وبدافع التخلص من الفراغ العاطفي والإجتماعي أكثر من فئة الذكور.

• كما توصلت الدراسة أن أغلب الطلبة المبحوثين يدخلون لموقع الفايسبوك بهويتهم المستعارة بنسبة 93.75% فيما يدخل 6.25% بهوية حقيقية، ويستخدم هؤلاء الهوية المستعارة بدافع التصرف بكل حرية في الموقع بنسبة 50% فيما يستخدمها 38.89% خوفا من أن يتعرف الآخرون على هويتهم الحقيقية.

• أما مستخدمو الهوية الحقيقية فأغلبهم يستخدمونها حتى يجدهم معارفهم بسهولة بنسبة 62.5% فيما يستخدمها 37.5% حتى يحفظوا بثقة المتفاعلين معهم.

• كشفت الدراسة على أن 95.45% من إناث الطلبة المبحوثين يستخدمون موقع "الفايسبوك" بهوية مستعارة، في حين نجد 4.55% منهم يستخدمون هويتهم الحقيقية.

• إضافة إلى 91.67% من ذكور الطلبة المبحوثين يستخدمون موقع الفايسبوك بهوية مستعارة مقابل 8.33% منهم يستخدمون هويتهم الحقيقية، ويمكن القول أن جل أفراد العينة يفضلون الدخول إلى الفايسبوك مستخدمين الأسماء المستعارة، خاصة منهم فئة الإناث التي إحتلت النسبة الأكبر وهذا راجع إلى تخوف هذه الفئة من الرقابة الأسرية والإجتماعية، بحكم حجم القيود المفروضة عليها، كما أن "الفايسبوك" فضاء لا يخضع للرقابة الإجتماعية و لا للقانونية.

• لا يوافق اغلب الطلبة المبحوثين على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء بنسبة 83.75% بسبب عدم ثقتهم فيما لا يعرفون بنسبة 57.30% مقابل إدراكهم بأن العلاقات مع المجهول غير ناجحة بنسبة 30.20%.

• في حين يوافق عليها 16.25% بهدف التعرف على أشخاص جدد بنسبة 46.66% ثم التسلية وتمضية الوقت بنسبة 36.67% ثم تكوين علاقات غرامية مع الجنس الآخر بنسبة 16.67%.

• يتصدر قائمة الإشباع التي يحققها موقع "الفايسبوك" للطلبة المبحوثين ربط علاقات صداقة مع الجنس الآخر بنسبة 66.36% يليها ربط علاقات صداقة 22.73% ثم إيجاد حلول لمشاكلهم الإجتماعية بنسبة 10.91%.

- يثق 78.75% من الطلبة المبحوثين فيما يقدمه "الفايسبوك" لكن حسب صاحب المشاركة، فيما لا يثق 12.5% منهم في ما يقدمه، في حين يثق 8.75% منهم بشكل مطلق.
- يتوقع 68.75% من الطلبة المبحوثين أن يزيدوا من إستخدامهم لـ"الفايسبوك"، في الوقت الذي ينوي فيه 30% منهم أن يقلل من إستخدامه للموقع، مقابل 1.25% منهم ينوي التوقف عن إستخدام "الفايسبوك".
- لقد تبين من نتائج الدراسة أن 43.75% من الطلبة المبحوثين يشعرون بالغياب عن الجو العائلي في حال غيابهم عن "الفايسبوك" لفترة، في حين يشعر 25% بالقلق و الإضطراب إلى جانب إحساسهم بالفراغ بنفس النسبة، فيما لا يشكل فرقا لدى فئة قليلة قدرت بـ6.25%.
- أما بالنسبة للمحور الخاص "بالفايسبوك" والعلاقات الإجتماعية، وتحديد البعد المتعلق بإستخدام الفايسبوك وتأثيره على الإنتماء الإجتماعي، فقد تبين أن أغلب الطلبة المبحوثين لا يوافقون على أن استخدامهم للفايسبوك يشعروهم بالوحدة والعزلة عن محيطهم الإجتماعي بنسبة 50% فيما إلتزمت 43.75% موقف الحياد.
- لم يوافق معظم الطلبة المبحوثين على أنهم يحسون بالألفة والإنتماء الإجتماعي مع أصدقائهم الفايسبوكيين أكثر من الجماعات الأولية (الأصدقاء، الأهل...) بنسبة 15%، فيما إلتزمت الحياد نسبة معتبرة 68.75%.
- لم توافق أغلبية الطلبة المبحوثين على الطرح القائل بأن الشعور بالفراغ العاطفي والإجتماعي هو السبب في اللجوء إلى الفايسبوك 56.25 في حين إختار 31.25% موقف الحياد.
- أما بالنسبة للبعد المتعلق بـ"الفايسبوك" وتأثيره على الإتصال المواجه، فلقد أكد أغلبية الطلبة المبحوثين عن عدم موافقتهم على أن الوقت المخصص لأسرهم اقل من الوقت الذي يقضونه في "الفايسبوك" بنسبة 81.25%، فيما إتخذ 16.25% منهم موقف الحياد.
- عبر أفراد العينة عن رفضهم الطرح القائل بأن الوقت المخصص لأصدقائهم في الفايسبوك أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه 32.5%، فيما إلتزمت نسبة معتبرة موقف الحياد 55%.
- أكد 81.25% من أفراد العينة على أنهم صريحون وجرأ اثناء تحدثهم غير "الفايسبوك" أكثر من تحدثهم وجها لوجه، في حين إلتزم الحياد 6.25% منهم.

