



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 08 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: تكنولوجيا الإعلام والاتصال والمجتمع

الموضوع:

تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات  
الاجتماعية للشباب الجزائري

دراسة على عينة من مستخدمي فيسبوك

إشراف الأستاذ:

مبارك زودة

إعداد الطلبة:

مصطفى سعو

عامر عوايشية

علاء الدين مديني

السنة الجامعية: 2016/2015

## كلمة الشكر

الحمد لله على فضله وتوفيقه لنا في إنجاز هذا العمل. نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف زودة مبارك على توجيهاته ونصائحه الثمينة وعلى راحة صدره والذي قدم لنا كل ما من شأنه أن يخرج هذا العمل.

إلى كل الأستاذة الذين كان لهم الفضل في تكويننا خلال كل سنوات الدراسة.

كما نشكر كل من ساعدنا من قريب أو بعيد لإتمام هذا العمل المتواضع.

مصطفى

عامر

علاء الدين

# الإهداء

إلى من قصرت في واجبي تجاههما، إلى من منحوني صبرهم ودعواتهم

إلى أمي و إلى ما لدي في الوجود : الوالدين الكريمين

الذين أدين لهما بكل ما حققت في حياتي

و الذين أدعو الله أن يحفظهما لي و يطيل في عمرهما.

إلى من كان بجانبني دائما عمي و إخوتي بتشجيعاتهم و مساندتهم.

إلى كل أساتذتي في جميع الأطوار إلى كل الأصدقاء و الزملاء.

أهدي هذا العمل المتواضع.

بسم الله الرحمان الرحيم و الصلاة و السلام على المبعوث رحمة للعالمين ، بداية وقبل كل شيء  
الحمد و الشكر لله وحده على ما أنعم و وفق و أتم....أهدي هذا العمل المتواضع بإذن الله الى  
الوالدين أولا و الى شريك العمر و رفيق الدرب ، الى كل الأساتذة الأفاضل الذين ما بخلوا علينا  
طيلة المشوار الدراسي و الى كل الزملاء و الأصدقاء ، الى كل من احبنا في الله او احببناه في الله.

# الأهداء

إلى روح أبي الغالية

إلى أمي الحبيبة أطل الله في عمرها

إلى كل إخوتي الذين شجعوني وساندوني في إكمال  
هذا العمل.

وإلى كل الأصدقاء والزملاء الذين ساعدوني من  
قريب أو بعيد.

أهدي هذا العمل المتواضع.

مصطفى

## الملخص

تهدف دراستنا هذه إلى الكشف عن تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية و بالأخص موقع فايسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري بمدينة قلمة و أم البواقي ، حيث سنحاول معرفة دوافع و أسباب استخدام الشباب الجزائري لمواقع الشبكات الاجتماعية ، و تحديد عادات و أنماط استخدامهم للفايسبوك ثم محاولة معرفة إقبالهم على العلاقات الاجتماعية الافتراضية كبديل للعلاقات الاجتماعية الحقيقية أو الواقعية و هل هذه العلاقات الاجتماعية الافتراضية هي بديلة للعلاقات الاجتماعية الواقعية ، أم مساعدة لها ، أم مكملتها .

و في الأخير سنكشف عن نوعية تأثير استخدام الشباب للفايسبوك على علاقاتهم الاجتماعية من حيث إيجابية أو سلبية التأثير و كذلك سنكشف مدى التأثير من حيث سطحه أو عمقه و كذلك من حيث قوته و ضعفه .

## الكلمات المفتاحية

مواقع الشبكات الاجتماعية ، العلاقات الاجتماعية ، فايسبوك ، تأثير ، الشباب الجزائري .

## Abstract

The present study aimed to discover the effect of Social network sites, especially Facebook site on social relationships for young Algerian in cities Guelma and Oum elbouagui, where we will try to find out the motives and reasons for the use of Algerian youth to social networking sites, and determine the habits and patterns of use Facebook, then we try to know their uses social relations as a substitute for real social relationships or realism , and Are these virtual social relationships are the alternative to social relations realism, or help her, or complementary to it.

At last we will reveal the quality of the impact of the use of young people on the Facebook social relations in terms of a positive or negative influence, as well as we will reveal the extent of the impact in terms of superficiality or depth, as well as in terms of its strength and its weakness

keyword :

Social network sites, Social relationship, Facebook, Effect, Algerian youth

مقدمة

يعتبر القرن الواحد والعشرون هو قرن التكنولوجيا، ولاسيما تكنولوجيايات الإعلام والإتصال المرتبطة بالمجتمع بكل ما يحمله من معاني، وظهرت على وجه الخصوص الأنترنت لتشكّل منعرجاً حاسماً في مجال الإتصال والتواصل الاجتماعي، فبعد ثورة التطبيقات الخاصة في مجال التواصل والإتصال وظهر ما يسمى بمواقع الشبكات الاجتماعية، والتطور الهائل في مجال تصنيع وإبداع الحواسيب واللوحات الرقمية والهواتف الذكية ومع الكم الهائل من التطبيقات والمعلومات التي تتدفق على مدار الساعة أصبح لا بد للإنسان أن يختار قنواته المفضلة والتي من خلالها يتواصل ويتسلى بها ويتبادل بها مختلف المعلومات والمعارف، إن ظاهرة الأنترنت وما يلحقها من تطبيقات ومواقع للتواصل والدردشة تعرف إقبالاً واسعاً من مختلف الأعمار والمستويات الاجتماعية والعلمية والثقافية.

ولذلك أصبحت اليوم مواقع الشبكات الاجتماعية أو ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من حياة المجتمعات العصرية، ومن أهم هذه المواقع نجد الفاييسبوك والتويتير واليوتيوب، التي أصبحت ترافق الإنسان أينما حل وكان، وقد مست هذه الظاهرة فئة الشباب بصفة كبيرة جداً لما يتميز به الشباب من القوة والحيوية وكونه في أوج حياته. ولكنه ومع مرور الوقت أصبحت هذه المواقع تشكل إدمان للمستخدمين هذا ما يدفع للتساؤل عن مستقبل العلاقات الاجتماعية التقليدية وتأثير المواقع الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية بالخصوص مع ظهور الهويات المزيفة التي تشكل خطراً على المستخدمين وخطراً على التماسك الأسري، وهداماً لدفعنا لمعرفة تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على الأفراد والأسر، ولذلك نسعى من خلال الدراسة والتي تتشكل من مقدمة وعدة فصول، الفصل الأول وهو الفصل المنهجي والذي قمنا فيه بتحرير الإشكالية بدقة، كذلك تطرقنا إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية وفرضيتها، إلى جانب أهداف الدراسة وأهميتها، وعرضنا الدراسات السابقة وقمنا بتقييمها وكذلك تطرقنا إلى المنهج المتبع في الدراسة.

أما الفصل الثاني والذي يعتبر من الفصول النظرية فقد تعرضنا إلى مواقع الشبكات الاجتماعية من حيث الماهية والأهمية والخصائص، كذلك تطرقنا إلى أهم المواقع الخاصة بالشبكات الاجتماعية مثل الفاييسبوك والتويتير وتأثير هذه المواقع على المستخدمين اجتماعياً وأخلاقياً، أما الفصل الثالث من الفصول النظرية فقد تطرقنا فيه إلى العلاقات الاجتماعية من حيث التعريف بها وأهميتها وتحولها إلى علاقات اجتماعية إفتراضية، كما تعرضنا إلى مفهوم الشباب وخصائصه ومرحلته، أيضاً تعرضنا إلى تعريف التواصل وعناصره وماهية التفاعل الاجتماعي.

ومفهوم المجتمع الافتراضي وخصائصه. وفي الفصل الرابع والأخير تطرقنا إلى الإطار التطبيقي للدراسة على فصل خاص تناولنا فيه تحليل وتفسير الإجابات الخاصة بالمبحوثين وكذا التعليق عليها والتي تضمنت دوافع، عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري من خلال استخدامهم للفيسبوك وتأثير الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري، ثم ختمنا الدراسة بنتائج لدراستنا هذه.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

## أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفروضها:

أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية ظاهرة عالمية واسعة الانتشار، استطاعت أن تجذب مختلف فئات المجتمع ولاسيما فئة الشباب الذين يتعلقون كثيرا بهذا النوع من الخدمات، التي تتيح لهم كل ما يتعلق باهتماماتهم وأهدافهم مثل فايسبوك الذي انشأ عام 2004 والذي صار عدد مستخدميه حوالي مليار فاصل اثنين في العالم<sup>1</sup>، وفي الوطن العربي، تشير بعض الإحصائيات إلى أن مصر تعتبر الأكثر استخداما للفايسبوك من إجمالي أعداد المستخدمين في العالم العربي، حيث بلغ عدد مستخدمي الشبكة المصريين حوالي 21 مليون مستخدم يشكلون نسبة تصل إلى 25% من إجمالي أعداد المستخدمين العرب وتأتي السعودية في المرتبة الثانية عربيا من حيث استخدام مواقع فايسبوك حيث بلغ عدد مستخدمي الفايسبوك مؤخرا حوالي 8،9 مليون مستخدم بنسبة تتجاوز 12% وتشير أيضا الإحصائيات إلى أن العراق تحتل المرتبة الثالثة بحوالي 8،4 مليون مستخدم بنسبة تصل إلى 10% من إجمالي المستخدمين في حين سجلت الجزائر حوالي 8،2 مليون مستخدم بحصة تقترب إلى نسبة 10% من إجمالي المستخدمين في الوطن العربي.<sup>2</sup>

ولقد اكتسح موقع الفايسبوك كل فئات المجتمع وذلك راجع إلى تعدد استخدامات الفايسبوك وقدرة هذا الأخير على تحقيق الكثير من الرغبات والحاجات النفسية والاجتماعية، وتسهيله للعديد من الأشياء ويعود انتشار الفايسبوك إلى تعدد مجالات استخدامه، فنجد أن الفايسبوك يستخدم على عدة مستويات، إذ نجد أن الفايسبوك يستخدم على المستوى الترفيهي فهو مساحة للمرح والاسترخاء بعيدا عن الملل الذي تسببه روتينية العمل اليومي لذلك نجد أن الفايسبوك يحتوي ويتوفر على العديد من الوسائل المسلية والممتعة من مجموعات ترفيهية أو تطبيقات أو ألعاب يمكنك من خلالها أن تقضي وقتا ممتعا مع أصدقائك أو لوحده.

وأما على المستوى الاقتصادي فقد استطاع جذب الكثير من رجال الأعمال ورؤساء الشركات وذلك لما يحتويه من مميزات تتمثل في سهولة نشر وتسويق أعمالهم دون تعقيدات، ذلك بإنشاء صفحة خاصة بالشركة أو النشاط يحل محل الموقع الخاص بالشركة وذلك بشكل مجاني وقد أسهم الفايسبوك في المجال العلمي وذلك من خلال إنشاء مجموعات وصفحات مختلفة بالجانب الدراسي العلمي في الجامعات أو غير ذلك، بحيث تناقش فيه أمور خاصة بالدراسة مع الزملاء من أجل بناء مشاركة علمية فعالة وبتيح أيضا التواصل مع الأساتذة.

وأما على المستوى الثقافي فيعد الفايسبوك ساحة لعرض كل ما يتعلق بالنشاطات الثقافية التي تقام وأيضا الترويج لمختلف اللقاءات الشعرية والمسرحية بكل سهولة.

وأما على المستوى السياسي نجد أن الفايسبوك يستخدم من طرف الأحزاب السياسية ورؤساء الأحزاب السياسية لزيادة الشعبية وتحسين الصورة من أجل كسب أصوات الشعب، ولعل أكبر مثل هو نجاح الرئيس

<sup>1</sup> - مقال متاح على 15/05/2016 à 10 :20 [www.france24.com/ar](http://www.france24.com/ar)

<sup>2</sup> - مقال متاح على 15/05/2016 à 10 :25 <http://www.albayan.ae/five-senses/mirrors>

الأمريكي بارك اوباما في استخدام الفايسبوك في حملته الانتخابية ، كما يعتبر الفايسبوك مساحة متاحة للمجال الرياضي من خلال إنشاء صفحات خاصة بالرياضة ينشر فيها مختلف أخبار الرياضة ومواعيد اللقاءات الرياضية... الخ.

ويعد المجال الاجتماعي من أهم المجالات التي أنشئ الفايسبوك لها فالفايسبوك صمم ليساعد على التواصل والتفاعل الاجتماعي في جميع أنحاء العالم بلا حدود ، وذلك بإضافة الأصدقاء ومراسلتهم ومعرفة أخبارهم وتبادل المعلومات ومناقشة الأفكار والآراء معهم ، وقبل الفايسبوك كانت العلاقات الاجتماعية تعرف على أنها كل علاقة تقوم بين شخصين أو أكثر وتنطوي على الاتصال المباشر وجها لوجه لتلبية حاجات اجتماعية معينة وهي مجموعة من الروابط المتبادلة لتحقيق أهداف معينة نتيجة للتفاعل والاحتكاك ضمن المجتمع وللعلاقات الاجتماعية عدة أنواع وتصنيفات فهناك من يرى أن العلاقات الاجتماعية تنقسم إلى علاقات مفتوحة ومغلقة ويقصد بالمفتوحة تلك الارتباطات التي يقبل فيها الغرباء وغير المنتمين إلى نفس الطبقة الاجتماعية أو الدينية ، والمغلقة يقصد بها تلك الارتباطات المحصورة في الأقارب أو المنتمين إلى نفس الطبقة والتي تربطهم مصالح مشتركة ، وهناك من يرى أن تصنيف العلاقات الاجتماعية يكون إما أوليا أو ثانويا على أساس أن العلاقات الأولية هي علاقات تضم عددا قليلا من الأفراد تدوم لفترة زمنية طويلة ومتماثلة في أهدافها ويعرف كل شخص الآخر معرفة واضحة وصريحة مثل المعلم والتلميذ والأب والابن في حين العلاقات الاجتماعية الثانوية عكس ذلك مثل علاقة الكاتب والقارئ والمذيع والمستمع .

ولاشك أن العلاقات الاجتماعية تكتسي أهمية وضرورة ملحة لأي إنسان ، فالفرد ليس في مقدوره العيش بمفرده فالعلاقات الاجتماعية تساعد الفرد على تحقيق العديد من الأمور بحيث تحقق في إشباع مظاهر النفس من خلال خلق العلاقات مع الآخرين وهي تمد الفرد بالأساس الاجتماعي المستمد من الاهتمامات المشتركة . وكذلك فالحياة الاجتماعية تقوم على أساس التبادل والتعاون الإيجابي كما أن قيام العلاقات الاجتماعية بشكل إيجابي يخلق القوة للأفراد .

إلا انه وبظهور الانترنت وتطبيقاتها تحولت العلاقات الاجتماعية من علاقات مباشرة وحقيقية على ارض الواقع وجها لوجه إلى علاقة اجتماعية افتراضية فالأفراد أصبحوا يقضون وقتا طويلا مع الانترنت ، وبالخصوص مواقع الشبكات الاجتماعية ونتيجة لذلك تشكلت علاقة اجتماعية جديدة وظهر نوع آخر من التفاعل الاجتماعي الذي لا يعترف بالمكان والزمان ، وهذه العلاقات أدت إلى ظهور ما يعرف بالمجتمع الافتراضي والذي يعرف على انه جماعات تشكلت اثر الثورة المعلوماتية التي أتاحت الفرصة إلى تقليص التباعد الجغرافي إلا أن ظهور المجتمع والعلاقات الافتراضية قد يؤدي إلى مجموعة من التأثيرات السلبية في منظومة العلاقات الاجتماعية وهذا ما يجعلنا نطرح الإشكالية التالية:

ما هو تأثير الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري؟

وستقوم من خلال هذه الدراسة بالبحث في تأثير الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري من خلال دراسة عينة منهم، ومن اجل تبسيط دراستنا نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي دوافع وعادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري للفايسبوك؟
- ما هي استخدامات الشباب الجزائري للفايسبوك؟
- ما هي الاشباعات المحققة للشباب الجزائري من استخدامهم للفايسبوك؟
- ما هو تأثير استخدام الشباب الجزائري للفايسبوك على علاقاتهم الاجتماعية؟

### فروض الدراسة:

للإجابة عن هذه التساؤلات يمكننا تقديم الفروض العلمية التالية:

1. يستخدم الشباب الجزائري فايسبوك بصورة منتظمة وبشكل يومي.
2. تتنوع استخدامات الشباب الجزائري للفايسبوك وتتعدد الإشباعات المحققة منه إذ يتصدرها الاستخدامات والإشباعات الاجتماعية والمعرفية.
3. أثر الفاييسبوك سلبا على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري، إذ صار الشباب الجزائري أكثر عزلة في مجتمعه الواقعي وأكثر حضورا في المجتمع الافتراضي.