- وافق معظم الطلبة المبحوثين على أن أصدقائهم ومعارفهم في الفايسبوك أكثر منهم في الواقع بنسبة 72.5%، في حين عبر 12.5% منهم بموقف الحياد.
- أما بالنسبة للبعد المتعلق بالفايسبوك وحميمية العلاقة، فقد أبدى معظم الطلبة المبحوثين عن عدم موافقتهم بأن العلاقات التي كونوها عبر "الفايسبوك" تعادل في حميميتها العلاقات التي كونوها عبر الإتصال المباشر بنسبة 60%، في حين إلتزم بموقف الحياد 7.5% منهم.
- لم يوافق المبحوثين بنسبة 56.25% على الطرح القائل بأنهم يثقون في أصدقائهم ومعارفهم عبر الفايسبوك أكثر منهم في الواقع، فيما إلتزم 26.25% موقف الحياد.
- أكد معظم طلبة الإعلام والإتصال المبحوثين بنسبة 76.25% على عدم موافقتهم بأن حميمية العلاقة التي تجمعهم بأصدقاء "الفايسبوك" دفعتهم إلى الإلتقاء بهم وجها لوجهن في حين إلتزم الحياد 13.75% منهم.
- أما بالنسبة للبعد المتعلق بالفايسبوك وتأثيره على التفاعل الإجتماعي، فقد تبين ان معظم الطلبة المبحوثين لا يوافقون بنسبة 37.5% على أن تفاعلهم مع اسرهم قل منذ أن بدأوا يستخدمون الفايسبوك، في حين إلتزمت نسبة كبيرة من الطلبة بموقف الحياد قدرت بـ 52.5%.
- لا يوافق العدد الأكبر من المبحوثين بنسبة 51.25% على أن زيارتهم لأقاربهم قلت منذ ان بدأوا يستخدمون موقع "الفايسبوك"، كما إلتزمت نسبة معتبرة منهم 42.5% موقف الحياد.
- أكدوا الطلبة المبحوثين بنسبة 68.75% على عدم موافقتهم بأن إستخدامهم للموقع قلل من نشاطهم الإجتماعية، فيما إلتزم 30% من المبحوثين موقف الحياد.
- لم توافق الأغلبية من الطلبة المبحوثين بنسبة 67.5% على ان أسرهم تشكو منهم بسبب الوقت الطويل الذي يقضونه في الفايسبوك، في حين إلتزم 25% منهم بموقف الحياد.
- أما بخصوص البعد المتعلق بـ"الفايسبوك" والحفاظ على العلاقات الإجتماعية، فقد أكد 70% من الطلبة المبحوثين على موافقتهم بأن موقع "الفايسبوك" ساعدهم في توسيع علاقاتهم الإجتماعية، فيما إلتزم 12.5% من المبحوثين موقف الحياد.

• يوافق أغلب الطلبة المبحوثين بنسبة 40% على كونهم أصبحوا يشعرون بأنهم أقرب إلى أقرانهم الذين يتواصلون معهم عبر "الفايسبوك"، في حين إلتزمت نسبة معتبرة موقف الحياد قدرت بـ 57.5%.

• أكد معظم الطلبة المبحوثين على موافقتهم الشديدة بأن موقع "الفايسبوك" ساعدهم في الحفاظ على علاقاتهم القديمة والقائمة وهذا بنسبة 66.25%، فيما إلتزم 8.75% من المبحوثين موقف الحياد.

وإستنادا إلى نتائج الدراسة تبين أن إستخدام أفراد العينة لموقع الفاييسبوك قلل من تواصلهم وجها لوجه مع أصدقائهم وأسرههم وكذا قلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرههم الامر الذي ادى الى الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل مع الجماعات الاجتماعية الحقيقية والاستعاضة عنها بجماعات افتراضية تجعل الفرد الذي يحس بفراغ اجتماعي وعاطفي وخاصة احساسه بالانتماء الى الجماعات الافتراضية أكثر من احساسه بالانتماء الى الجماعات الاولى (الاهل، الاصدقاء..).

ورغم هذه النتائج التي تبين أن لإستخدام موقع "الفايسبوك" آثارا سلبية على منظومة العلاقات الاجتماعية فانه من الضروري الاشارة الى البعد الاخر المتحقق من خلال هذه الدراسة والمتعلق بحفاظ الفاييسبوك على العلاقات الاجتماعية القدية والقائمة وتوسيعها، حيث تبين ان الموقع لا يؤثر سلبا على العلاقات الاجتماعية فقط وانما يساعد في توسيعها والحفاظ عليها من خلال بقاء التواصل الدائم بين الأشخاص واطلاعهم على اخبار بعضهم البعض، كما بإمكان هذا الموقع توسيع العلاقات الاجتماعية من خلال تحولها من علاقات افتراضية الى علاقات حقيقية.

وتؤشر هذه النتائج على ان مستخدم الفاييسبوك في الجزائر مستخدم نشط لديه العديد من الحاجات التي يسعى لإشباعها من خلال استخدامه للموقع وانتقائه للمحتوى ، هذه الحاجات والدوافع تتغير تبعا للعديد من المتغيرات النفسية والإجتماعية، وحسب نتائج الدراسة تأتي في مقدمة هذه الحاجات الحاجة الى التواصل وربط علاقات الصداقة، وقد نجح موقع "الفايسبوك" في تحقيق هذه الحاجة رغم انه استغرق وقتا طويلا في استخدام الموقع لإشباعها، ادى الى تأثيرات متعددة على طبيعة علاقة المتلقي بأسرته ومعارفه في المجتمع الطبيعي وأدى إلى انسحابه الملحوظ من التفاعل الإجتماعي.

الملاحق

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

موضوع المذكرة:

"إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وتأثيره على العلاقات الإجتماعية

للشباب الجامعي الجزائري"

- الفايسبوك نموذجاً -

-دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال-ماستر - بجامعة المسيلة

إستمارة مقدمة في إطار تحضير مذكرة الماستر في علوم الإعلام والاتصال-تخصص إتصال وعلاقات عامة-

تحية وبعد

تندرج هذه الدراسة في إطار تحضير شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال. وموضوعها يتمحور حول

"إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وتأثيره في العلاقات الإجتماعية" وموقع الفايسبوك نموذجاً.

إنه عمل ذو طابع علمي أكاديمي بحث وعليه فإن كل المعلومات المدلى بها لن تستعمل إلا للغرض المذكور.

لذا نرجو منكم ملاء هذه الإستمارة بعناية وموضوعية، والإجابة على الأسئلة بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة

ولكم منا كل الشكر مسبقاً.

تحت إشراف:

إعداد الطالب:

د.نعيمة براردي

مروان مزراق

السنة الجامعية : 2016/2015

## البيانات الشخصية:

- الجنس: ذكر  أنثى
- السن: 25-20  30-25  30 فما فوق
- التخصص: صحافة مكتوبة  إتصال وعلاقات عامة  سمعي بصري
- المستوى الإجتماعي: ضعيف  متوسط  جيد
- مكان الإقامة الأصلي: ريفي  حضري

## المحور الأول: "عادات وأنماط استخدام" الفايسبوك

1. منذ متى وأنت تستخدم "الفايسبوك"  
• منذ أقل من سنة  • من سنة إلى ثلاث سنوات  • أكثر من ثلاث سنوات
2. ماهو عدد الساعات التي تقضيها على شبكة "الفايسبوك" بشكل يومي؟ (إذا كنت تدخل بشكل متقطع ما مجموع الساعات اليومية على الموقع)  
• أقل من ساعة   
• من ساعة إلى ساعتين   
• من ساعتين إلى ثلاث ساعات   
• أكثر حددها.....
3. تتصفح حسابك في "الفايسبوك" في اليوم الواحد:  
• مرة واحدة  • من مرتين إلى ثلاث مرات  • أكثر من ثلاث مرات
4. ماهي الفترات المفضلة لديك لتصفح الفايسبوك؟  
• صباحا (من الساعة 06 إلى 12)   
• ظهرا (من الساعة 12 إلى الساعة 18)   
• مساء (من الساعة 18 إلى منتصف الليل)   
• ليلا (من منتصف الليل إلى الساعة 06)

5. من أين تدخل لشبكة "الفايسبوك" ؟

- المنزل •  مقهى الأنترنت •  الجامعة •  الهاتف النقال •  
مكان آخر حدده.....

6. حين تستخدم "الفايسبوك" هل تتواصل:

- مع أصدقائك •  مع المجموعات المفضلة لديك

7. ماهي خدمات "الفايسبوك" المفضلة لديك؟

- مشاركة الصور •  مشاركة الروابط •  مشاركة الفيديو •  الألعاب •  
 الدردشة •  التعليقات •  
أخرى.....

8. عندما تتصفح "الفايسبوك" فأنت غالباً:

- تكتفي بقراءة مشاركات الأصدقاء •  تضع مشاركات على حائطك •  
 تدرش مع أصدقائك •  تقرأ وتعلق على مشاركات أصدقائك •  
 تجرب عدد من التطبيقات •  تلعب مع أصدقائك •

9. كم عدد أصدقائك في "الفايسبوك"؟

- أقل من 150 •  من 150 إلى 300 •  أكثر من 300 •  
أذكر العدد.....

10. على أي أساس تختار أصدقائك في "الفايسبوك"؟

- المستوى المعرفي والثقافي •  علاقة القرابة والصداقة •  الإهتمام المشترك •  
 لا يوجد أي معيار •  أخرى تذكر.....

11. هل أنت عضو في مجموعات معينة على "الفايسبوك"؟

- نعم •  لا •

12. إذا كانت إجابتك بنعم فهل هذه المجموعات

- سياسية •  إجتماعية •  ثقافية •  
 ترفيهية •  إعلامية •  رياضية •

## المحور الثاني: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء إستخدام "الفايسبوك"

13. ما الذي يدفعك إلى إستخدام "الفايسبوك"؟

- الترفيه والتسلية
- التثقيف
- التواصل مع الأصدقاء والأهل
- لتكوين علاقات جديدة
- للهروب من الواقع
- للتخلص من الفراغ العاطفي والإجتماعي

14. عند دخولك إلى حسابك في "الفايسبوك" هل تستخدم:

- اسمك الحقيقي
- إسم مستعار

15. إذا كنت تستخدم إسمك الحقيقي فهل ذلك ل:

- حتى يجدرك معارفك بسهولة
- حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك

• أسباب أخرى تذكر.....