### ثانيا: أهمية الدراسة وأهدافها:

#### 1- أسباب اختيار الدراسة:

- الأسباب الذاتية:
- ✓ الرغبة الذاتية في دراسة الموضوع المدروس
- ✓ الميل الشخصي نحو البحث في الموضوع المدروس
- ✓ الاختيار الذاتي للموضوع محل الدراسة وهذا كوعي بأهمية الموضوع وتأثيره بالظاهرة
- ✓ الرغبة في معرفة عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري للفايسبوك

#### - الأسباب الموضوعية

- ✓ اكتساح الفاييسبوك حياة الشباب الجزائري
- ✓ اندماج الشباب الجزائري في الفاييسبوك
- ✓ الرغبة في البحث في أغوار العلاقات الاجتماعية الافتراضية
- ✓ تعاطف الدور الذي يلعبه الفاييسبوك في حياة الشباب الجزائري

#### 2- أهمية الدراسة:

تكتسي هذه الدراسة أهمية كبيرة، وهذا نظرا لحساسية الموضوع المدروس والمتمثل في تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية وبالأخص تأثير الفايسبوك على نمط العلاقات الاجتماعية، والتحول من العلاقات الاجتماعية الحقيقية إلى العلاقات الاجتماعية الافتراضية وتزايد نسبة الحضور الاجتماعي الافتراضي والغياب الاجتماعي الواقعي للشباب الجزائري والتأثير الذي يمكن أن يؤديه الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري.

### 3- أهداف الدراسة:

#### الأهداف العلمية :

- تفسير أسباب ودوافع الإقبال الجماهيري الكبير للشباب الجزائري نحو مواقع الشبكات الاجتماعية وبالأخص موقع الفايسبوك.
- الوقوف على تأثير الاستخدام الكبير للفايسبوك على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري.
- تشريح نمط العلاقات الاجتماعية الجديدة المكتسحة لحياة واقع الشباب الجزائري.
- الوصول إلى معرفة التأثيرات الايجابية والسلبية من استخدام الشباب الجزائري لموقع الفايسبوك وتأثيره على العلاقات الاجتماعية.

#### الأهداف العملية:

- تحديد دوافع وأسباب استخدام الشباب الجزائري لمواقع الشبكات الاجتماعية وبالأخص الفايسبوك
- إبراز الأنماط الجديدة والعادات المستحدثة لدى الشباب الجزائري في استخدامهم لموقع الفايسبوك
- الكشف عن أهم الاشباع الاجتماعية المحققة من استخدام الشباب الجزائري للفايسبوك
- محاولة معرفة الإقبال الجماهيري للشباب الجزائري نحو الاعتماد على العلاقات الافتراضية بدل العلاقات الواقعية
- الوصول إلى معرفة التأثير الحقيقي للفايسبوك على الحياة الاجتماعية للشباب الجزائري وبالأخص علاقاتهم الاجتماعية.

### ثالثا: منهج الدراسة :

إن البحث العلمي الذي يهدف إلى الكشف عن الحقيقة يتطلب استخدام طريقة معينة من طرف الباحث في دراسته للمشكلة وتمثل تلك الطريقة في المنهج العلمي، وهو " عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة والمهادفة للكشف عن حقيقة تشكل هذه الظاهرة أو تلك"<sup>1</sup>، ويمكن تعريفه

<sup>1</sup> - محمد عبيدات، محمد أبو نصار، عقلة مبيضن، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، 1999، ص46.

بأنه " تحليل منسق وتنظيم للمبادئ والعمليات العقلية والتجريبية التي توجه بالضرورة البحث العملي، أو ما تؤلفه بنية العلوم الخاصة"<sup>1</sup>.

ويرتبط اختيار المنهج المتبع في الدراسة بناء على الإشكالية التي تم تحديدها وبما أن دراستنا تسعى إلى خلق معرفة كيف يؤثر الفايبيوك على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري فإن هذه الدراسة تندرج ضمن المنهج الوصفي، ويستخدم هذا المنهج في دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها أو أشكالها وعلاقتها والعوامل المؤثرة في ذلك وهو بذلك منهج يهتم بدراسة حاضر الظواهر والأحداث بعكس المنهج التاريخي " ويقوم المنهج الوصفي على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات، من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون، والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره"<sup>2</sup>

ويستخدم المنهج الوصفي في ظل وجود معرفة مسبقة ومعلومات كافية حول الظاهرة موضوع الدراسة فمن خلال الدراسات السابقة يتمكن الباحث من تحديد مشكلة الدراسة والفرضيات ثم يعمل على جمع المعلومات الأولية المناسبة.

ويقتضي استخدام المنهج الوصفي مراعاة جميع وكافة المعلومات والبيانات المتوفرة الضرورية لفهم وتفسير مشكلة البحث، وهذا يتطلب استخدام المصادر الثانوية من كتب ومقالات وغيرها وينبغي أيضا أن تتوفر لدى الباحث القدرة على استخدام أدوات القياس والتحليل المناسبة.

ونظرا لكون هذا البحث يعتمد على دراسة مستخدم الفايبيوك وهم بلا شك جزء من المجتمع فإن المنهج المستخدم في هذه الدراسة والمناسب هو منهج المسح والمسح في اللغة يفيد إمرار اليد على الشيء السائل أو المتلخخ لإذهابه حتى نبرزه عن حقيقته لغيرنا "وقد عرف الباحث ذوقان عبيدات المنهج المسحي بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها"<sup>3</sup> وهو يعتبر احد المناهج الرئيسية التي تستخدم في البحوث الوصفية ويتناول الدراسة العلمية للظواهر الموجودة في جماعة، وهو يقوم إما على مسح كل الوحدات المكونة لمجتمع البحث وهو بذلك يسمى مسحاً شاملاً، أو على مسح جزء من مجتمع البحث وهو ما يسمى بالمسح بالعينة، وهذه العينة يجب أن تكون ممثلة لمجتمع الدراسة سواء كانت هذه العينة عشوائية أو غير عشوائية تساعد في المحصلة النهائية الباحثين على الحصول على نتائج لها درجة معقولة من المصادقية حتى يتمكن من تعميمها.

<sup>1</sup> - عبود عبدالله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم والإنسانية، الطبعة الأولى، دار النمر، دمشق، 2001، ص 01.

<sup>2</sup> - رجي مصطفى عليا، عثمان محمد عتيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار صنعاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 43.

<sup>3</sup> - احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الطبعة الرابعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 289.

## رابعاً: مجتمع الدراسة وعينتها:

1. مجتمع الدراسة: إن تعريف ووصف مجتمع الدراسة الذي ستختار منه العينة في غاية الأهمية وذلك لتأثيره على مدى إمكانية تعميم النتائج ويمثل مجتمع الدراسة مجموعة الوحدات التي تم اختيار العينة منها بالفعل ويعد اختيار مجتمع البحث من أهم المراحل المنهجية ولذلك يجب مراعاة الدقة في تحديد مجتمع البحث، ومجتمع البحث في دراستنا هو مستخدمو موقع الفيسبوك من فئة الشباب الجزائري.

2. توصيف المجتمع الجزائري: أعلنت مؤخرًا مديرية السكن لوزارة الصحة عن ارتفاع عدد سكان الجزائر إلى 39.5 مليون نسمة، منهم 30 بالمائة من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و29 سنة وهذه الإحصائيات عرضت في يوم إعلامي مع صندوق الأمم المتحدة للسكان<sup>1</sup>.

3. عينة الدراسة: نظراً لاستحالة وصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث لجأنا إلى اختيار أسلوب العينة والتي "هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي"<sup>2</sup>، وبحوث الإعلام والاتصال في مقدمة البحوث التي تعتمد على نظام العينات لأنه يصعب إجراء مسح كامل وذلك بسبب أن جمهور وسائل الإعلام ضخم ومتشعب ولذلك من الضروري اللجوء إلى اختيار عدد أصغر من أفراد مجتمع الدراسة، يكون ممثلاً في خصائصه للمجموع ويسمح في نفس الوقت بتحقيق أهداف الدراسة في حدود الوقت المتاح ولذلك فإنه وحسب طبيعة الموضوع المدروس فإن العينة المناسبة للدراسة هي العينة العشوائية وهي تلك العينة التي يعتمد في سحب مفردات العينة على "الأسلوب العشوائي القائم في تطبيقه على عامل الصدفة في التعيين عن طريق القرعة انطلاقاً من توفير الفرص المتساوية للظهور لكل المفردات"<sup>3</sup>.

فعندما يكون مجتمع البحث مثلاً هو 400 شخص والمطلوب اختيار نسبة 5% كعينة للبحث يكون حجم العينة هو 400 ضرب 5 مقسوم على 100 لتكون النتيجة 20 شخص وبهذا يكون للعينة المتكونة من 20 شخص لكل واحد منها فرصة.

ويمكن القول أن اختيارنا للعينة العشوائية يعود إلى بعض النقاط المتمثلة في صعوبة الوصول إلى العينة الممثلة لمجتمع البحث نظراً للعدد الهائل للشباب الجزائري، كذلك لعدم توفر البيانات الدقيقة والحقيقة الخاصة بمجتمع البحث.

<sup>1</sup> متاح على : 04/05/2016 à 10 :30 <http://www.elwatanmedia.com/ar/pp=7203>

<sup>2</sup> - محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، الطبعة الثانية، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999، ص 84.

<sup>3</sup> - احمد بن مرسللي، المرجع السابق، ص 181.

## I. توصيف العينة:

- مجتمع البحث وخصائصه :
- جدول رقم 01: توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس .

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	الجنس
60%	60		ذكر
40%	40		أنثى
100%	100		المجموع

يوضح هذا الجدول التوزيع المتحصل عليه لأفراد العينة بناء على عامل الجنس، حيث نلاحظ نوعاً من التقارب بين أفراد العينة مع تفوق العنصر الذكري الذي يقدر ب: 60 عنصراً ونسبة 60% في حين يقدر عدد العنصر النسوي ب 40 مفردة وبنسبة 40%.

- جدول رقم 02: توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئة العمرية.

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	الفئة العمرية
39%	39		من 18-24
27%	27		من 24-30
18%	18		من 30-36
16%	16		36 فأكثر
100%	100		المجموع

يبين الجدول توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية، نجد أن الفئة الأكبر من المبحوثين تتراوح أعمارهم بين 18 و 24 سنة وقد قدرت نسبتهم ب: 39%، في حين نجد أن المبحوثين الذي تتراوح أعمارهم ما بين 24 و 30 سنة يملكون في المركز الثاني وبنسبة 27%، أما الفئة الثالثة فتتراوح أعمارهم ما بين 30 و 36 سنة وبنسبة 18%، ونجد النسبة القليلة المتبقية 16% تعبر عن أفراد العينة الذين تزيد أعمارهم عن 36 سنة.

- الجدول رقم 03: توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية .

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	الحالة الاجتماعية
46%	46		أعزب

عزباء	27	27%
متزوج	14	14%
متزوجة	13	13%
المجموع	100	100%

يوضح هذا الجدول توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية، ونجد أن معظم أفراد العينة هم عزب، حيث قدرت نسبة الذكور العزب ب: 46%، بينما مثلتها من الإناث العازبات قدرت ب: 27% في حين نجد أن ما نسبته 14% من الذكور متزوجون، ولا يختلف الحال كثيرا بالنسبة للإناث إذ نجد أن ما نسبته 13% من الإناث متزوجات.

- الجدول 04: توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي .

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة المستوى التعليمي
12%	12	متوسط
26%	26	ثانوي
50%	50	جامعي
12%	12	دراسات عليا
100%	100	المجموع

يظهر لنا الجدول توزيعا لأفراد العينة حسب المستوى التعليمي، وما نلاحظه أن نصف أفراد العينة (50%) لديهم مستوى جامعي، في حين نجد أن نسبة 26% من أفراد العينة بلغوا المستوى الثانوي، ونجد أن ما نسبته 12% من أفراد العينة لديهم مستوى دراسات عليا، ونفس النسبة أي (12%) نجدها لدى المستوى المتوسط .

جدول رقم 05: توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة .

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الوظيفة
60%	60	عامل
19%	19	دون عمل
32%	32	طالب
100%	100	المجموع

يبين هذا الجدول توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوظيفة وفي هذا الإطار نجد أن نصف أفراد العينة (49%) عاملون في مختلف المستويات أما الفئة المتبقية من أفراد العينة والمقدرة ب(19%) لا يمارسون أي عمل كما نجد أن ما نسبته 32% من المبحوثين طلاب.

### حدود الدراسة:

الحدود المكانية: تم تطبيق هذه الدراسة الميدانية على عينة من الشباب مستخدمي فيسبوك بولاية قالمة وأم البواقي.

الحدود الزمنية: يمكن تحديد المجال الزمني للدراسة وفق مرحلتين وهما:

- المرحلة النظرية: ويمكن تحديدها من بداية شهر نوفمبر 2015 إلى غاية نهاية شهر فيفري 2016 وفيها تم جمع المادة العلمية وتلخيصها.

- المرحلة الميدانية: ويمكن تحديدها من بداية شهر مارس 2016 إلى نهاية شهر ماي 2016 وفيها تم تحضير إستمارة جمع البيانات وتوزيعها على المبحوثين، ثم قمنا بتفريغ البيانات وتحليلها.

الحدود البشرية: ونعني بها الأفراد الذين يقيمون ضمن حدود الدراسة، والمجتمع الأصلي في هذه الدراسة وهو عينة عشوائية من الشباب الجزائري من مستخدمي فيسبوك في ولاية قالمة وأم البواقي.

### خامسا: مفاهيم الدراسة:

#### 1- مواقع الشبكات الاجتماعية:

الموقع لغة: هو اسم مكان من وقع، ومواقع القتال مواضعه وموقع عند فلان أي حظ ومنزلة<sup>1</sup>.

الشبكة لغة: من شبك الشيء أي ادخل بعضه في بعضه الآخر ونقول شبك ويشبك تشبيكا فهو مشبك وشبك أصابعه أي بالغ في إدخال بعضها في بعض<sup>2</sup>.

الاجتماع لغة: من مصدر اجتمع واجتماع بمعنى التقاء فردين في مكان وزمان معينين واجتماعي أي له فطرة تميل إلى معاشرّة الناس في المجتمع<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - قاموس المعاني، عربي عربي <http://www.almaauy.com/ar/dict/ar>: 04/03/2016à11.45

<sup>2</sup>-المرجع نفسه

<sup>3</sup>-المرجع نفسه

- الشبكات الاجتماعية اصطلاحاً: هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعة اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة... الخ)<sup>1</sup>

- التعريف الإجرائي لمواقع الشبكات الاجتماعية :

هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص ومجاني عادة ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات، وتصنف هذه المواقع ضمن الجيل الثاني للويب، وبهذا يتفوق الأشخاص على بعضهم البعض عبر الانترنت

## 2- العلاقات الاجتماعية:

العلاقة لغة: جمعها العلاقات والعلائق وهي تعني الصداقة وكذلك رابطة تربط بين شخصين أو شيئين وكذلك ما تعلق به الإنسان من صناعة وغيرها<sup>2</sup>.

- العلاقات الاجتماعية اصطلاحاً: يعرفها ماكس فيبر على أنها " مصطلح العلاقة الاجتماعية يستخدم غالباً لكي يشير إلى الموقف الذي من خلاله يدخل شخصان أو أكثر في سلوك معين واضعا كل منهما في اعتباره سلوك الآخر بحيث يتوجه سلوكه على هذا الأساس<sup>3</sup>.

- التعريف الإجرائي للعلاقات الاجتماعية:

هي مجموعة النشاطات التواصلية بين الأفراد والمجموعات على أساس التعاون أو الصراع للوصول إلى تحقيق الرغبات والاشباع المرغوب فيها وبالتالي الوصول إلى تحقيق التوازن والاندماج في الجماعات ضمن المجتمع.

## 3- الشباب الجزائري:

الشباب لغة: من شب شببت، يشب، اشب، شبابا وشبيبة، فهو شاب، والشاب بمعنى الفتاة والحادثة عكس الهرم<sup>4</sup>.