16. وإذا كنت تستخدم إسم مستعار هل ذلك راجع إلى:

- رغبة التصرف بكل حرية في الموقع دون أن يتعرف عليك أحد
- الخوف من أن يتعرف الآخرون على هويتك الحقيقية

• أسباب أخرى، أذكرها.....

17. هل توافق على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء؟

- نعم
- لا

18. إذا كانت إجابتك بنعم فذلك بدافع:

- التعرف على أشخاص جدد
- التسلية وتمضية الوقت
- تكوين علاقات غرامية مع الجنس الآخر
- أسباب أخرى أذكرها.....

19. وإذا كانت إجابتك بلا فهل ذلك راجع إلى:

- عدم ثقتك في من لا تعرف
- لإدراكك أن العلاقات مع المجهول غير ناجحة

• أسباب أخرى أذكرها.....

20. ماهي الإشباعات الإجتماعية التي يحققها لك "الفايسبوك"؟

• ربط علاقات صداقة

• ربط علاقات مع الجنس الآخر

• إيجاد حلول لمشاكلك الإجتماعية

21. هل تثق بما يقدمه لك "الفايسبوك"؟

• نعم، بشكل مطلق

• نعم، حسب صاحب المشاركة

• لا أثق بما يقدمه لي

22. هل تنوي مستقبلاً؟

• أن تزيد من إستخدامك لـ"الفايسبوك"

• أن تقلل من إستخدامك لـ"الفايسبوك"

• أن تتوقف عن إستخدامك لـ"الفايسبوك"

23. غيابك عن "الفايسبوك" لفترة يشعرك بـ:

• القلق والاضطراب

• الفراغ

• الغياب عن الجو العائلي

• لايشعرك بشيء

## المحور الثالث: "الفايسبوك" والعلاقات الإجتماعية

غير موافق	محايد	موافق	العبارات
			24. يشعرك استخدام "الفايسبوك" بالوحدة والعزلة عن محيطك الإجتماعي.
			25. تقضي وقتنا في التحدث مع معارفك وأصدقائك عبر الفايسبوك أكثر من الوقت الذي تجلس فيه مع أسرته.
			26. تحس بالألفة والانتماء الإجتماعي مع جماعة أصدقائك الفايسبوكيين أكثر من الجماعات الأولية (الأسرة، والأصدقاء..)
			27. الوقت الذي تقضيه في التحدث مع أصدقائك عبر الفايسبوك أكثر من الوقت الذي تقضيه معهم وجها لوجه.
			28. تشعر أن العلاقات التي كونتها عن طريق "الفايسبوك" تعادل في حميميتها العلاقات التي كونتها عن طريق الإتصال المواجهي.
			29. تشعر أن علاقاتك عن طريق "الفايسبوك" تسمح لك بالتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع أكثر من إتصالك بهم وجها لوجه.
			30. الشعور بالفراغ العاطفي والإجتماعي جعلك تلجأ إلى "الفايسبوك"
			31. أصدقائك ومعارفك عبر "الفايسبوك" أكثر من أصدقائك ومعارفك في الواقع.
			32. تثق في معارفك وأصدقائك عبر "الفايسبوك" أكثر من تثقتك في أصدقائك ومعارفك في الواقع.
			33. إحساسك بحميمية العلاقة مع أصدقائك في "الفايسبوك" دفعك للإلتقاء بهم وجها لوجه.
			34. تشعر أن تفاعلك مع أفراد أسرته قل منذ بدأت تستخدم "الفايسبوك"
			35. تشعر أن زيارتك لأقاربك قلت منذ بدأت تستخدم "الفايسبوك"
			36. تشعر أن نشاطاتك الإجتماعية في المناسبات العائلية تراجعت منذ بدأت تستخدم "الفايسبوك".
			37. الإتصال عبر "الفايسبوك" ساعدك في توسيع علاقاتك الإجتماعية
			38. تشكو منك أسرته بسبب الوقت الطويل الذي تقضيه مع "الفايسبوك"
			39. تشعر أنك أصبحت أقرب إلى أقاربك الذين تتواصل معهم عبر "الفايسبوك"
			40. إستخدامك "للفايسبوك" جعلك تحافظ على علاقاتك القديمة والقائمة



# قائمة المصادر والمراجع

**I. المعاجم والقواميس:**

1. حجاب محمد منير: المعجم الإعلامي، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1997.
2. Marcel Danesi : **Dictionary of media of America** : Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, 2008.