اصطلاحاً: يعرفه مصطفى حجازي في مؤلفة بأنها: " الكتلة الحرجة التي تحمل أهم فرص نماء المجتمع وصناعة مستقبله، كما أنهم في الآن عينه يشكلون التحدي الكبير في عملية تأطيرهم وإدماجهم في مسارات الحياة

<sup>1</sup> - شيماء عبد الحليم، اسراء فوزي، نيرمن عاطف وآخرون، الشبكات الاجتماعية، قسم الوثائق والمكتبات والمعلومات، جامعة القاهرة، 2010، ص08.

<sup>2</sup> - قاموس المعاني، المرجع السابق.

<sup>3</sup> - غريب محمد سيد أحمد، علم الاجتماع ودراسة المجتمع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2003، ص332.

<sup>4</sup> - قاموس المعاني، المرجع السابق.

الاجتماعية والوطنية والإنتاجية النشطة والمشاركة إنهم يشكلون العبء الذي تضيق به السلطات ذرعا وتخشاها أيما خشية"<sup>1</sup>.

التعريف الإجرائي: إن مفهوم الشباب في دراستنا نعني به فئة اجتماعية في مرحلة عمرية محددة وتتميز بالحيوية والنشاط والتطلع إلى كل ما هو جديد والثورة على كل ما هو قديم ومن سماتهم القلق وعدم استقرار.

#### 4- التأثير:

- التأثير لغة: من استأثر يستأثر استئثار فهو مستأثر، استأثر الله بفلان توفاه واستأثر بالشيء أي خص به نفسه وإستأثره بالشيء أعطاه إياه دون غيره من الناس.<sup>2</sup>
- التأثير اصطلاحا: " التأثير هو نتيجة التفاعل الاجتماعي بين عاملين وهما المؤثر والمتأثر بحيث يخلق لدى المؤثر عليه رد فعل معين.<sup>3</sup>
- التأثير إجرائيا: هو عملية من عمليات الاتصال التي تتم من خلالها توجيه نشاطات المنظمة أو الأفراد في الاتجاه المرغوب فيه والمدرّوس سابقا بهدف تحقيق أهداف معينة.

#### 5- فايسبوك:

يعرف الفايسبوك: على انه من أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت أسسه طالب في جامعة هارفارد في سنة 2004.<sup>4</sup>

الفايسبوك إجرائيا: هو مصطلح يشير على دفتر ورقي يحمل نصوص وصور أو معلومات لأفراد من مختلف أنحاء العالم في شكل أفراد أو مجموعات ويعتبر من أكبر المواقع المخصصة في العلاقات الاجتماعية والتعارف وبناء العلاقات.

#### سادسا: الدراسات السابقة:

#### الدراسة الأولى:

نوع الدراسة: مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال.

<sup>1</sup>- مصطفى حجازي، الإنسان المهذور، دراسة تحليلية نفسية اجتماعية، الطبعة الثانية، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، 2006 ص203.

<sup>2</sup>- قاموس المعاني، المرجع السابق.

<sup>3</sup>- حسني عوض، اثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب، تجربة مجلس شبابي عرار أمودجا، جامعة القدس المفتوحة، ص:10.

<sup>4</sup>- ديمة الشاعر، التأثير بالآخرين والعلاقات العامة، بحث مقدم لنيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، 2009، ص:07.

عنوان الدراسة: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في العلاقات الاجتماعية" - دراسة ميدانية بجامعة بسكرة حول استخدام الانترنت والهاتف النقال في اختيار الزوج.

صاحب الدراسة: الطالب: بلمولاي بدر الدين.

### زمن ومكان الدراسة:

مكان الدراسة: أجريت هذه الدراسة في جامعة محمد خيضر ببسكرة بجميع كلياتها الموزعة على الجامعة المركزية والأقطاب الجامعية.

زمن الدراسة: امتدت في الفترة المحددة من بداية شهر ديسمبر 2010 إلى نهاية شهر أبريل 2011.

إشكالية الدراسة: أفضى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال الالكتروني، إلى إنتاج وسائل الكترونية حديثة في التواصل الاجتماعي، عملت على إحداث تغيير في علاقات الأفراد الاجتماعية وأشكال تفاعلهم وأساليب تواصلهم وقد تمحورت إشكالية الدراسة حول تساؤل جوهري مفاده، ما مدى استخدام الطلبة للانترنت والهاتف النقال في علاقاتهم الاجتماعية وفي الزواج خصوصا؟ وتحت هذا التساؤل تندرج أسئلة فرعية وهي :

- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة للانترنت والهاتف النقال؟
- ما مدى استخدام الطلبة للانترنت والهاتف النقال في العلاقات الاجتماعية؟
- ماهي اتجاهات الطلبة لاستخدام الانترنت والهاتف النقال كوسيلة لربط علاقة الزواج؟

### نتائج الدراسة:

- توصلت الدراسة إلى أن 90% من أفراد العينة يستخدمون الانترنت، حيث يستخدم الذكور الانترنت بنسبة 96% كما تستخدمها الإناث بنسبة 83% .
- توصلت الدراسة إلى أن الطلبة المبحوثين يستخدمون الانترنت للأغراض التالية:- البحث عن معلومات معينة 33% - الدردشة 21% - البريد الالكتروني ومعرفة الأخبار 13%.
- تبين من خلال الدراسة أن 83% من أفراد العينة يستخدمون الانترنت في الاتصال والتواصل وهو ما يفعله 84% من الذكور و82% من الإناث.
- تبين من خلال الدراسة أن كل المبحوثين (ذكور وإناث) يستخدمون الدردشة عبر الشبكات الاجتماعية باعتبارها من أهم خدمات الاتصال والتواصل عبر الانترنت.
- أوضحت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يناقشون ما يلي:- المواضيع العلمية 15.54% - المواضيع الترفيهية: 15.12% - المواضيع الاجتماعية 14.23% .
- وأوضحت الدراسة أن 58% من أفراد العينة لا يقدمون الاسم الحقيقي أثناء استخدامهم للشبكات الاجتماعية وهو الأمر الذي يفعله 54% من الذكور و64% من الإناث.

- أوضحت الدراسة أن أفراد العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية التالية:- الفيسبوك 65% - يوتوب 20% - تويتر 10%.

- وتبين من خلال الدراسة أن 57% من أفراد العينة لديهم أصدقاء افتراضيون.  
- كما توصلت الدراسة إلى أن 75% من أفراد العينة يقولون بأن الانترنت ساعدت على تطوير العلاقات الاجتماعية، ونفس الشيء بنسبة 68% من الذكور و82% من الإناث.<sup>1</sup>

### تقييم الدراسة:

أ- جوانب الاستفادة: تعد هذه الدراسة نموذجاً مثالياً من الناحية النظرية والمنهجية فقد ساعدتنا في فهم الإطار النظري لدراستنا ووضع الأركان الأساسية للدراسة، كما تعتبر النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة كنقطة بداية التي تنطلق منها من أجل التعمق أكثر في هذا الموضوع. وما نستخلصه من هذه الدراسة المسحية الميدانية أن هناك استخدام واسع في أوساط الطلبة للشبكات الاجتماعية، وأن معظمهم يستخدمون فيسبوك في علاقاتهم الاجتماعية.

ب- جوانب الإضافة: من خلال الإطلاع على نتائج الدراسة السابقة يمكن القول أن دراستنا تتطرق إلى "تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري-فيسبوك نموذجاً.

لقد ساهم انتشار الشبكات الاجتماعية وخاصة فيسبوك في خلق علاقات اجتماعية بين الشباب الجزائري وعليه وجب علينا معرفة دوافع، عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري للفيسبوك، وما هي الاستخدامات والاشباع المحققة للشباب الجزائري من خلال استخدامها للفيسبوك، من أجل معرفة تأثير الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري.

### الدراسة الثانية:

- نوع الدراسة: مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع.  
- عنوان الدراسة: أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية " الفيسبوك وتويتر نموذجاً".

صاحب الدراسة: الطالبة حنان بنت شعشوع الشهري.

### زمن ومكان الدراسة:

مكان الدراسة: مقر الجامعة الملك عبد العزيز بجدة

<sup>1</sup> - بلمولاي بدر الدين، إستعمال تكنولوجيا الإعلام الحديثة في العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية بجامعة بسكرة، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012، (مذكرة غير منشورة)

زمن الدراسة: تمثل الفصل الثاني في العام الدراسي 2012 إلى الفصل الأول من العام الدراسي 2013.

إشكالية الدراسة: اندرج ضمن الدراسة مجموعة من التساؤلات الرئيسية تمثلت فيما يلي:

- 1- ما الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفايسبوك وتويتر؟
  - 2- ما طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر موقعي الفايسبوك وتويتر؟
  - 3- ما الآثار الايجابية والسلبية الناتجة عن استخدام الفايسبوك وتويتر؟
- وقد اندرج ضمن كل تساؤل رئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية.

### نتائج الدراسة:

#### 1- النتائج المتعلقة بخصائص عينة البحث

- الدراسة كشفت أن أعلى نسبة من المبحوثين كانت في الفئة العمرية من 20 إلى 23 سنة وأغلبهم غير متزوجات ويفضّلن استخدام الفايسبوك والتويتر معا وهنّ يستخدمن مواقع التواصل في الغالبية لأقل من ساعتين يوميا في فترة المساء ومعظم المبحوثات يدخلن مواقع التواصل عن طريق الكمبيوتر الشخصي والهاتف الجوال.

#### 2- النتائج المتعلقة بالأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفايسبوك وتويتر

بينت النتائج إلى أن اغلب المبحوثات يستخدمن الفايسبوك وتويتر للتعبير عن آرائهنّ بحرية لغياب حرية التعبير في المجتمع السعودي وفي نفس السياق يستخدمن مواقع التواصل لمتابعة الإعلانات إلا أن اغلبهنّ لم يسبق لهنّ شراء المنتجات عبر الفايسبوك وتويتر ولا يستخدمن المواقع للبحث عن الزوج كما أن الدراسة تشير إلى أن دوافع الاشتراك لا يعود إلى الشعور بالوحدة والافتقار للأصدقاء بنسبة كبيرة وأغلبهنّ لا يستخدمن هذه المواقع للاتصال بالقطاعات الخدمية في حين تقاربت نسب المشاركة في الحملات الاجتماعية من عدمها عبر الفايسبوك وتويتر وأغلب المشاركات لم يكن هدفهنّ متابعة المشاهير وانقسمت المبحوثات في سبب استخدام الفايسبوك وتويتر بنسب متقاربة فهناك قسم يشارك من أجل مواكبة التقدم التكنولوجي وقسم آخر لم يكن يستخدم مواقع التواصل من أجل التواصل.

#### 3- النتائج المتعلقة بطبيعة العلاقات الاجتماعية في موقعي الفايسبوك وتويتر

- تبرز نتائج الدراسة أن اغلب مستخدمات الفايسبوك يبحثن عن صدقات جديدة في حين لا يستخدمن التويتر لذلك، كما يعمل الفايسبوك على تعزيز الصدقات القديمة كما أن اغلب المستخدمين يتواصلن مع أقاربهنّ البعدين من خلال فايسبوك وتويتر كما أن 60% منهنّ لهنّ صدقات خارج بلدانهنّ.

#### 4- النتائج المتعلقة بالآثار الايجابية لاستخدام موقعي الفايسبوك وتويتر

أكدت الدراسة أن الفايسبوك يساعد على التعرف على عادات وثقافات الشعوب الأخرى والتعرف على أشخاص خارج بلدنهنّ كما أن الدراسة أظهرت سهولة استخدام الفايسبوك للتواصل مقارنة مع التواصل وجها

لوجه كما أن نصف الطالبات يستخدمن الفيسبوك للدراسة في حين أن اغلب المبحوثات لم يساهم الفيسبوك وتويتر في زيادة تحصيلهن الجامعي.

#### 5- النتائج المتعلقة بالآثار السلبية لاستخدام موقعي الفاييسبوك وتويتر

أظهرت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي لم يؤثر سلبا على المبحوثات من حيث شكوى عائلتهن من هذا الاستخدام كما انه لم يؤثر على جلوس المبحوثات مع أسرهن وتفاعلهن مع أسرهن كما لم يؤثر سلبا على تحصيلهن الجامعي ولا على صحتهن.

#### 6- نتائج متعلقة بالعلاقة بين بعض متغيرات الدراسة

كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباط عكسية بين متغير النمو والمستوى الدراسي ويبين أسباب الاستخدام المتمثلة في التعبير عن الآراء بحرية ومتابعة الإعلانات كما أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير عدد الساعات الاستخدام وبين أسباب الاستخدام المذكور في السابق.<sup>1</sup>

#### 7- تقييم الدراسة:

أ- جوانب الاستفادة: تتجلى جوانب الاستفادة في التحديد الدقيق لمشكلة الدراسة أي البحث عن طرق جديدة لدراسة المشكلة حتى لا نقع في تكرار وإعادة نفس الدراسة السابقة.  
- الاستفادة من المنهجية المستخدمة وتوصيات الدراسة

ومن خلال الدراسة السابقة تمكنت من معرفة الجوانب التي تركز عليها والمتمثلة في أسباب استخدام الفاييسبوك وتويتر في المجتمع السعودي وهي التعبير عن الآراء بحرية ومتابعة الإعلانات والتعرف على الأشخاص الجدد من بلدان مختلفة... الخ.

كما أفادتنا الدراسة خلال النتائج المتوصل إليها في معرفة الجوانب الجديدة التي لم تتطرق إليها لأن أي دراسة محدودة مكانيا وزمنيا.

كما أوصت الدراسة بضرورة تحليل ما نشر على وسائل التواصل الاجتماعي وإخضاعه للدراسة بهدف الكشف عن أبعاد القضايا المتعلقة بالعلاقات الاجتماعية.

ب- جوانب الإضافة: من خلال الاطلاع على الدراسة السابقة وعلى نتائجها واهم توصياتها يمكن القول أن دراستنا ستطرق إلى مدى تأثير عرض الأشخاص لمعلوماتهم الحقيقية على الفاييسبوك في خلق الارتياح وزيادة

<sup>1</sup> - حنان بنت شعوش الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية: فاييسبوك وتويتر نموذجاً، مذكرة ماجستير، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 2013، (دراسة غير منشورة)

التواصل ومدى تأثير ذلك على تماسك أو تفكك العلاقات الاجتماعية وخلق الارتباك والقلق في العلاقات الاجتماعية.

- كما يمكن أن نتطرق إلى الفايسبوك كمساحة للصراع بين الأفراد المشاركين من فئة الشباب والاختلاف في وجهات النظر وإبداء الآراء في مختلف القضايا.

ويرى بعض المهتمين والدارسين أن استخدام الانترنت قد يتدخل في شؤون المنزل وخلق ما يعرف ما بعد الأسرة وهذا عندما يصبح أفراد الأسرة يتفاعلون مع الكمبيوتر بدلا من تفاعلهم مع بعضهم البعض وهذا ما يؤدي إلى تأثير سلبي على التفاعل داخل الأسرة وداخل المجتمع وتغير علاقاتهم وأنماط سلوكهم وعاداتهم وتقاليدهم.

ومن خلال هذين الاتجاهين يمكن الوصول إلى اتجاه معقول ووسط يدعم التفاعل عبر الشبكات الاجتماعية من خلال المجتمع الافتراضي على شرط أن يدرك المستخدم طبيعة الاستخدام الأمثل.

### الدراسة الثالثة:

نوع الدراسة: مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة

1- عنوان الدراسة: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية - دراسة على عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر.

2- أصحاب الدراسة :

قام بإنجاز هذه الدراسة طالبة الماجستير من جامعة باتنة مريم ناريمان نومار، تحت إشراف الدكتور بن زروق جمال.

### 3- زمان ومكان الدراسة :

أجريت هذه الدراسة العلمية بجامعة الحاج لخضر بباتنة بقسم علوم الإعلام والاتصال للسنة الجامعية 2012/2011

4- إشكالية الدراسة:

تطرقت الطالبة في هذه الدراسة إلى إشكالية تكون منطلقا للبحث في هذا الموضوع وقد كانت كالأتي :  
يحتل الاتصال مكانة محورية في حياة البشر وفي مناحي حياتهم وأسباب رفاهيتهم، وقد أتاحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال فرصا وإمكانيات جديدة في مجال التواصل فتعددت أشكاله ووسائله وتأثيراته.

هذه التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا الاتصال غيرت العديد من المفاهيم والأدوار، فالانترنت لم تعد تؤدي مثلا دور نقل المعلومات وإرسالها فقط وإنما أصبح لها العديد من الانعكاسات الثقافية والاجتماعية .