**II. الكتب:**

1. إبراهيم مروان عبد المجيد: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، الأردن، 2000.
2. عبد الحميد محمد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
3. بن مرسللي أحمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ، 2005.
4. عزمي زكي احمد، عاطف عدلي العبد: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.
5. القاصي دلال، البياني محمود: منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات بإستخدام البرنامج الإحصائي، دار الحامد، الأردن، 2000.
6. أبو الحمام عزام: الإعلام والمجتمع، ط1، دار أسامة، الأردن، 2011.
7. الخليفة محمد بن صالح: تأثير الأنترنت في المجتمع، عالم الكتب، الرياض، 2001.
8. بودهان يامين: تحولات الإعلام المعاصر، دار البارودي، عمان، 2011.
9. حجاب محمد منير: أساسيات البحوث الإعلامية والإجتماعية، ط2، دار الفجر، القاهرة، 2003.
10. حسان حافظ أسماء: تكنولوجيا الإتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي والرقمي، الدار العربية، مصر، 2005.
11. درويش شريف اللبان: تكنولوجيا الإتصال المخاطر والتحديات والتأثيرات الإجتماعية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2000.
12. محمد رحومة علي: تنمية المجتمعات الافتراضية عوامل نجاح جديدة للتطوير الشبكي التكنو-إجتماعي، معهد النفط الليبي، ليبيا، 2009.
13. السيد عبد العاطي: علم اجتماع حضري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د س ن.
14. السيد علي شتا: المجتمع البشري، الجزء الرابع، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 1995.

15. العابدي محمد عوض: إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية، شمس المعارف، القاهرة، 2005.
16. عباس مصطفى الصادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، 2008.
17. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
18. غريب محمد سيد أحمد: علم الاجتماع ودراسة المجتمع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003.
19. غسان منير حمزة، الهويات الوطنية والمجتمع العالمي والإعلام، إجراءات تشكل الهوية في ظل الهيمنة الإعلامية العالمية، ط2، دار النهضة العربية، مصر، 2002.
20. فضل الله مهدي: أصول كتابة البحث وقواعد التحقيق، ط2، دار الطليعة، لبنان، 2000.
21. قدورة وحيد : الإتصال العلمي والوصول الحر للمعلومات العلمية ، الباحثون والمكتبات الجامعية العربية ، المنظمة العربية للترفيه والثقافة والعلوم، تونس، 2002.
22. محمد جابر سامية: علم الاجتماع العام، دار النهضة العربية، بيروت، 2003.
23. محمد عبد الهادي وآخرون: إدمان الأنترنت وعلاقته بكل من الإكتئاب والمساندة الإجتماعية لدى طلاب الجامعة، مجلة كلية التربية ببني سوف، القاهرة، 2005.
24. معن خليل : البناء الإجتماعي أنساقه ونظمه، الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، د س ن.
25. مكايي حسن عماد ، ليلي حسين السيد: الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط5، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
26. مهنا فريال، علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2002.
27. Jim Banister: **Word of mouse, the new age of networked media**, Chicago – Agate, 2004.
28. Mark Grindeland, Kathy Harrison : **the power of social networking for women research study, she connected multimedia Crop, vol (1).**

**III. الأطروحات والرسائل الجامعية:**

29. بنت شعشوع الشهري حنان: أثر استخدام الفايسبوك وتويتر على العلاقات الإجتماعية، مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع، 2008/2007.
30. خضر نزمين: الآثار النفسية والاجتماعية لإستخدام الشباب المصري للشبكات الإجتماعية، دراسة حول مستخدمي الفايسبوك، مذكرة ماجستير، جامعة القاهرة، مصر، 2009.
31. عبد الله القيصري، فيصل مظفر: رأي الصحفيين الأردنيين بمواقع التواصل الإجتماعي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، 2011.
32. لونيس باديس: جمهور الطلبة الجامعيين والأنترنيت دراسة في إستخدامات واشباعات طلبة جامعة منتوري، رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2008.
33. مزيان نجية : جمهور القنوات الفضائية العربية، دراسة مسحية على عينة إستخدامات واشباعات المرأة الغير العاملة بالجزائر العاصمة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2006/2005.
34. نومار مريم نزيهان: إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وتأثيره في العلاقات الإجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011.
35. قوام جويده: أثر إستخدام الشبكات الإجتماعية على العلاقات الإجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2014-2015.

**IV. البحوث والمجلات :**

36. بسويوني إبراهيم حمادة: حرية الإعلام الإلكتروني الدولي وسيادة الدولة مع إشارة غلى الدول النامية، دراسات التنمية، القاهرة، مركز الدراسات وبحوث الدول النامية، 2001.
37. بكار عمار: وبدأت معارك المعلومات الشخصية، صحيفة إقتصادية إلكترونية، العدد 6611.
38. بن سعود البشر محمد: قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، بحث منشور في المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، ع83.
39. بنت عبد الله ملاك: الخصوصية في الشبكات الإجتماعية، مركز التميز لأمن المعلومات، تم استرجاعها بتاريخ 2016/03/15.