فتورة الجيل الثاني من الانترنت بمختلف وسائلها التي يأتي في مقدمتها مواقع الشبكات الاجتماعية مثل فايسبوك، ماي سبيس، وتويتر أصبحت ظاهرة عالمية واسعة الانتشار استطاعت أن تجعل الشباب يتعلقون بها

بشكل كبير نظرا للخدمات المتعددة التي أتاحها والتي تتعلق بالدرجة الأولى باهتمامهم وتطلعاتهم، وكل هذا يقودنا إلى الإشكالية التالية :

ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية ؟  
و قد أضافت الطالبة مجموعة من الأسئلة الفرعية لتبسيط دراستها وقد كانت كالأتي:  
ما هي عادات وأمط استخدام موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك لدى الجزائريين؟  
ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفايسبوك ؟  
كيف يؤثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين ؟

## 5- نتائج الدراسة :

خلصت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج يمكن الإشارة إلى الأتي منها :  
بعد البحث والدراسة اتضح أن استخدام موقع الفايسبوك يختلف من مستخدم لأخر تبعا لمتغيري الجنس والسن وهذا يعني تحقق الفرضية الأولى التي وضعتها الطالبة في دراستها .

من النتائج المهمة في الدراسة أيضا هو الفرق في مدى الوعي باستخدامات الفايسبوك، حيث توصلت الباحثة من خلال دراستها إلى أن أفراد العينة الأكبر سنا أكثر وعيا وحرصا في استخدامهم للموقع ونلاحظ ذلك من خلال نوعية أصدقاءهم عبر الموقع فهم لا يختارون أصدقاءهم بعشوائية وإنما يقومون بانتقاءهم بهدف الاستفادة والإفادة وهذا الاستنتاج نابع من أغلبهم يختار أصدقاءه بناء على المستوى المعرفي والثقافي والاهتمام المشترك، عكس الشباب الأقل سنا الذين يفتحون المجال أمام مختلف أطراف المجتمع لنسج علاقات صداقة معهم عبر الفايسبوك .  
- توصلت الدراسة أيضا إلى أن الفايسبوك أثر بشكل كبير على العلاقات الاجتماعية لمستخدميه ويمكن هنا أن نطرح عبارة (عزلهم عن عالمهم الحقيقي ) ولو بشكل نسبي، فالباحثة توصلت إلى نتائج مفادها أن التواصل المواجهي لأفراد العينة مع عائلاتهم وأصدقاءهم ومجتمعهم الأصلية قد قل بنسبة كبيرة وأصبحوا يعوضونها بمجموعات افتراضية بل ويجسسون بالانتماء إليها بدل الانتماء إلى مجتمعاتهم الأولية (الأسرة، الأصدقاء..).

توصلت الدراسة أيضا إلى أن تأثير الفايسبوك لا يقتصر على تأثير سلبي فقط في العلاقات الاجتماعية وإنما لديه دور ايجابي ، كذلك أشارت إليه الباحثة وهو محافظته على العلاقات الاجتماعية القديمة القائمة بل وتوسيعها من خلال التواصل الدائم عبر الشبكة وإطلاع الأشخاص على أخبار بعضهم البعض، كما يمكن تطوير علاقات افتراضية عبر الفايسبوك إلى علاقات حقيقية .

خرجت الدراسة أيضا بجملة من المعلومات حول مستخدم الفايسبوك في الجزائر، إذ تقول الباحثة أنه مستخدم نشط لديه العديد من الحاجات التي يسعى لإشباعها من خلال استخدامه للموقع وانتقائه للمحتوى وهذه الدوافع والحاجات تتغير تبعا للعديد من المتغيرات الاجتماعية والنفسية<sup>1</sup>

## 6- تقييم الدراسة:

1- مريم ناريمان نومار، إسخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012، (مذكرة غير منشورة)

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهتم بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الأحداث والوقائع، وبالتالي الوصول إلى نتائج منطقية ومفيدة، تسهم في حل المشكلات أو إزالة المعوقات أو الغموض الذي يكتنف بعض الظواهر. اختارت الطالبة كما تجري عليه العادة مجتمعا وعينة للدراسة، فكان مجتمع البحث المختار هو (مستخدمو موقع الفيسبوك في الجزائر)، أما عينة الدراسة فقد اختارت الطالبة عينة قصديه تمثلت في 280 مفردة وزعت عليهم استمارة استبيان ما بين نهاية جانفي وبداية فيفري 2012 و قد اعتمدت الطالبة في دراستها على عدة أدوات لجمع البيانات، ارتأت أنها الأنسب في هذه الدراسة لجمع أكبر قدر من المعلومات والبيانات حول مبحثها، وقد اختارت الملاحظة والاستبيان كأداتين رئيسيتين لذلك. أما بخصوص البيانات والمعلومات التي تحصلت عليها الباحثة فقد استخدمت عدة أساليب وآليات لشرحها وتحليلها تحليلا مفصلا، وذلك عن طريق (أسلوب التحليل الكمي) و(أسلوب التحليل الكيفي). تطرقت الطالبة إلى مجموعة من الدراسات السابقة، تمثلت في دراستان غريبتان ودراسة عربية واحدة وثلاث دراسات محلية.

و خرجت الدراسة بالعديد من النتائج المفيدة التي يمكن الاعتماد عليها والرجوع إليها لأخذ المعلومات حول هذا النوع من المواضيع (أي التكنولوجيا ووسائل الاتصال الحديثة ودورها في المجتمع) و بالتالي فإن الطالبة وفقت إلى حد بعيد في هذا المجهود العلمي الذي قامت به.

#### 7- جوانب الاستفادة :

بحكم أن هذه المذكرة المنجزة من طرف الطالبة قريبة جدا من نوع الدراسة التي نحن بصدد العمل عليها والمعنونة ب : (تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري)- دراسة على عينة من مستخدمي فيسبوك) فإننا استفدنا من هذه الدراسة الكثير والعديد من الجوانب ابتداء من دراسة نوعية الأسئلة المقدمة في استمارة الاستبيان وكيفية توزيعها وتقسيمها إلى محاور، إضافة إلى التقسيم المتبع بشكل عام من مقدمة وإشكالية وفصول ومن خلال دراسة هذا التقسيم أخذنا فكرة عامة حول الشكل الذي ستكون عليه الدراسة الخاصة بنا مع الاحتفاظ بطبيعة الحال بخصوصية كل عمل واستقلاليته.

من النقاط التي إفادتنا بها هذه الدراسة كثيرا، هو وجود الكثير من المراجع المهمة التي اعتمدها الطالبة، أخذن بها نحن كذلك واستقيننا منها كما كبيرا من المعلومات خاصة فيما يخص الجوانب النظرية للدراسة ومن هذه المراجع المهمة نذكر كتاب ( الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، لصاحبه عباس مصطفى صادق )، كذلك كتاب الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية لصاحبه عبد الرزاق محمد الدليمي وغيرها من المراجع.

و عموما أفادتنا هذه الدراسة في رسم خارطة طريق مبدئية للدراسة الخاصة بنا.

#### 8- جوانب الإضافة:

لقد وفقت الطالبة إلى حد ما في دراستها لكن يبقى هناك دائما جزء ناقص في أي دراسة، ليأتي باحثون آخرون وعن طريق دراسات أخرى لإكمال الأجزاء الناقصة ومواصلة رحلة البحث العلمي .

مما لاحظناه أن الطالبة قد توصلت إلى مجموعة من النتائج المتعلقة بعبادات الاستخدام السيئة للفايسبوك من طرف أفراد العينة والتي تؤدي بهم في الكثير من الأحيان إلى (العزلة) و (الاغتراب) عن مجتمعاتهم وعائلاتهم وأصدقاءهم وبالتالي حصول فتور في أهم العلاقات الاجتماعية، وما سنحاول نحن إضافته إلى هذه الدراسة هو تقديم جملة من التوصيات والحلول للحد من الاستخدام المفرط للفايسبوك الذي يؤثر سلباً على عديد مناحي الحياة للأفراد كترشيح الاستعمال وتوزيعه على جزء من أوقات الفراغ وليس كل الوقت، محاولة اختيار الأصدقاء وفق معايير خاصة تضمن بقاء المسافة مع الأهل والأقارب والأصدقاء الحقيقيين ولا تباعد بينهم أو تشغل عنهم.

### سابعاً: المدخل النظري للدراسة:

تعد نظرية الاستخدامات والإشباع من النظريات التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة ذات رؤية جديدة لعلاقة الجماهير بوسائل الإعلام وهي تعتبر نقلة من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لوسائل الإعلام، فبعد ما كانت بعض النظريات مثل نظرية الرصاصة السحرية تري الجماهير عبارة عن كائنات سلبية تتصرف وفق نسق واحد، أصبح الأمر على غير ذلك بعدما اتضح الدور القوي للمتغيرات في المعرفة والإدراك والثقافات الفرعية وبالتالي لم يعد ممكناً ضم الجماهير وفق النظريات التي تنظر إلى الجمهور بطريقة سلبية<sup>1</sup>.

وتشير الدراسات إلى أن البحث في أنماط الاحتياجات التي تنجز من استخدام وسائل الإعلام قد بدأ مع الثلاثينيات من القرن العشرين، حيث أجريت العديد من الدراسات من هذا المنظور على قراءة الكتب ومسلسلات الراديو... الخ وقد تواصل الاهتمام بهذه الدراسات في الأربعينات من القرن الماضي في أعمال "لازرسفيلد" و"ستانون" و"بيرلسون" الخ ويعطي نموذج الاستخدامات والإشباع مجموعة من المفاهيم التي تؤكد على أن أسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية.

ويرى كاتز وزملائه أن منظور الاستخدامات والإشباع يعتمد على خمسة فروض لتحقيق مجموعة من الأهداف وتتضمن فروض النموذج ما يلي:

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية أو عوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

<sup>1</sup> - حسن عماد مكايي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الخامسة، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2004، ص 239.

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

- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الوسائل فقط<sup>1</sup>.

وفي المنتهى أدى ظهور تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى بعث الحياة في نظرية الاستخدامات والاشباع لأنها تتصل بالاحتياجات الاجتماعية والنفسية للجمهور الذي يعتبر أساسا لاهتماماتها، كما يعتبر الفايسبوك احد البدائل المطروحة أمام الشباب لإشباع حاجاته بناء على إختيارته ولذلك نجد أن البحوث المرتبطة بتأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية تنصدر البحوث التي تجري في مجال الاستخدامات والاشباع وذلك لسهولة تطبيق الفروض الخاصة بهذه النظرية، كما يمكن القول أن الحاجات المرغوب في تحقيقها أكبر ظهورا على الفايسبوك عنها في الوسائل الإعلامية الأخرى لان الفايسبوك أصبح يأخذ وقتا طويلا من يوميات الأفراد لتلبية حاجاتهم.

إن الفايسبوك بصفة خاصة ومواقع الشبكات الاجتماعية بصفة عامة تختص بالتفاعلية وخاصة مع الويب 2.0 مما جعلها أكثر ملائمة مع نظرية الاستخدامات والاشباع مما يجعل هذه النظرية هي الأنسب على تفسير استخدامها من طرف الأفراد ونظرا لما تتيحه مواقع الشبكات الاجتماعية من اتصال تفاعلي فإن اهتمام الجمهور قد تغير نظرا لارتباط المستخدمين بصفحات مختلفة عبر مواقع الشبكات الاجتماعية نتيجة الطبيعة المفتوحة لهذه المواقع وما لها من قدرة على إرسال وتلقي الرسائل ويمكن توظيف هذه النظرية من خلال التعرف على عادات وأنماط استخدام الشباب للفايسبوك وما يحققه من اشباع خاصة في جانب علاقتهم الاجتماعية.

وللعلم أن الإشباع الذي يبحث عنه الشباب الجزائري من وراء استخدام الفايسبوك يختلف من شخص لآخر وهو ليس بالضرورة هو نفسه الإشباع الذي سوف يحصلون عليه في النهاية.

وفي النهاية يمكن القول أن نظرية الاستخدامات والاشباع هي إطار نظري لهذه الدراسة .

### إسقاط النظرية وتطبيقها:

قمنا في دراستنا هذه بالاعتماد على نظرية الاستخدامات والاشباع وقد تم إسقاطها في الجانبين المنهجي والتطبيقي، ويمكننا توضيح كيفية إسقاط النظرية وتطبيقها كمايلي:

الجانب المنهجي: بناء إشكالية الدراسة وعرضها، وصياغة تساؤلات الدراسة اعتمادا على مدخل الاستخدامات والإشباع من خلال تساؤلات الدراسة.

الجانب التطبيقي: تصميم استمارة الاستبيان وبالأخص في محورها الثاني على مدخل الاستخدامات والإشباعات من خلال استخدامات الشباب الجزائري لفيسبوك والاشباعات المحققة من استخدامه.



# الفصل الثاني

## مواقع الشبكات الاجتماعية

## المبحث الأول: ماهية مواقع الشبكات الاجتماعية

### المطلب الأول: تعريف مواقع الشبكات الاجتماعية

يعتبر مصطلح الشبكات الاجتماعية من المصطلحات الحديثة التي لقيت اهتمام كبير من طرف الباحثين والمختصين في العديد من المجالات ولهذا تعددت تعريفات مواقع الشبكات الاجتماعية من باحث إلى آخر، حيث تعرف على أنها مجموعة من الشبكات الاجتماعية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم، لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة و التي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة، و تتضمن معلومات دائمة التطور<sup>1</sup>، وفي تعريف آخر هي مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية (world wide web) تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمعي افتراضي يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة، في نظام عالمي لنقل المعلومات<sup>2</sup>. كما تعني " التوزيع أو البث من خلال وسائل الاتصال عن بعد télécommunications (أو الاتصالات السلكية واللاسلكية) لخدمات المعلومات"<sup>3</sup>.

كما تعرف على أنها " مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل "الثاني للويب 2.0" تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمعي افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام، أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة... الخ)<sup>4</sup>، و يرى الشهري بأنها: منظومة من الشبكات الالكترونية تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات، والهوايات، بالاعتماد على الانترنت وتسمح للأفراد بما يلي:

1- بناء ملف شخصي عام أو شبه عام محدد ضمن إطار محدد

2- تظهر لائحة المستخدمين الذين يتشاركون مع بعضهم

3- عرض قائمة الاتصال وما قام به الآخرون داخل نفس النظام

كما تعرف أيضا على أنها مجموعة جديدة من وسائل الإعلام على الانترنت تشترك بالخصائص التالية:

1- المشاركة: فهي تشجع على المساهمات وردود الفعل (التعليقات) من أي مهتم، وتلقى الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والمتلقين.

2- الانفتاح: معظم شبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة وتبادل المعلومات والتعليقات، ونادرا ما يوجد حواجز أمام الوصول إلى المحتوى والاستفادة منه لان حمايته لكلمة المرور أمر غير موجود نهائيا.

<sup>1</sup> - جمال عبد العزيز الشهران، الوسائل التعليمية و مستجدات تكنولوجيا التعلم، 2، الرياض مطابع الحميصي، 2003، ص134 .

<sup>2</sup> - أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، مذكرة ماجستير (دراسة غير منشورة، معهد البحوث و الدراسات العربية، القاهرة، 2013، ص43 .

<sup>3</sup> - محمد علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ص83.

<sup>4</sup> - الضراب مازن، مواقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها، وحدة المعرفة، متاح على <http://knol/-google.com> 11 : 00 22/03/2016 a

3- المحادثة: تعتمد شبكات التواصل الاجتماعي على المحادثة باتجاهين يعكس وسائل الإعلام التقليدية التي تعتمد على مبدأ بث المعلومات ونشرها باتجاه واحد، لجميع المتلقين.

4- التجمع: تتيح شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية التجمع بسرعة والتواصل بشكل فعال ويربط تلك التجمعات اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي والقضايا السياسية وغيرها.<sup>1</sup>

ويعرف زاهر راضي مواقع الشبكات الاجتماعية على أنها: "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها".<sup>2</sup>

من خلال النقاط السابقة يمكننا تقديم التعريف الإجرائي التالي:

مواقع الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يطلق على مجموعة المواقع على شبكة الانترنت التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم "ويب 2.0" منها الفايسبوك، والتويتر، وهذه الشبكات تسمح لمستخدميها بإنشاء صفحات وحسابات خاصة بالأفراد، وهذا ما يتيح التواصل بين الأفراد والأصدقاء في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، مدرسة، جامعة... الخ) كل هذا يتم عن طريق التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، فمواقع الشبكات الاجتماعية من خلال التعاريف السابقة تتميز ب:

- نظام عالمي خارج حدود المنطقة والدولة.
- عالم افتراضي تقني.
- تعتمد على بروتوكولات لنقل المعلومات.
- الاتصال يتم من خلال عناوين خاصة وأجهزة الكترونية.