40. جمال مشاهد أماني: إستخدام الشبكات الإجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، ع8، مايو 2010.
41. خضر ساري حلمي: مذكر ماجستير، تأثير الأنترنت في العلاقات الإجتماعية دراسة ميدانية في المجتمع القطري، دمشق، مجلة جامعة دمشق، المجلد 44، 2008.
42. الدببسي عبد الكريم، ياسين السادات زهير: دور شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعة الأردنية، دراسات مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، المجلد 40.
43. رشاد وليد زكي: المجتمع الافتراضي نحو مقارنة للمفهوم، 2009، تم استرجاعها بتاريخ 2016/03/15.
44. الزرن جمال: هندسة المكان الافتراضي منتجة لخطاب ثقافي، تم استرجاعها في 2016/04/25.
45. سهير عثمان: فيس بوك، طريق الباحثين عن "العلاقات القديمة".
46. سوداني حسن: تكنولوجيا الإعلام الجديد وانتهاك الخصوصية، دفاثر السياسة والقانون، ع11، جوان 2014.
47. عادل سليمان السيد أمينة، محمد خليفة عبد العال هبة: الشبكات الإجتماعية وتأثيرها على الأخصائي و المكتبي، بحث مقدم للجمعية المصرية للمكتبات والعلوم، مصر، 2009.
48. لحر عباس: مداخلة حول تكنولوجيا الاعلام والاتصال وملامح الاقتصاد الجديد، 2008.
49. عبده إبراهيم إسماعيل: العلاقات الإجتماعية عبر الأنترنت دراسة في الفرص الكامنة والمخاطر المستترة، مركز أسبار للبحوث والدراسات والإعلام، 2009، تم استرجاعها بتاريخ 2016/03/15.
50. علي عون إيمان، عبد الرحمان رولا: الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، أبحاث المؤتمر الدولي، جامعة البحرين، 7 و 9 أبريل 2009.

#### V. مواقع ومقالات الأنترنت:

- Wikipedia. Scince 2.0 – Wikipedia, The Free Encyclopedia.2021.  
10 Mar. 2012. Available at :  
<[http://en.wikipedia.org/wiki/Science\\_2.0](http://en.wikipedia.org/wiki/Science_2.0).
- Keith N Hampton : social network ink sites and our Lives pew research center Internet& American Life project,2009\_online.

- اليكسا أنترنيت: أطلع عليه بتاريخ 2016/01/03.

- <http://www.asbar.com/ar/contents.aspx?c=779>.
- [http://en.Wikipedia.org/wiki/science\\_2.0](http://en.Wikipedia.org/wiki/science_2.0).
- <http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?serial=96350&eid=897>.
- <http://coeia.edu.sa/index.php/ar/asuuranceawarness/articles/47>.
- [http://pewinternet.org/Reports\\_2011/Technology-and-social-networks.aspx](http://pewinternet.org/Reports_2011/Technology-and-social-networks.aspx).
- [http://www.moheet.com/show\\_files.aspx?fid=46338&pg=45](http://www.moheet.com/show_files.aspx?fid=46338&pg=45)

# الفهارس

## فهرس المحتويات

مقدمة.....	أ، ب، ج.
الفصل الأول: الإطار المنهجي والنظري للدراسة	
I. الإطار المنهجي للدراسة.	
1. إشكالية الدراسة و تساؤلاتها.....	05.....
2. أسباب إختيار الموضوع.....	06.....
1.2 الأسباب الذاتية.....	06.....
2.2 الأسباب الموضوعية.....	06.....
3. أهمية وأهداف الدراسة.....	06.....
1.3 أهمية الدراسة.....	06.....
2.3 أهداف الدراسة.....	07.....
4. مجال وحدود الدراسة.....	07.....
1.4 الحدود الزمانية.....	07.....
2.4 الحدود المكانية.....	07.....
3.4 الحدود البشرية.....	07.....
5. نوع ومنهج الدراسة.....	08.....
1.5 نوع الدراسة.....	08.....
2.5 منهج الدراسة.....	09.....
6. مجتمع وعينة الدراسة.....	10.....
1.6 مجتمع الدراسة.....	10.....
2.6 عينة الدراسة.....	10.....
3.6 حجم العينة.....	11.....
7. أدوات الدراسة.....	16.....

16.....	1.7 الإستبيان.....
16.....	2.7 تصميم إستمارة الإستبيان.....
17.....	3.7 أسلوب التحليل الكمي.....
17.....	4.7 التكرارات والنسب المئوية.....
17.....	5.7 أسلوب التحليل الكيفي.....
18.....	8. تحديد المفاهيم وضبط المصطلحات.....
18.....	1.8 شبكات التواصل الإجتماعي.....
19.....	2.8 العلاقات الإجتماعية.....
20.....	3.8 الشباب.....
20.....	4.8 الإستخدام.....
20.....	5.8 الأنماط.....
21.....	6.8 الإشباع.....
21.....	7.8 الحاجة والرغبة.....
21.....	8.8 العلاقات الإفتراضية.....
21.....	9.8 الإتصال الوسيط.....
22.....	9. الدراسات السابقة.....
22.....	1.9 الدراسات الأجنبية.....
24.....	2.9 الدراسات العربية.....
25.....	3.9 الدراسات المحلية.....
26.....	4.9 تعقيب على الدراسات السابقة.....
28.....	II. الإطار النظري للدراسة.....
28.....	1. مفهوم نظرية الإستخدامات والإشباعات وفروضها.....
29.....	2. تطبيق نظرية الإستخدامات والإشباعات في الإتصال الرقمي.....
30.....	3. تطبيق الإستخدامات والإشباعات.....