### المطلب الثاني: نشأة مواقع الشبكات الاجتماعية

صيغ مصطلح مواقع الشبكات الاجتماعية في العالم 1954 من قبل "جون بارتز" الذي كان باحثا في العلوم الإنسانية في جامعة لندن، وظهرت في السبعينات من القرن العشرين بعض الوسائل الالكترونية الاجتماعية من النوع البدائي، وكانت قوائم البريد الالكتروني من أوائل التقنيات التي سهلت التعاون والتفاعل الاجتماعي وأتاح هذا التفاعل للإنسان تطوير علاقات ثابتة وطويلة الأمد مع الآخرين وغالبا ما كانت بأسماء مستعارة.

<sup>1</sup> - عبد الله ممدوح مبارك العرود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحافيين الأردنيين، مذكرة ماجستير، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص45.

<sup>2</sup> - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: دراسة في مداخلة النظرية وخصائصه العامة، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011، ص9.

وفي منتصف التسعينات من القرن العشرين بدأت مواقع الشبكات الاجتماعية بشكلها الحديث الظهور مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر وحاجاتهم للتواصل.<sup>1</sup>

وأول موقع للشبكات الاجتماعية هو (classmates.com) انطلق في العام 1955 وهو موقع اجتماعي للاتصال والتواصل مع الأصدقاء والمعارف من الروضة حتى الجامعة وعضوية هذا الموقع مجانية، بحيث يستطيع أي شخص أن ينشئ ملفه الشخصي ثم يبحث عن زملاء آخرين ويستطيع من خلاله أن يتصل بأصدقاء فقد الاتصال بهم وينظم للاجتماعات المحلية والدراسة في المنتديات.<sup>2</sup>

كما يمكن رصد مرحلتين أساسيتين لتطور الشبكات الاجتماعية، الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب web 1.0 والمرحلة الثانية هي الجيل الثاني للويب web 2.0 غير أن أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية ظهرت خلال المرحلة الثانية.

#### ● المرحلة الأولى

يشير web 1.0 إلى شبكة المعلومات التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جدا من المستخدمين تتكون أساسا من الصفحات ويب ثابتة وتتيح مجال صغير للتفاعل ويمكن وصف هذه المرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، ومن أبرز الشبكات التي تكونت مع هذه المرحلة شبكة موقع- سيكس دقريز sixdegrees الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم وإدراج أصدقائهم وقد اخفق هذا الموقع عام 2000 كما شهدت هذه المرحلة إنشاء مواقع شهيرة أخرى مثل موقع "لاين جورنال" وموقع "كايبورلد" الذي انشأ في كوريا سنة 1999 وكان ابرز 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 مؤسسيها ولم يكتب للكثير منها البقاء.<sup>3</sup>

#### ● المرحلة الثانية:

يشير الويب 2.0 إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات ، مواقع المشاركة، الوسائط المتعدد... الخ) التي اهتمت بتطوير المجتمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطوير خدمات شبكة الانترنت وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية ويمكن أن تؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة

<sup>1</sup> - عبد الله ممدوح مبارك الرعود، المرجع السابق، ص46.

<sup>2</sup> - فاطمة الزهراء عماري، استخدام قنوات التلفزيون الإخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي، مذكرة ماستر، إذاعة وتلفزيون، قسم علوم

الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2012، ص33.

<sup>3</sup> - مريم ناريمان نومار، المرجع السابق، ص47.

- موقع ماي سبيس: وهو الموقع الأمريكي المشهور ثم موقع الفايستوك.

وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات الاجتماعية ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع تزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم.

وأمام هاتين المرحلتين بدا وضحا اختلاف الآراء حول أول شبكة اجتماعية عبر الانترنت وسنحاول هنا أن نورد الآراء التي تبحث عن أول شبكة اجتماعية عبر الانترنت حيث يرى البعض بأن أول موقع خاص بالشبكات الاجتماعية هو موقع [sexedegress.com](http://sexedegress.com) والذي ظهر عام 1997، والذي سمح للمستخدمين بوضع معلوماتهم الشخصية [profile](http://profile) ووضع قائمة أصدقائهم وبدأ ذلك منذ عام 1998، بالسماح للمستخدمين بتصفح قائمة الأصدقاء هذه الملامح أو الخصائص ظهرت في عدد من المواقع التي سبقت موقع [sixdegrees.com](http://sixdegrees.com) فالمعلومات الشخصية "profiles" وجدت في مواقع التعارف "dating sites" وحتى في المواقع الاجتماعية، كما أتاح موقع [classmantes.com](http://classmantes.com) للأشخاص الانتساب إلى المدارس أو الثانويات أو الكليات التي ينتمون إليها وتصفح الشبكات الخاصة بالأفراد الذين ينتمون إليها، غير أن المستخدمين لم يكن بإمكانهم خلق صفحات خاصة وتحديد قائمة للأصدقاء إلا بعد سنوات متأخرة، ولهذا يعتبر موقع [sixdegrees.com](http://sixdegrees.com) أول موقع جمع بين كل هذه الملامح والخصائص ولقد روج هذا الموقع لنفسه كأداة تساعد الناس في التواصل وإرسال الرسائل للآخرين.

ومن 1997 إلى سنة 2001 بدأت هذه الأدوات الاجتماعية تتزايد وفي سنة 1999 ظهر العالم الافتراضي الكوري [gy world](http://gyworld.com) وجسد ملامح مواقع الشبكات الاجتماعية عام 2001 حيث تضمن الأصدقاء وخدمة تدوين المذكرات وغيرها، أما الموجة الثانية فكانت مع إطلاق [ryzg.com](http://ryzg.com) 2001 من اجل مساعدة الأشخاص في زيادة فعالية الشبكات التجارية، وتوالت بعد ذلك الشبكات الاجتماعية في الظهور حيث ظهر [fecbook](http://fecbook.com), [twitter](http://twitter.com), [myspace](http://myspace.com) وغيرها من المواقع، لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع والتطور.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: أهمية الشبكات الاجتماعية

- تلعب الشبكات الاجتماعية دورا كبيرا في تبادل المعلومات حول العالم، وذلك باستخدام التقنيات الرقمية في الاتصالات وتطوير أداء الشبكات.

- فقد أحدثت هذه الشبكات انعكاسات كبيرة على قواعد حرية النشر والتعبير وتدعيم الفكر الديمقراطي وحقوق الإنسان وغيرها من مفاهيم سياسية واجتماعية وتجارية انتشرت وتكونت حولها الجماعات مستفيدة من

<sup>1</sup> - مريم ناريمان نومار، المرجع السابق، ص50.

سهولة استخدامها والمشاركة فيها دون خبرات تقنية أو تكاليف مادية، يرى البعض أنها سوف تؤدي إلى بزوغ (فكر كوكبي) يعمل على تغيير العالم.<sup>1</sup>

- إن استخدام الشبكة الاجتماعية في التعليم أدى إلى تطور في العملية التعليمية، كما أثر إيجابيا على طريقة أداء المعلم والمتعلم وإنجازتهما داخل الفصل الدراسي لاحتوائها على المعلومات المتنوعة في شتى المجالات، فمواقع الشبكات الاجتماعية ساهمت بدور كبير وإيجابي في المجال التعليمي، ومن تلك الأدوار التي تقوم بها مواقع الشبكات الاجتماعية في المجال التعليمي ما يلي:

- أداة لحفظ المعلومات كما تساهم في تنمية القدرات المعلوماتية لدى الطلاب وتنمية مهارات التفكير العلمي وتساعد على تطوير التفكير الإبداعي كما يسرت للأفراد الاتصال بالمؤسسات التعليمية بين دول العالم متباعدة الأطراف من خلال مواقع الشبكة الاجتماعية، يمكن الاطلاع على المجالات والدوريات والنشرات العلمية والكتب والمقالات والتقارير المتنوعة.<sup>2</sup>

- كما لها أهمية كبيرة من خلال انتشار حرية الرأي والتعبير وما تقوم به من مساندة ضحايا الزلازل والكوارث الطبيعية، ونشر رسائل الاستغاثة.

#### المطلب الرابع: خصائص الشبكات الاجتماعية

لمواقع الشبكات الاجتماعية خصائص ومميزات كثيرة جعلت منها مقصداً بمقتضى الانترنت في جميع أنحاء العالم وفيما يلي أهم تلك الخصائص:

● التعريف بالذات: الخطوة الأولى للدخول إلى الشبكات الاجتماعية هي إنشاء صفحة معلومات شخصية وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النص، الصور الموسيقى والفيديوهات وغيرها من الوظائف الأخرى، كما تسمح مواقع الشبكات الاجتماعية للأشخاص بتنظيم علاقاتهم الاجتماعية و تعبئة صفحاتهم الشخصية بالطريقة التي يجب أصدقائهم رؤيتهم بها.

● طرق جديدة لتكوين المجتمع: تسمح الشبكات الاجتماعية للأشخاص بخلق صداقات مع أصدقاء يبادلونهم الاهتمام والاحتوى وبالتالي فهي تساهم بشكل فعال في تجسيد مفهوم المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الانترنت غير أن الشبكات الاجتماعية دعمت طرق جديدة للاتصال بين الناس فمستخدمي هذه المواقع يخبرون في الاتصال بين مختلف الأساليب الرقمية، مثل الرسم "tags" والتطبيقات المدججة في مواقع الشبكات كما بإمكان الأشخاص الانضمام إلى مجموعات قراء الكتب للتواصل حول الكتب التي احتواها وغيرها من الخدمات...

● سهولة الاستخدام: من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار الشبكات الاجتماعية هي بساطتها لذا فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الانترنت يمكنه خلق وتسيير موقع شبكة اجتماعية.

<sup>1</sup> - محمود الفظاطفة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية "مدى"، الطبعة 1، 2011، ص20.

<sup>2</sup> - جمال الشهران، الوسائل التعليمية ومستجدات تكنولوجيا التعليم، الطبعة الأولى، مطابع الحميضي، 2011، الرياض، ص51.

● التفاعلية: لقد سعت مواقع الشبكات الاجتماعية منذ بداية ظهورها إلى تجسيد التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور.<sup>1</sup>

● الاهتمام: وهي شبكات تبنى من خلال مصلحة مشتركة مثل الألعاب، الموسيقى، سوق العمل السياسة، الصحة، والشؤون الخارجية، وغيرها.

كما تتميز مواقع الشبكات الاجتماعية بخصائص معينة وهي فيما يلي:

● تخزين البيانات: تسمح غالبية مواقع الشبكات الاجتماعية لأعضائها باستعراض شبكات أصدقائهم وتمكين المستخدم من استعراض شبكته الخاصة ومشاركتها مع عامة الناس والأصدقاء، وتوفر بعض الشبكات على تطبيقات تسمح للمستخدمين بوصف العلاقة بينهم وبين الأعضاء الآخرين.

● نشاطات من القاعدة إلى القمة: توفر الشبكات الاجتماعية منصات مثالية، يستطيع من خلالها المستخدمون المشتركون بنفس القيم والاهتمامات أن يتعاونوا بشكل فعال وتكاليف اقل، فمثلا يستطيع الأطباء أن يتشاركوا ويتأكدوا من الحالات الطبية النادرة من خلال الشبكات الاجتماعية الصحية مثل within كما يمكن تنظيم احتجاجات من خلال استخدام مواقع مثل "care"

● إعادة تنظيم الجغرافيا: أتاحت الشبكات الاجتماعية نقاط دخول جديدة على الانترنت " الشخصية العالمية للناس" وحتى وقت قريب كان الناس يتحدثون مع بعضهم البعض من خلال الشبكات الاجتماعية باستعارة المكان (المدن، العناوين، الصفحات الرئيسية... الخ) وحولت هذه الاستعارات القائمة على المكان إلى شخصية منها المدونات، الملف الشخصي، صور.

● العاطفة من خلال المحتوى: المشاركة العاطفية إحدى الدوافع الرئيسية لاستخدام التدوين المصغر، وترتبط قوة وخصائص الشبكات الاجتماعية مع ما يعرف بالمشاركة أو التبادل العاطفي، ويظهر ذلك بشكل واضح في تيارات الوعي الاجتماعي "social awareness streams" التي تسمح خصائصها للمستخدم بالتفكير في كيفية المشاركة العاطفية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - مريم ناريمان نومان، المرجع السابق، ص53.

<sup>2</sup> - عبد الله المدوح مبارك الرعود، المرجع السابق، ص38.

## المبحث الثاني: أهم مواقع الشبكات الاجتماعية

### المطلب الأول: موقع الفايسبوك

يعد موقع الفايسبوك من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا وحسب بل تعدى إلى قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء.<sup>1</sup>

ويعتبر مارك زوكربيرج هو منشئه عام 2004 عندما كان طالبا في جامعة هارفارد، ويزيد عدد مستخدمي هذا الموقع على مليار 200 مليون مستخدم من جميع أنحاء العالم، وبأكثر من 70 لغة مختلفة، وليتمكن الأفراد من التسجيل على هذا الموقع، ينبغي أن يكون المستخدم قد تجاوز الثالثة عشر عام ويتعين أن نشير إلى أن نسبة المراهقين من مستخدمي الفايسبوك اقل من الفئات الأخرى، كما يستخدم الموقع من طرف العديد من البالغين كأولياء الأمور.

كما أن استخدامه لا يقتصر على الأفراد فحسب، فهناك الكثير من الشركات والمنظمات والحكومات في مختلف أنحاء العالم التي تستخدم الموقع لإرسال الرسائل التسويقية وجمع التبرعات الخيرية والتواصل مع العملاء والأعضاء.<sup>2</sup>

ويعتبر الفايسبوك موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين، يمكنهم من تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية و مقاطع الفيديو و التعليقات، كل هذا يتم في عالم افتراضي، يقطع حاجز الزمن و المكان. كما يعد موقع فايسبوك واحد من أشهر المواقع على الشبكة العالمية، ورائد التواصل الاجتماعي.<sup>3</sup>

#### - الأنشطة المتوفرة لمستخدمي موقع الفايسبوك:

يوفر الفايسبوك لجميع المستخدمين التمتع بخدمات الدردشة ومشاركة الصور، وكذلك إمكانية إرسال مقاطع الفيديو والاتصال بين الأفراد وتبادل الأخبار الشخصية والاستمتاع بالألعاب المتوفرة والمتجددة وتحديد أماكن اللقاء وإرسال رسائل التهنية بأعياد الدينية والإجازات والبحث عن الأصدقاء والأقارب.

ومن الملاحظ أنه قلما يوجد شخص لا يمكنه استخدام الفايسبوك وهو يعرف في كثير من الأحيان باسم أداة للتواصل الاجتماعي ويقوم الموقع بدعم الأنشطة اليومية دائمة التغير للملايين من المستخدمين طوال اليوم وعلى مدار الأسبوع وكأنه شبكة إمداد بالطاقة، بالإضافة إلى توفره على عدد هائل من الأنشطة التي لا يمكن حصرها في الغالب.

<sup>1</sup>- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، 2008، ص218.

<sup>2</sup>- أن كويلر، لارى ماجد، دليل أولياء الأمور لاستخدام الفيسبوك، متاح على [www.connectsafely.org/reuse](http://www.connectsafely.org/reuse) 21/12/2015 à 15:40

<sup>3</sup>- سلطان مسفر مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، متاح على [www.Alukah.net](http://www.Alukah.net) 25/12/2015 à 14:00

ويمكن القول أن موقع فايسبوك يتمتع بالحيوية والديناميكية الدائمة فعلي عكس الصحف والإذاعة والتلفزيون، يعتبر المستخدم هو القائم بالعمل على الموقع، فمضمون الموقع هو إنتاج جماعي لحياة الملايين من المستخدمين.

### - أهم الخصائص التي يوفرها الفايسبوك

**Wall:** لوحة الحائط وهي تعتبر مساحة خاصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأشخاص مثل الأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى المستخدم.

**Pokes:** وهي تتيح للمستخدمين إرسال نكزه افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي تعتبر إشعار يخطر المستخدم بأن احد الأصدقاء يقوم الترحيب به.

**Photo:** الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع.

**Status:** هي الحالة التي تسمح للمستخدمين بإمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يفعلونه من أعمال في الوقت الحالي.

**News feed:** التغذية الإخبارية والتي تتجلى على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تؤدي دور تمييز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

**Gifts:** الهدايا هي تسمح للمستخدمين بإرسال هديا افتراضية إلى أصدقائهم وتظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.

**Maret place:** السوق الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية<sup>1</sup>

كما يمكن القول أن الفايسبوك: " هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام (2004) في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى (مارك زوكربيرج) وكانت مدونته (الفايسبوك) محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود الأصدقاء (زوكربيرج) الطالب المهووس في برمجة الكمبيوتر لم يخطر بباله<sup>2</sup>. هو وصديقين له أن هذه المدونة ستحتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جدا.

### أهمية الفايسبوك

<sup>1</sup> - مدثر النور احمد، شرح كيفية التسجيل في موقع الفايسبوك، جامعة جوبا، كلية دراسات الحاسب الآلي، السودان، ص2. بتصرف

<sup>2</sup> - محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، مذكرة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2012، ص83

اجتماعيا: تعتبر الانترنت أدت للتأثير على الفكر الاجتماعي والتنظيمي للمجتمعات الحديثة وقد أثرت فيه بعمق، وأدى ذلك إلى بروز مفاهيم حول أسس التنظيمات من حيث البنية والقيادة والسيطرة والاتصال والتكيف والاستفادة من مواهب الجميع، وغيرت المعطيات الموجودة في التنظيمات المجتمعية وفي نفس السياق تعتبر المجتمعات الافتراضية عامة و الفايسبوك خاصة منصة اجتماعية أدت إلى التقريب بين فئات المجتمع الطبيعية وخلق مجتمعات أكثر انسجام وتواصل بغض النظر عن الحالة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية.

وتستخدم الشبكات الاجتماعية بصفة عامة و الفايسبوك بصفة خاصة لخلق العلاقات الاجتماعية أو لتوطيدها والإبقاء عليها دائمة وكذلك يستخدم الفايسبوك للتعبة الاجتماعية في إطلاق حملات من اجل التغيير الاجتماعي وتغيير السلوكيات الاجتماعية لمستخدمي هذه الشبكات وقد ظهر ما يطلق عليه بالحراك الوامض أو الحراك السريع وهي حركة سرية تتم على ارض الواقع أو على شبكة الانترنت ويتم التحضير لها في المجتمعات الافتراضية عامة والشبكات الاجتماعية خاصة ويتم من خلالها لفت الانتباه إلى مشكل اجتماعي تقوم بتزويدك بمستجدات أصدقاؤك ومعارفك أولا بأول.

اقتصاديا: عن طريق استخدام المعلومات الشخصية للمستخدمين يمكن توجيه الإشهار الخاص بالشركات المنتجة للخدمات الخاصة وكذا السلع الاستهلاكية وهذا ما يجعل الإشهار أكثر فعالية، فهو موجه حسب الرغبة أو حسب ميولات المتلقي للإشهار، ويمكن معرفة هذه المعلومات عن رغباته عن طريق المعلومات التي يقوم بنشرها عبر هذه الشبكة الاجتماعية وكذا التطبيقات المواتية لذلك وهناك من يرى من المختصين أن التسويق الالكتروني على الشبكات الاجتماعية سيتحكم في مجال كبير من الويب في المستقبل كما أن استعمال المستخدمين لهذه الشبكة في هذا المجال يسمى بالمتجر الالكتروني فيإمكان المستخدم أن يقوم بإنشاء متجر الكتروني .

ولأغراض تجارية يعرض فيها المستخدم سلع وخدمات للمستخدمين الآخرين وتلقي الطلبات وفتح مزادات الكترونية حول سلع مختلفة.

سياسيا: لقد تبين لرجال السياسة أهمية الشبكات الاجتماعية في الحياة السياسية لاسيما ذائعة الصيت مثل الفايسبوك لمخاطبة كافة فئات المجتمع ومع تزايد حجم العضوية على الشبكات الاجتماعية فقد قام السياسيون باستغلال هذا المناخ لتمويل حملاتهم الانتخابية وكسب الأصوات والدعم المتواصل ويوجد الآن ما يسمى بمدونات التسويق السياسي، ونجدها متغلغلة و مؤثرة في توجيه الرأي وصناعة القرار.

ثقافيا: برزت الأهمية الثقافية للفايسبوك لما ظهر التفاعل داخل هذا النوع من المجتمعات وذلك عندما سمح بالتعارف والتعريف بالثقافات الموجودة في الواقع التي تنتمي إليها أو يتبناها مستخدمي الشبكة الاجتماعية.

كما أن التفاعل الواقع داخل الفضاء الافتراضي عامة والمجتمعات المحلية الافتراضية قامت بخلق ثقافة سيبرانية جديدة مميزة بعادات وأعراف جديدة تتماشى مع طبيعة هذا الفضاء.

## المطلب الثاني: موقع تويتر

يمكن القول أن تويتر: " هو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغرة يسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة، مباشرة عن طريق موقع إرسال رسالة نصية قصيرة<sup>1</sup>، وتقوم فكرة تويتر على السماح للمستخدمين بإرسال وقراءة رسائل قصيرة تتكون من 140 حرفا كحد أقصى.

وانشأ في ولاية كاليفورنيا في العام 2006 على يد جاك درزي، وبيزستون، وايقان وويليامزو يسمح الموقع لمستخدميه إرسال رسائل عبر الهاتف النقال، ورسائل فورية، وتأتي هذه الرسائل ردا على سؤال مباشرة هو " ماذا تفعل؟" ويسمح كذلك بتبادل حالاتهم المزاجية بسهولة ويسر بين مجموعة كبيرة من الأصدقاء.

ويعتبر تويتر الرابع في الاستخدام من بين شبكات التواصل الاجتماعي ويوفر التعامل بعدة لغات لكثرة المستخدمين والمطورين، ويتميز بعدم وجود خدمة الإعلانات على الموقع باللغة الإنجليزية.

وقد تغلغل الموقع بشكل متزايد في الحياة اليومية للشعوب وأصبح هناك اهتمام كبير بآثاره الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في حياة الناس وتجاوز عدد مستخدمي تويتر في العام 200 مليون مستخدم في نهاية شهر آذار من العام 2011 وفي الوطن العربي وحده بلغ عدد مستخدمي تويتر مليون و150 ألف في نفس العام.<sup>2</sup>

## المطلب الثالث: موقع يوتيوب

اختلفت الآراء حول موقع اليوتيوب، وماذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أم لا، ونظرا لما يقدمه الموقع من خدمات من نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها جعلنا ندرجه ضمن أهم مواقع الشبكات الاجتماعية.

وقد انطلق موقع اليوتيوب في الخامس من فبراير سنة 2005 على يد ثلاثة موظفي paypal وهم تشاد هيرلي وهو شاب جامعي قام بتصميم شعارها وستيفن تشين وهو أيضا شاب جامعي من مواليد 1978 وكذلك كريم جواد المولود في سنة 1979 صاحب أول فيديو تم رفعه على اليوتيوب وصور لنفسه وهو في حديقة الحيوانات وقد أنشأت فكرة إنشاء موقع يوتيوب في الولايات المتحدة الأمريكية عندما كان الأصدقاء في حفلة والتقطوا مقاطع فيديو وأرادوا أن ينشروها بين زملائهم ولم يستطيعوا إرسالها عبر الإيميل ولكن الموقع لم ينطلق إلا

<sup>1</sup> - علي محمد بن فتح محمد، مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الأخلاقية والقيمية، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية، ص 04.

<sup>2</sup> - عبد الله ممدوح مبارك الرعود، المرجع السابق، ص ص 45 46

بعد التمويل من قبل سيكوى كابي نال في نوفمبر 2005 وكانت انطلاقته الحقيقية في ديسمبر 2005 وكان الموقع يحصل على 100 مليون مشاهدة يوميا.<sup>1</sup>

وتعرف موسوعة enyclopedia التابعة لمجلة الحاسوب العالمية بأنه: "أكثر مواقع مشاركة الفيديو شهرة، والتي تجعل بمقدور أي شخص تحميل مقاطع فيديو قصيرة، لمعاينتها بشكل خاص أو عام، ويعتبر مكان لتبادل أشرطة الفيديو بين الأهل والأصدقاء".<sup>2</sup>

ويتيح موقع اليوتيوب من مضمونه للجميع وإمكانية إضافة مقاطع الفيديو والتسجيل في الموقع ويمكن المستخدمين من تقييم الفيديوهات التي يشاهدونها والتعليق عليها وإبداء الإعجاب عليها.

كما يتيح إرسال الفيديوهات إلى المدونات الشخصية أو المنتديات وكل هذه الأشياء تدخل ضمن سمات وخصائص اليوتيوب وبالتالي يمكن اعتباره ساحة للتفاعل الاجتماعي بين مختلف الفئات ولاسيما فئة الشباب التي تعتبر أكثر الفئات النشطة على هذا الموقع وهذا بدوره يؤثر بالتدرج على العلاقات الاجتماعية للأفراد ضمن المجتمع.

### المطلب الرابع: غوغل بلس

يعتبر غوغل بلس شبكة اجتماعية تم إنشائها بواسطة شركة غوغل، وهو مشروع من مشاريع التواصل الاجتماعي يسعى إلى تكرار طريقة تفاعل الناس حاليا بشكل وثيق مما هو عليه الحال في خدمات الشبكات الاجتماعية الأخرى مثل الفاييسبوك وتويتر ومن مميزات جول بلس الدوائر وهي مثل فئات للاتصالات الخاصة بك، بحيث يمكنك مشاركة التحديثات بشكل انتقائي مع مجموعات مختلفة، ويمكن أن تشمل على جماعة الأسرة والأصدقاء وزملاء العمل، والناس الذين يتشاركون نفس الاهتمام، وقد تكون دوائر منفصلة أو متداخلة، وقد أطلقت هذه الخدمة في 28 يونيو 2011 وفي البداية كانت التسجيلات على أساس الدعوة فقط من طرف الأعضاء للأصدقاء ولكن فيما بعد تم إلغاء الإذن بسبب ما وصفته غوغل بالطلب المحنون للحسابات الجديدة<sup>3</sup>. ومن بين المزايا الإضافية لغوغل بلس مكالمات الفيديو وهي تضمن للمستخدم التعرف على الأشخاص الموجودين على شبكة الانترنت وهي تشبه خدمة الدخول في محادثة مرئية وكذلك نجد ميزة الاهتمامات تتيح للمستخدم كتابة وإدخال اهتماماته لكي يتم تزويده بكافة الموضوعات ذات الصلة كما تتيح خاصية المكالمات الجماعية والمنتديات والألعاب.

<sup>1</sup> - احمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في الفضاء الاجتماعي، مذكرة ماجستير، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2013، ص 74 بتصرف.

<sup>2</sup> - أكرم عبد القادر عبد الله خروانة، فعالية استخدام مواقع الفيديو الإلكتروني في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية لدى طالبات كلية التربية في الجامعة الإسلامية بغزة، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 2012، ص 46.

<sup>3</sup> - متاح على : [http://whatstechtargt.com/definition/google\\_plus\\_le22/03/2016\\_à\\_09:40](http://whatstechtargt.com/definition/google_plus_le22/03/2016_à_09:40).

## المطلب الخامس: انستجرام

تعتبر انستجرام من أفضل الشبكات الاجتماعية وتعمل على مبدأ مشاركة الصور من الهواتف الذكية، ولها شعبية واسعة، وهي تسمح بتطبيق أنواع مختلفة من المرشحات لصورك وهذه المرشحات تؤدي مجموعة من الوظائف مثل إضاءة الصور وتعزيز التباين وتحسين مظهر الصورة، لتبدو أكثر احترافية، كما يقدم موقع انستجرام المزيد من التغييرات الجذرية على الصور باستخدام الفلتر لتبدو وكأنها صور فوتوغرافية.

كما يعتبر الموقع أداة لتحميل الصور وإدارة الصور وتطبيق المرشحات ومشاركتها مع الأصدقاء، ويسمح لنا بالتقاط الصور مع جهاز آيفون والاندرويد ويمكن مشاركة الصور مباشرة على مواقع الشبكات الاجتماعية مثل فايسبوك وتويتر وتبلر... الخ.

كما يسمح هذا التطبيق للمستخدمين بالتعليق على الصور ويمكن تعريف انستجرام على انه: " خدمة الشبكة الاجتماعية لتبادل الصور عبر الانترنت التي تمكنك من مشاركة حياتك مع الأصدقاء من خلال سلسلة من الصور التي تم التقاطها باستخدام جهاز محمول كما يدعم انستجرام تحميل الفيديو ويتيح للمستخدمين من خدمة تبادل الصور على الفور في العديد من المواقع الاجتماعية، بما في ذلك فليكر، فايسبوك"<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> - متاح على: [www.webo.com/term/i/instagram.html](http://www.webo.com/term/i/instagram.html) (le 21/03/2016 à 10 :00)

## المبحث الثالث: تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية

### المطلب الأول: تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على القضايا الاجتماعية

#### أ- الهوية:

تعتبر الهوية من بين أهم القضايا التي يطرحها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي باستمرار ذلك أنها تعتبر غامضة إذا ما عدنا إلى محددات الهوية التي عهدناها في الواقع، ويعتبر النشاط الذي يقوم به المستخدم المكون الرئيسي للهوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مثل الصفحات التي ينشأها أو التي ينخرط فيها أو التي يعجب بها، أو التي عادة ما يتفاعل مع ما يرد فيها أو من ينشطون عبرها، كل هذه الأنشطة تعتبر محددات للهوية الافتراضية للمستخدم، إضافة إلى هذا هناك المعلومات التي يقدمها المستخدم حول نفسه أو يصرح بها عند إنشائه لحساب أو صفحة عبر أي من شبكات التواصل الاجتماعي وتسمى (المعلومات التصريحية - les informations déclaratives) مثل ما يقدمه المستخدم من معلومات في موقع الفاييسبوك والتي تشمل عادة صورة فوتوغرافية ومعلومات على سبيل العمر ومكان الإقامة، السن، الجنس.

أما مشكل الهوية الذي يطرح كثيرا عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي هو حول ما إذا كانت هوية المستخدم حقيقية أم مزيفة؟

ففي الوقت الذي فضل البعض تجسيد هويته الحقيقية على الشبكات يلجأ البعض الآخر إلى انتحال شخصيات ما، أو خلق هويات مزيفة.

وعلى هذا الأساس يمكن لشخص واحد أن ينشأ عدة هويات على الشبكات الاجتماعية ويتفاعل بطرق عدة وهو في الحقيقة نفس الشخصية، لذا فإنه لا يمكن وضع ثقة عمياء في الهويات الرقمية أو الافتراضية يمكن تزيف اسم الحساب وتسجيل محددات هوية كاذبة بالتالي الملامح الاجتماعية تكون مضللة".<sup>1</sup>

وبالتالي الهوية الشخصية تعتبر بمثابة أداة في المجتمع الافتراضي لتقييم مدى مصداقية المعلومات وكذا مدى فاعلية الاتصال وهي ضرورية جدا لبناء الثقة الدائمة بين الأصدقاء المقربين، وكذلك تعتبر أداة للحفاظ على شخصية الفرد وسمعه لآجل بناء المجتمع لذلك فهي تمثل أهم القضايا على التي آثارها استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

<sup>1</sup> - مريم ناريمان نومار، المرجع السابق، ص72. بتصرف

## ب- الخصوصية:

" الخصوصية هي حق الأفراد في عدم إفشاء أو نشر أي معلومات عن أنفسهم، والتي تعتبر مكفولة إلى حد بعيد في مختلف التشريعات وللمجتمع، هذا في العالم الواقعي، أما في العالم الافتراضي فقد وضعت سرعة تدفق البيانات والمعلومات الخصوصية تحت ضغط وصعوبة كبيرتين"<sup>1</sup>.

والخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي هي المعلومات الشخصية التي يعرف من خلالها الشخص نفسه مثل الاسم، العنوان الشخصي، رقم الهاتف، الايميل الخاص به إلى ما ذلك.

وقد يحدث وأن تتعرض خصوصية أي شخص إلى الانتهاك في مواقع التواصل الاجتماعي لان الخصوصية لم تكن من أولويات مالكي هذه المواقع، وما لا يعلمه المستخدمون هو حجم الجمهور الذي يستطيع الوصول إلى معلوماتهم بكل يسر وسهولة إضافة إلى ذلك فإنه يمكن للمواقع في حد ذاتها من تنتهك خصوصية المستخدمين والمنخرطين بها، ومثال ذلك انتقال المعلومات الشخصية إلى طرف آخر دون استشارة المستخدم أو بيع بياناتهم إلى المعلنين لاستخدامها في الحملات الإعلانية، وهنا يحدث مشكل آخر وهو إزعاج المستخدمين الذين سيصبحون يتلقون إعلانات كثيرة ودون علمهم في غالب الأحيان.