## الفصل الثاني: مواقع الشبكات الإجتماعية

- 34.....تمهيد
- I. ماهية مواقع الشبكات الإجتماعية..... 34
1. تعريف مواقع الشبكات الإجتماعية..... 34
2. نشأة الشبكات الإجتماعية وتطورها..... 36
3. خصائص الشبكات الإجتماعية..... 38
- II. أهم مواقع الشبكات الإجتماعية..... 39
4. موقع الفايسبوك..... 39
5. موقع تويتر..... 40
6. موقع لينكدن..... 42
7. موقع اليوتيوب..... 42
8. موقع فليكر..... 43
9. شبكات التواصل الإجتماعي الأكثر إنتشارا في العالم..... 45
- III. إستخدامات الشبكات الإجتماعية والقضايا التي تثيرها..... 45
1. إستخدامات مواقع الشبكات الإجتماعية..... 46
2. القضايا التي تثيرها إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية..... 47
3. الهوية..... 47
4. الخصوصية..... 48
5. العزلة الإجتماعية..... 49

## الفصل الثالث: المجتمعات الافتراضية والعلاقات الإجتماعية

- 52.....تمهيد
- I. مفهوم العلاقات الإجتماعية وأنواعها..... 53
1. تعريف العلاقات الإجتماعية..... 53
2. القواعد الأساسية لبناء العلاقات الإجتماعية وكوامن تشكلها..... 55
3. أنواع العلاقات الإجتماعية..... 56

56.....	العلاقات المفتوحة والعلاقات المغلقة.....	1.3
		1.3
57.....	العلاقات الأولية والعلاقات الثانوية.....	
58.....	II. المجتمعات الافتراضية المفهوم والخصائص.....	
58.....	1. تعريف المجتمع.....	
60.....	2. تعريف المجتمع الافتراضي.....	
63.....	3. خصائص المجتمعات الافتراضية.....	
65.....	4. الفوارق بين المجتمع الطبيعي والمجتمع الافتراضي.....	
68.....	III. العلاقات الاجتماعية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية.....	
68.....	1. الشبكات الاجتماعية وتشكيل المجتمعات الافتراضية.....	
69.....	2. الفوارق بين العلاقات الافتراضية والعلاقات الكلاسيكية.....	
72.....	3. العلاقات الافتراضية عبر الشبكات الاجتماعية.....	
73.....	1.3 الإلتجاه الأول.....	
74.....	2.3 الإلتجاه الثاني.....	
	الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة	
76.....	I. عادات وأنماط إستخدام الفايسبوك.....	
100.....	II. الدوافع والحاجات التي تكمن وراء إستخدام الفايسبوك.....	
114.....	III. الفايسبوك والعلاقات الاجتماعية.....	
129.....	نتائج الدراسة.....	
136.....	خاتمة.....	
138.....	قائمة المصادر و المراجع.....	
144.....	ملاحق.....	
151.....	فهرس الجداول.....	
153.....	فهرس المحتويات.....	

## فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	إستمارات الإستبانة-التوزيع والإسترجاع	11
02	يمثل توزيع العينة حسب السن والجنس	11
03	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص	13
04	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الإجتماعي	14
05	توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة	15
06	شبهكات التواصل الإجتماعي الأكثر إنتشارا في العالم	45
07	الفروق بين العلاقات الأولية و العلاقات الثانوية	57
08	أهم الفروق بين المجتمع الطبيعي والمجتمع الإفتراضي	67
09	"مدة إستخدام المبحوثين لموقع "الفايسبوك"	76
10	"يبين الوقت المستغرق في إستخدام أفراد العينة لموقع "الفايسبوك"	77
11	يبين الوقت المستغرق في الإستخدام حسب متغير الجنس	78
12	عدد مرات تصفح أفراد العينة لموقع "الفايسبوك" في اليوم الواحد	80
13	عدد المرات التي يتصفح فيها أفراد العينة حسابهم في "الفايسبوك" حسب السن	81
14	يبين الفترات المفضلة لإستخدام "الفايسبوك" لدى أفراد العينة	83
15	الأوقات المفضلة لإستخدام "الفايسبوك" حسب متغير الجنس	84
16	"أماكن إستخدام أفراد العينة للفايسبوك"	86
17	تواصل أفراد العينة حين استخدامهم الفاييسبوك	87
18	خدمات الفاييسبوك المفضلة لدى أفراد العينة	88
19	خدمات الفاييسبوك المفضلة لدى أفراد العينة حسب الجنس	89
20	أكثر خدمة يفضلها الطلبة	91
21	يبين عدد أصدقاء افراد العينة في موقع "الفايسبوك"	92
22	جدول يوضح عدد أصدقاء أفراد العينة في الفاييسبوك حسب السن والجنس	93
23	جدول يوضح معايير إختيار أفراد العينة لأصدقائهم في الفاييسبوك	96
24	هل أنت عضو في مجموعات معينة	97
25	نوعية المجموعات التي ينتمي إليها أفراد العينة حسب متغير الجنس	98

100	دوافع استخدام الطلبة المبحوثين للفايسبوك حسب متغير الجنس	26
102	"الهوية التي يدخل بها أفراد العينة إلى "الفايسبوك	27
103	الهوية التي يدخل بها أفراد العينة إلى الفاييسبوك حسب الجنس	28
105	أسباب استخدام أفراد العينة للهوية الحقيقية	29
106	أسباب إستخدام أفراد العينة الهوية المستعارة	30
107	هل توافق على طلبات صداقة من غرباء	31
108	أسباب موافقة افراد العينة على طلبات صداقة من غرباء	32
109	أسباب عدم موافقة افراد العينة على طلبات صداقة من غرباء	33
110	الحاجات والإشباعات الإجتماعية التي يحققها الفاييسبوك لأفراد العينة	34
111	يبين مدى ثقة أفراد العينة بموقع الفاييسبوك	35
112	توقعات افراد العينة حول إستخدامهم للفايسبوك مستقبلا	36
113	شعور أفراد العينة في حال غيابهم عن الفاييسبوك	37
114	إستخدام الفاييسبوك وتأثيره على الإلتناء الإجتماعي	38
116	الفايسبوك وتأثيره على الإتصال المواجه	39
120	الثقة في معارف الفاييسبوك وحميمية العلاقة	40
122	الفايسبوك وتأثيره على التفاعل الإجتماعي	41
126	الفايسبوك والحفاظ على العلاقات الإجتماعية	42