ونتيجة لشعور مستخدمي الشبكات الاجتماعية بالألفة والثقة مع من يتشاركون معهم، فإنهم قد يتشاركون بأكثر مما يجب سواء في الأمور الشخصية أو ما يتعلق بأماكن عملهم أو شؤونهم المالية أو حتى ما يصيبهم من فضائح، وهذا ما يتسبب في مشاكل كثيرة بدءا بالإحراجات الاجتماعية وانتهاء بالملاحقات القانونية فبمجرد أن تهور إن صح التعبير وتكتب أنك ستقضي إجازتك في تركيا، فأنت حتما بلا وعي تعرض منزلك للسرقة"<sup>2</sup>.

وللأهمية الكبيرة التي تتمتع بها الخصوصية في العالم الافتراضي، فإنه يتوقع أن تكون هي العملة الأكثر تداولاً على الانترنت في المستقبل.

## ج- العزلة الاجتماعية:

" يحذر الكثير من الأخصائيين والنفسيين من خطورة إدمان الأفراد لشبكة الانترنت بكل ما تحتوي من تطبيقات أو لوائح أخرى، وذلك لما له من انعكاسات سلبية على حياتهم وسلوكياتهم، إذ يؤدي ذلك إلى تدمير قيم المجتمع ومعاييره، كما قد تؤدي إلى تعرض الأبناء وخاصة من هم في سن المراهقة والذين هم في المراحل الثانوية

<sup>1</sup>- شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، القاهرة الدار المصرية اللبنانية، 2000، ص175.

<sup>2</sup>- متاح على <http://coeia.edu.sa/index.php/ar/asuurance-awarness/articles> le15/05/2016 à 15:00.

أو الجامعية إلى كافة أشكال الاضطرابات النفسية كالاكتئاب والقلق والشعوب بالوحدة النفسية والعزلة الاجتماعية والضغوط النفسية المتزايدة وحتى فقدان الثقة بالنفس".<sup>1</sup>

ومن الممكن القول أن العزلة الاجتماعية من القضايا الاجتماعية التي أنتجها استخدام الانترنت وتزامنا مع التطور الكبير للشبكات الاجتماعية على الانترنت أصبح الأفراد يتعلقون بشكل كبير بالعلاقات التي ينشئونها عبرها، ويقضون وقتا كبيرا في التواصل عليها على حساب الوقت الذي يخصصونه للأشخاص في حياتهم الطبيعية والذين تربطهم بهم صلات أوثق كالأخوة، والصداقة وغيرها وهذا ما يؤدي بهم إلى العزلة الاجتماعية.

ونظرا للخدمات المتعددة التي أتاحتها مواقع الشبكات الاجتماعية وتجسيدها القوي لمفهوم المجتمع الافتراضي أصبح الأفراد يمارسون من خلالها مختلف الأدوار الأمر الذي دفعهم إلى الاندماج بشكل كبير في هذا المجتمع الافتراضي وبالتالي وكنتيجة حتمية للانسحاب من المجتمع الواقعي.

## د- الأخلاق والقيم:

يعتبر الحديث عن الأخلاق والقيم عبر مواقع شبكات الانترنت وبالتحديد في مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة موضوعا شائكا ومعقد وقد أصبح كثير الطرح لحساسيته، وهنا يمكن طرح تساؤل مهم وهو هل يظهر مستخدم الشبكات الاجتماعية بنفس القيم والأخلاق التي يتمتع بها في الواقع، أم لا في ظل غياب رقابة المجتمع والعادات؟

وترى دراسة أجريت في جامعة الملك عبد العزيز بجدة في السعودية بأن "الاهتزاز القيمي" بدأ بالظهور بعد طفرة الجيل الثاني من الويب، وولادة شبكات التواصل الاجتماعي كالتويتير وفيسبوك، وغيرها والتي تتسم بعناصر مثيرة وجذابة، كالفورية والتفاعلية وتعدد الوسائط والتحديث، ما أدى إلى زيادة ساعات التعرض والاعتماد عليها كمصدر وحيد للأخبار والمعلومات في كثير من الأحيان، ونظرا للتنوع الواسع لفئات المستخدمين واحتكاك الشعوب والثقافات المختلفة وحتى الأديان والحضارات، فإنه أصبح يلاحظ في سلوكيات المستخدمين في العالم العربي خاصة الشباب تصرفات وعادات غريبة على النسق الاجتماعي العربي والإسلامي، ومردها بلا شك هو التأثير بعادات المستخدمين من الثقافات والحضارات الأخرى، وهو ما يؤثر سلبا على بناء مجتمعاتنا وتماسكها.

وتقول الدراسة أن هناك مجموعات ظهرت مع هذا "الانحلال القيمي والأخلاقي"، تدافع عنه من باب التفتح على باقي الثقافات، وحوار الحضارات وما إلى ذلك من هذه المفاهيم، "وقد طرح الباحث الجزائري نصر الدين لعياضي موضوع القيم والأخلاق الرقمية على حد تعبيره في مقال له بجريدة الخبر وقال أن التكنولوجيا الحديثة تفرض علينا مزيدا من الانصهار في الثقافات الأخرى التي تحمل قيما مغايرة تماما لقيم مجتمعاتنا الإسلامي

<sup>1</sup> - محمد عبد الهادي وآخرون، إدمان الانترنت وعلاقته بكل من الاكتئاب والمساندة الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، القاهرة، مجلة كلية التربية بني سويف، العدد 4، 2005، ص 04.

فما نراه هناك محرماً أو غير أخلاقي قد يكون ثقافات أخرى أمر جد عادي بل وقد يكون دليلاً على الرقي الحضاري.<sup>1</sup>

ومنه فإن مستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية الغير واعى بالاستخدامات الصحيحة قد يجد نفسه يذوب وبشكل تدريجي في ثقافات وعادات، غريبة عما تربى عليه وعهده في مجتمعه الحقيقي.

---

<sup>1</sup>- نصر الدين العياضي، عتبات الكلام، هل تحتفي الأخلاق في العصر الرقمي؟، مقال منشور بموقع جريدة الخبر بتاريخ 12 جانفي 2014، العدد 84.

## الفصل الثالث

# العلاقات الاجتماعية والشباب

## المبحث الأول: ماهية العلاقات الاجتماعية

### المطلب الأول: تعريف العلاقات الاجتماعية

الإنسان اجتماعي بطبعه، فهو يعيش وسط غيره من البشر في جو يسوده التفاعل والتعايش وهذا يؤدي إلى تكوينه لعلاقات مع آخرين وهذه العلاقات الاجتماعية تنمو وتتطور مشكلة الجماعات والنظم الاجتماعية التي تكون الحياة الاجتماعية الإنسانية، والتي من خلالها يتمكن الإنسان من تحقيق حاجاته وأهدافه الخاصة والمشاركة مع غيره من الناس.

وعليه فإن العلاقات الاجتماعية هي أساس التعايش بين البشر وهي أساس التطور والرقى، ولهذا فقد اهتم بدراستها العديد من العلماء ووضعوا لها العديد من التعاريف بحكم الانتماء إلى علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي وكذلك بحسب توجهات العلماء والباحثين الذين خاضوا في هذا المجال وحتى يكون هناك تعريف واضح لهذا المصطلح لابد من التعرض إلى شطريه.

فتبدأ بكلمة علاقة والتي لها معاني متعددة، غير انه يمكن اعتبار أن أهم معاني العلاقة في إطار دراسة علم الاجتماع هما معنيين أساسيين:

أ- بمعنى وضع محدد ل(أ) و (ب) ، وضع قائم على التأثير المتبادل ناشئ بدون أن تكون وراءه رغبة واعية أو قصد ذاتي مثل علاقات الإنتاج.

ب- بمعنى التأثير الواعي أو الفعل الذاتي الموجه من (أ) بالنسبة ل (ب) والناشئ من الوعي بارتباط ذاتي معين، مثل علاقات الصداقة.<sup>1</sup>

أما فيما يخص الجزء الثاني أي (اجتماعي) فهو كل ما يتصل بالمجتمع الإنساني والتفاعل الذي يحدث بين مختلف وحدات هذا المجتمع من أفراد وجماعات وغيرها.<sup>2</sup>

- وفيما يخص تعريف مصطلح العلاقات الاجتماعية فقد تنوعت وتعددت التعاريف منها تعريف ماكس فيبر والذي ركز فيه على خصائص العلاقات الاجتماعية، حيث يقول: " مصطلح العلاقات الاجتماعية يستخدم غالبا لكي يشير إلى الموقف الذي من خلاله يدخل شخصان أو أكثر في سلوك معين واضعا كل منهم في اعتباره سلوك الآخر، بحيث يتوجه سلوكه على هذا الأساس."<sup>3</sup>

أما زنانيكى فقد قدم تعريف تفصيلي للعلاقات الاجتماعية معتمدا على التفاعلات الاجتماعية بين وحدتين اجتماعيتين أو أكثر، حيث عرف العلاقات الاجتماعية " بأنها نسق معين ثابت يشمل طرفين (سواء

<sup>1</sup>- جمال مجدي حسين، سوسيولوجيا المجتمع، ط1، دار المعرفة الجامعية، 2007، ص98، 99.

<sup>2</sup>- جابر عوض سيد، التكنولوجيا والعلاقات الاجتماعية، القاهرة، الطبعة1، دار المعرفة الجامعية، 1996، ص145.

<sup>3</sup>- غريب محمد السيد أحمد، عمل الاجتماع ودراسة المجتمع، الطبعة1، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، 2003، ص332.

كانا فردين أو جماعتين) تربطهم مادة معينة أو مصلحة أو اهتمام معين أو قيمة معينة تشكل قاعدة لتفاعلهم بجانب أنها (أي العلاقات) هي نسق معين من الواجبات والمسؤوليات أو وظيفة مقننة للطرفين بحيث يكون كل طرف ملزم بأدائها نحو الطرف الآخر"<sup>1</sup>

كما تعرف العلاقات الاجتماعية أيضا على أنها نتيجة التعامل الاجتماعي (التأثير والتأثر والأخذ والعطاء) بين شخصين يستغلان موقعين اجتماعيين داخل الجماعة أو التنظيم أو المؤسسة الاجتماعية.<sup>2</sup>

وبناء على ما سبق يمكن القول أن العلاقات الاجتماعية عبارة عن نموذج للتفاعل الاجتماعي المتبادل بين شخصين أو أكثر، ويقوم على الاتصال المباشر (وجهاً لوجه) أو غير المباشر (عن طريق وسائل الإعلام)، لتلبية حاجة اجتماعية معينة.

وتمر العلاقات الاجتماعية على عدد من المراحل يحددها " برتن روبن " فيما يلي: أولاً مرحلة البداية ثم الاستكشاف التي يتم فيها التعرف بين هؤلاء الأشخاص وتحديد أهم ميولاتهم واتجاهاتهم، ثم تبدأ مرحلة توثيق العلاقة بعد 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 انفصال وقطع العلاقة لكن هذا ليس ضرورياً فيمكن أن تستمر.<sup>3</sup>

والعلاقة الاجتماعية لا يمكن ملاحظتها بطريقة مباشرة إلا أن هناك ظواهر يمكن ملاحظتها ومنها يمكن استنتاج وجود علاقة اجتماعية معينة، وقد وضع جون ريكس قائمة تمثل هذه الظواهر على النحو التالي:

- هدف الفاعل أو اهتماماته ومصالحه
- توقعات لسلوك الآخرين
- أهداف الآخرين ومدى معرفة الفاعل
- المعايير التي يعرفها الفاعل ويتقبلها الآخرين
- رغبة الآخرين في الفوز والحصول على موافقة الفاعل.<sup>4</sup>

ولقد استخدم وايت ثلاث مفاهيم أساسية في تحليله للعلاقات الاجتماعية بين أعضاء وأقسام الكيان الاجتماعي ويمكن إجمالها فيما يلي:

<sup>1</sup> - جابر عوض سيد، المرجع السابق، ص 148.  
<sup>2</sup> - معز خليل، البناء الاجتماعي أنساقه ونظمه، الطبعة 3، دار الشروق، الأردن، 1999، ص 77.  
<sup>3</sup> - إبراهيم بعيز، مندييات المحادثة والدرشة الالكترونية دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع، مذكرة ماجستير إعلام واتصال، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2010، ص 35.  
<sup>4</sup> - غريب محمد السيد احمد، المرجع السابق، ص 333.

أ- التفاعل: الذي يرمز إلى الاتصال الشخصي الخاضع للملاحظة والقياس مثل أن يتفاعل الشخص "أ" مع الشخص "ب"

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

ج- الأحاسيس: أي مشاعر الأشخاص لما يحصل ويدور حولهم.

إن هذه المفاهيم الثلاثة مرتبطة الواحدة بالأخرى، وأي تغيير يحصل في إحداها يؤدي إلى تغيير في المفهومين الآخرين هذا التغيير يأتي خارج أقسام الكيان الاجتماعي في اغلب الأحيان، أي أن هناك تأثيرات من المحيط الاجتماعي.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: أهمية العلاقات الاجتماعية

تعتبر العلاقات الاجتماعية ضرورة ملحة لأي إنسان ذلك أن الفرد لا يستطيع أن يعيش بدون هذه العلاقات، فهذا لان العلاقات الاجتماعية تساعد الفرد على تحقيق العديد من الأمور، الاعتماد على عوامل كثيرة ومنها ما ذكره مالفن اولسن فيما يلي:

1- الجزء الذاتي: حيث أن الفرد يسعى إلى خلق علاقات مع الآخرين، لأنها تتسبب في إشباع مظاهر النفس، وبدونها لا يشعر بالمتعة والسعادة في صحبة الآخرين.

2- الاهتمامات العامة: العلاقات الاجتماعية تمد الفرد بالأساس الاجتماعي المستمد من الاهتمامات المشتركة بين الجماعات.

3- التوقع والإضرار: حيث يشعر الفاعلون الاجتماعيون بذلك نحو بعضهم البعض

4- الاعتماد المتبادل: الحياة الاجتماعية تقوم على الاعتماد المتبادل، فالمنبع الأصلي في صورته النهائية ما كان ليصل إلى هذه الصورة لولا سلسلة من العمليات الإنتاجية التي قامت بها العديد من المهارات الإنسانية وبالتالي سلسلة من العلاقات الاجتماعية.

5- المعتقدات: الدين يطالب الفرد بالتعاون، فالدين الإسلامي يحث على أن يحب المرء لأخيه ما يحب لنفسه، وان يتعاون معه، تعاوناً إيجابياً.

6- القوة: العلاقات الاجتماعية في الغالب تحتاج إلى هذا العنصر، وذلك بهدف ضبط سلوك الأفراد والجماعات من اجل سيادة علاقة سوية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - معز خليل، المرجع السابق، ص78.

<sup>2</sup> - جابر عوض سيد، المرجع السابق، ص146، 147.

وهذه العوامل تلعب دورا مهما في نشأة العلاقات الاجتماعية، وتغليب عامل على آخر يعود إلى التوظيف الاجتماعي السائد، ولهذا نجد بروز سمات احد هذه العوامل على باقي العوامل الأخرى في مجتمع ما وبروز عامل آخر في زمان أو في مكان آخر.

### المطلب الثالث: أنواع العلاقات الاجتماعية

تتعدد أنواع وأشكال العلاقات الاجتماعية التي تربط بين الناس ومن أهمها:

1- العلاقات الاجتماعية الطويلة الأجل والعلاقات قصيرة الأمد: العلاقات الاجتماعية طويلة الأجل هي عبارة عن نموذج التفاعل المتبادل الذي يستمر فترة معينة من الزمن مثل العلاقة المتبادلة بين الدول و بين الزوج والزوجة، وأما العلاقات الاجتماعية قصيرة الأمد فهي كذلك تفاعل متبادل ولكنه يستمر إلى فترة قصيرة من الزمن، كما هو الحال بالنسبة للشخصين يجلسان بجوار بعضها في حافلة وتكلما أثناء الركوب فقط.