خاتمة

لقد توصلنا في دراستنا هذه أن استخدام الطلبة لهذا الموقع صار له تأثير على الإتصال المواجهي فأصبح الأفراد يتواصلون عبر الموقع أكثر مما يتواصلون وجها لوجه، ويتحلون بالجرأة والصراحة عبر الموقع أكثر من الواقع، كما صار للموقع تأثير على الإلتواء الإجتماعي، وذلك من خلال تأكيد نسبة معتبرة من الباحثين أن غيابهم عن موقع "الفايسبوك" يشعرهم بالعزلة عن محيطهم الإجتماعي. لكن على من ذلك لا يمكننا أن ننسى أنه وبفعل الفايسبوك تعززت العلاقات وتواصلت، فقد كشفت الدراسة أن موقع الفايسبوك وإن كان يؤثر على طبيعة العلاقات الإجتماعية السائدة فإنه من جهة أخرى قد ساهم في توسيع العلاقات والحفاظ عليها، فلقد نجح هذا الأخير في جمع عدد كبير من أصدقاء الدراسة ورفقاء الجامعة وسهل التواصل مع الأهل والأصدقاء خاصة من ينع بعد المسافة من لقاءهم.

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 متباعده ويختلف التأثير من مجتمع لآخر ومن مستخدم لآخر تبعا للعديد من المتغيرات الإجتماعية، وما كان سلبيا في زمن سابق أصبح إيجابيا اليوم إذ لا يمكن العيش في معزل عن هذه التطورات بل لابد من مواكبتها وللحاق بالركب.

وما يمكن قوله في الختام هو أن الفايسبوك أثبت وجوده الفاعل في وسط مجتمعنا على مستوى كافة الأعمار والطبقات والثقافات، وأصبح تأثيره على الفعل الإجتماعي كبيرا وواسع النطاق مما أفرز بعض السلبيات التي يجب الإلتباه إليها خاصة وسط الأجيال الحديثة من الشباب، وهذا لا يعني تقييد حرية الأفراد من التفاعل الإجتماعي عبر هذه الشبكات ولكن ما نقصده هو ترشيد استخدامها ومحاولة الإستفادة منها.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن اثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية من خلال دراسة عينة من مستخدمي موقع "الفايسبوك" في الجزائر ولقد تم الاعتماد على اداة الاستبيان لجميع البيانات من المبحوثين، حيث تم تقسيم الاستمارة الى ثلاثة محاور : المحور الاول عادات و انماط استخدام موقع "الفايسبوك"، و الثاني الدوافع و الحاجات التي تكمن وراء استخدام "الفايسبوك" أما المحور الثالث فكان بعنوان "الفايسبوك" والعلاقات الإجتماعية أي محاولة منا لإستكشاف أثر استخدام "الفايسبوك" في العلاقات الاجتماعية ، و قد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها :

تقضي النسبة الاكبر من المبحوثين اكثر من ثلاث ساعات في استخدام "الفايسبوك" ويفضل اغلبهم خدمة التعليقات و الدرشة بالدرجة الاولى، يستخدم اغلب افراد العينة موقع "الفايسبوك" بدافع التواصل مع الاهل و الاصدقاء الى جانب التتقيف ، وقد بينت النتائج ان هنالك فروق إحصائية بين استخدام الذكور و الاناث لهذا الأخير، وتبين ايضا أنّ المبحوثين الاكبر سنًا يتعاملون بنوع من الوعي عند استخدامهم لموقع "الفايسبوك" ، كما أسفرت الدراسة ان استخدام هذا الموقع يؤثر في الاتصال الشخصي وجهها لوجه ، وفي تفاعل المستخدمين مع أسرهم و أقاربهم و أصدقائهم كما يؤدي الى الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي .

**الكلمات الدالة:** مواقع الشبكات الاجتماعية، "الفايسبوك" ، المجتمع الافتراضي، العلاقات الاجتماعية.

## Abstract

*This study is aiming to reveal the effect of using the social networking web sites in social relationships through a sample study about users of Facebook in Algeria, depending on questionnaire for data collecting wish was divided into three parts: part one consist of habits and types of using facebook, part two consists of prompts and necessities behind using facebook, the impact of facebook on the social relationships, the study had reached a set of results most important are:*

*The magority of our sample spend more there three hours in using Facebook and they prefer the service of comments and shatting; most of theme use Facebook to communicate with family and friends in addition to learning new things.*

*The results has shown that there is significant statistical differences between the use of male and female , it has been shown also that the mature people are more conscious in using Facebook . the study shown also that using Facebook effects face -to-face intraction between individuals and the users intraction with there families, relatives and friends , it also leads to the individuals isolation.*