2- العلاقات الاجتماعية المباشرة وغير المباشرة: إن تواجد العلاقات الاجتماعية بين الناس لا يعني فقط تلك الحالات التي يدخل فيها الأفراد في تفاعلات مباشرة أي وجهها لوجه، يمكن أن تتم هذه العلاقات بطرق غير مباشرة كاستعمال وسائل الإعلام المختلفة كالهاتف النقال والانترنت، وكذلك عن طريق المؤسسات التنظيمية العامة التي تشمل المجتمع كله وبالتالي فإن الواجبات المتبادلة تتم بدون اللجوء إلى الإحساس الذاتي بالواجب نحو الطرف الآخر، ودون أن يكون الهدف الحفاظ على استمرار هذه العلاقة.

3- العلاقات الداخلية والعلاقات الخارجية: تتمثل العلاقات الاجتماعية الداخلية في علاقات الأعضاء داخل الجماعة أو المنظمة والعواطف التي بينهم بينما العلاقة الاجتماعية الخارجية فهي تتمثل في علاقات الجماعة أو المنظمة مع البيئة المحيطة بها.

4- العلاقات الاجتماعية الايجابية والأخرى السلبية: العلاقات الاجتماعية الايجابية أو الجمعة والتي تؤدي إلى الاتفاق أو الإجماع، وهذا النوع من العلاقات يلعب دورا كبيرا في تماسك ووحدة المجتمع، ومن أمثلة هذه العلاقات التعاون والتكيف، أما العلاقات الاجتماعية السلبية أو المفرقة فتؤدي إلى التفكك والتنافر والحروب، ومن أمثلة هذه العلاقات التنافس والصراع.<sup>1</sup>

كما نجد عند ماكس فيبر نوعين من العلاقات الاجتماعية المفتوحة والمغلقة، ويقصد بالمفتوحة الارتباطات التي يقبل فيها الأقرباء أو غير الأقارب أو غير المنتمين إلى طبقة اجتماعية معينة أو طائفة دينية خاصة، أو نقابة حرفية وعادة تكون خالية من المنافع المادية المتبادلة والعاطفية الغرامية بل الود والاحترام المتبادل بينما قصد بالثانية (العلاقات الاجتماعية المغلقة) الارتباط المحصور بين الأقارب، دموية وقربانية أو المنتمين إلى

<sup>1</sup> - جابر عوض سيد، المرجع السابق، ص153، 155.

طبقة اقتصادية أو العلاقات الموقعية التي تملك السلطة أو التي تربط بين الأصحاب ذوي المصالح المتبادلة من أجل إشباع حاجات ورغبات مادية ومعنوية.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> - معز خليل، المرجع السابق، ص 81.

## المبحث الثاني: ماهية الشباب

### المطلب الأول: تعريف الشباب

المعنى اللغوي: يقصد بالشباب عادة الأفراد الذين هم في مرحلة المراهقة، أي الأفراد ما بين مرحلة البلوغ الجنسي والنضج والذين تتراوح أعمارهم بين 8 سنوات و 24 سنة أي الذين أتموا الدراسة وهي مرحلة تتميز بالانتقال إلى الرجولة والأمومة غير أن مرحلة الشباب غير محددة بدقة.<sup>1</sup>

والشباب يمكن تعريفه على انه مرحلة المراهقة والعبور من الطفولة إلى سن النضج وهي اليفاعة ، ويحصل في هذه المرحلة تحولات جسمية وجنسية وغريزية وتؤثر الأوضاع الاقتصادية في نمو المراهقين وكذلك الأوضاع الاجتماعية ويرى علماء الاجتماع أن الشباب هم كل من يدخل في السن من 15 الى 25 سنة وبينون رأيهم على أساس أن أولئك قد تم نموهم الفسيولوجي أو العضوي بينما لم يكتمل نموهم النفسي والعقلي اكتمالا تاما وبالتالي فهم وسط بين الطفولة والمراهقة والرجولة الكاملة.<sup>2</sup>

ويعتبر عبد الله بوجلال أن " الشباب يشكلون فئة اجتماعية لها مميزاتا وخصائصها التي تنفرد بها عن بقية الفئات العمرية الأخرى ويأتي في مقدمة تلك السمات بالإضافة إلى عامل السن، الجرأة والديناميكية وحب الاطلاع والرغبة في التغيير والقلق على المستقبل وحب الظهور ورفض الواقع والإقبال على الجديد من الأفكار والقيم وأنماط السلوك... وغيرها".<sup>3</sup>

وهناك من لا يحدد مفهوم الشباب على أساس عدد السنوات مرحلة معينة من حياة الفرد، وإنما يعتبرها حالة نفسية لها علاقة بالعمر الزمني ومن هذا المنظر يحدد d.morton مفهوم الشباب على انه "بمقدار ما يشعر الفرد بأنه يتمتع بالحياة والشباب وبمقدار ما يستطيع أن يولد من الآخرين الرغبة في الحياة يكون شابا وحين يخفق في ذلك يشعر باليأس والإحباط والرغبة من الهروب من الحياة وهذه المرحلة بدايات الشيخوخة".<sup>4</sup>

### المطلب الثاني: تحديد مرحلة الشباب

إن معظم الدراسات تشير إلى غياب الاتفاق حول تحديد مرحلة الشباب وعليه نجد أن التحديد يكتف حسب طبيعة المشكل المدروس وأهداف الدراسة المهمة بقضايا الشباب كما أننا نجد أن تحديد من هو شاب يختلف من مجتمع إلى آخر حسب ثقافته.

<sup>1</sup> - محمد الفاتح حمدي ، استخدام الشباب الجزائري لوسائط الاتصال والإعلام الحديثة وانعكاساتها على قيمهم الثقافية والاجتماعية، مذكرة ماجستير، كلية الصحافة والإعلام، جامعة باتنة، الجزائر ص64.

<sup>2</sup> - ملكية هارون ، الاتصالات في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيا الحديثة للإعلام، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر3 ، 2005 ، ص33.

<sup>3</sup> - السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراة ، قسم الإعلام، جامعة الجزائر3، 2006، ص178

<sup>4</sup> .المرجع نفسه، ص 178

ويحدد الدكتور عبد الله بوجلال محمد مرحلة الشباب في ثلاث مراحل:

- 1- مرحلة الشباب الأولى وتقع ما بين 7 سنوات و15 سنة.
- 2- مرحلة الشباب الثانية وتقع ما بين 19 سنة و23 سنة.
- 3- مرحلة الشباب الثالثة وتقع بين 24 و29 سنة.<sup>1</sup>

ويمكن القول أن من ابرز المحاولات التي تناولت التحديد هو التحديد الذي قدمته الأمم المتحدة فيما يتعلق بمرحلة الشباب والذي كان ما بين 15 و24 سنة بأنهم شباب مع احترام تحديد الدول الأعضاء لهم وهناك بعض الدول التي تحصر أعمار الشباب بين 12 و35 سنة وذلك وفقا لتشريعاتها أو انطلاقا من مسؤولية الشباب الاقتصادية والاجتماعية وفي رأي بعض الباحثين فإن مرحلة الشباب تبدأ بعد سن البلوغ برغم عدم وجود سن محدد يتم فيه البلوغ الجنسي وعليه فهناك من يحدد بدايتها بسن الثالثة عشر وحتى سن الحادية والعشرين.

وهناك من يبدأ من سن الخامسة عشرة ويصلون بناهيتها عند الثلاثين وهناك من يورى أنها تغطي الفترة من سن السابعة عشرة حتى السابعة والعشرين.<sup>2</sup>

أما نصير بوعلي فيرى أن مرحلة الشباب ما بين 15 إلى 24 سنة لان الشباب يكونون فيها ناضجين أما مرحلة ما قبل 15 سنة فيكونون في سن المراهقة وبعد 24 سنة يكونون قد بدؤوا يفقدون الدينامية والحركية التي تميز الشباب.<sup>3</sup>

وانطلاقا من مجموعة الآراء حول تحديد مرحلة الشباب يتضح لنا أن مرحلة الشباب مرحلة غير واضحة وتتداخل مع مرحلة الطفولة ومرحلة الكهولة وهذا يعود إلى الاختلافات بين الأفراد فنحن نجد أطفالا بحويية الشباب وقدراتهم الفكرية ونجد شبابا بعقلية أطفال أو كهولا بعقلية شباب ولذلك تبقى مسألة تحديد مرحلة الشباب نسبية تخضع لاعتبارات الباحث وطبيعة الدراسة.

### المطلب الثالث: خصائص الشباب

إن مرحلة الشباب توصف بأوصاف كثيرة ومتعددة إلى حد التضارب من طرف الباحثين المهتمين نظرا لما تتميز به هذه المرحلة فالنسبة للبعض يرى أن هذه المرحلة هي مرحلة الخلق والإبداع والابتكار وفي نظر الآخرين هي مرحلة الشك والقلق والمشكلات الصعبة وهذه الأوصاف تختلف من بيئة إلى أخرى وكذا تباين الظروف

<sup>1</sup> - مليكة هارون، المرجع السابق، ص37.

<sup>2</sup> - علي ليلة، وآخرون، الشباب القطري، اهتماماته وقضاياها، مركز الوثائق والدراسات الشبانية، جامعة قطر، 1991، ص67.

<sup>3</sup> - السعيد بومعيرة، المرجع السابق، ص176.

الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والدينية للأسرة ولكن حسب الخبراء فان مرحلة الشباب هي مرحلة طويلة نسبيا فقد تتعدى العشر سنوات وذلك نجد أن الشباب في خصائصهم وملاحظهم الجسمية.<sup>1</sup>

وهنا يمكن أن نذكر بعض الخصائص التي أشار إليها العديد من الباحثين

1- النمو الجسمي: وهي مرحلة يتميز فيها الشباب بالسرعة وبعدم الانتظام كالزيادة في الطول وفي الوزن وعليه تبدأ ملامح الطفولة ثم يتغير فيزول تناسق الوجد وأخذ شكلا جديد وتسبب هذه المتغيرات المفاجئة في حساسية المراهق نحو جسمه.

2- الخصائص الجنسية: ويقصد هنا النمو الفيزيولوجي حيث تبدأ الخصائص الجنسية في الظهور التي تجعل الشباب قادرا على التناسل وتحدث أثرا عليه من حيث الحالة المزاجية والنفسية، وتظهر حاجاته الجنسية بإلحاح مع كل ما يصاحبها من توترات داخلية نتيجة الصراع بين المؤسسات التي تتيح له إشباعها وهل يشبعها عن طريق الزواج أو عن طريق آخر كل هذا يحدث صراعات يعاني منها الشباب وتتباين من حيث الشدة والعنف باختلاف المجتمعات والثقافات.

3- القدرات العقلية: هذه المرحلة تبلغ القدرات العقلية ذروتها وتصبح دقيقة في التعبير عن الميول و القدرة على التعبير اللفظي والقدرة العددية ومن هنا تبدأ الهوايات والمواهب الخاصة في الظهور ويصاحبها قوة التذكر والانتباه معتمدا على الفهم والاستنتاج ، وهي مرحلة تزيد فيها قوة النقد، ويتوقف الشاب عن تقبل الأفكار التي يقدمها له الكبار وإنما يفكر فيها ويناقشها.

4- عدم الاستقرار الانفعالي: تتجلى في مظاهر القلق والضيق ويصبح ثارا ومتمردا على الكبار ويكون مرهف الحس شديد الحساسية وتجده يتأثر بنقد الآخرين.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - السعيد بومعيزة ، المرجع السابق ، ص 179.

<sup>2</sup> - السعيد بومعيزة ، ص 179 بتصرف

## المبحث الثالث: التواصل الاجتماعي

### المطلب الأول: تعريف التواصل

لغة: " يقصد بالتواصل الإبلاغ والاطلاع والإخبار، أي نقل (خبر ما) من شخص لآخر، وإخباره به وإطلاعه عليه، ويعني التواصل إقامة علاقة مع شخص أو شيء ما كما يشير إلى فعل التواصل كما يعنى التبليغ أي توصيل معنى ما أو معلومات ما إلى شخص ما وإلى نتيجة ذلك الفعل كما يدل على الشيء الذي يتم تبليغه والوسائل التقنية التي يتم التواصل بفضلها."<sup>1</sup>

### اصطلاحا:

" نقل معلومات من مرسل إلى متلقي بواسطة قناة، بحيث يستلزم ذلك النقل من جهة وجود (شفرة- code) ومن جهة ثانية تحقيق عملتين اثنتين هما: ترميز المعلومات – encodage، وفك الترميز- décodage مع ضرورة عملية التواصل وكذا أشكال الاستجابة للرسائل والسياق الذي يحدث فيه التواصل."<sup>2</sup>

والتواصل هو الحركة التي بواسطتها توجد العلاقات الإنسانية وتتطور كما يحتوي كل رموز الذهن مع وسائل تبليغها عبر المكان والزمان، ويحتوي أيضا ملامح الوجه وهيئات الجسم والحركات ونبرة الصوت والكلمات والكتابات والمطبوعات وكل ما يشمله آخر ما تم من الاكتشاف في الزمان والمكان بما في ذلك الانترنت.

### المطلب الثاني: عناصر عملية التواصل

إن المتمعن في الاتصال كعملية مشاركة بين الأطراف، مفاده أن الاتصال لا ينتهي عند وصول الرسالة من المرسل إلى المتلقي، كما ينبغي الإشارة إلى أن هناك العديد من العوامل التي تأتي بين الرسالة والمتلقي لتحديد تأثير الاتصال، ومن جهة أخرى فإن المرسل والمتلقي عندما يكون بصدد الحديث عن موضوع معين فيما يعرف بالرسالة أو مجموعة من الرسائل لا يعني هذا الحديث يشمل فقط مدى معرفة كل منهما بموضوع الرسالة ولكن أيضا يشمل مجموعة من القيم والمعتقدات وكذا الانتماءات الاجتماعية والثقافية مما يثير لدى المتلقي ردود فعل معينة تجاه ما يتلقاه من معلومات ورسائل متنوعة، ويحدد أيضا مدى تأثيره بهذه المعلومات والآراء.

وفي هذا الصدد يمكن القول انه تطورت النماذج التي تشرح وتفسر وتحلل عملية الاتصال بعناصرها المختلفة فنجد أنه ظهر في البداية النموذج الخطي أو المباشر الذي يرى أن عناصر العملية الاتصالية هي: المرسل والرسالة والمستقبل، ولكن بعد ذلك جاءت دراسات أجريت في الأربعينيات من القرن الماضي وضحت وأبرزت ضعف نظرة ذلك النموذج وقضت على النظرية القائلة بأن لوسائل الإعلام تأثير مباشر على الجمهور وبرزت العديد من

<sup>1</sup> - نور الدين الملاخ، مفاهيم في التواصل، مقال منشور، دورية العدل والإحسان، الخميس 26 فيفري 2015، العدد 74 .

<sup>2</sup> - نور الدين الملاخ، المرجع نفسه .

النماذج والتي تطورت من الطبيعة الخطية إلى الطبيعة التفاعلية، والتي على ضوئها تتكون عملية الاتصال في ستة عناصر أساسية هي:

- 1- المصدر
- 2- الرسالة
- 3- الوسيلة
- 4- المتلقي
- 5- رجوع الصدى، رد الفعل
- 6- التأثير

وفيما يلي شرح موجز لهذه العناصر

#### 1- المصدر أو المرسل (source)

يتبن من اسمه انه منشأ الرسالة، وقد يكون هذا المنشأ فرديا أو عن طريق مجموعة من الأفراد وقد يكون مؤسسة أو شركة، ونجد المعظم أنه يستخدم المصدر أو المرسل بمعنى (القائم بالاتصال).

#### 2- الرسالة (message)

"وهي المعنى أو الفكرة أو المستوى الذي ينقله المصدر إلى المتنقل وتتضمن المعاني والأفكار والآراء التي تتعلق بموضوعات معينة، يتم التعبير عنها رمزيا سواء باللغة المنطوقة أو غير المنطوقة، وتتوقف فاعلية الاتصال على القيم المشتركة للموضوع واللغة المقدم بها من جهة أخرى تتوقف فاعلية الاتصال على الحجم الإجمالي للمعلومات المتضمنة في الرسالة ومستوى هذه المعلومات من البساطة والتعقيد"<sup>1</sup>.

#### 3- الوسيلة أو القناة: (Channel)

يمكن القول أنها الأداة التي عن طريقها أو من خلالها يتم نقل الرسائل إلى المستقبل وتختلف القناة باختلاف مستوى الاتصال فيها.

#### 4- المتلقي أو المستقبل (resever)

---

<sup>1</sup> - محمد جاسم لفحي الموسوي، عناصر عملية الاتصال والتواصل، مقال منشور في مدونة mass communication، 14 اوت 2010.

وهو الجمهور الذي يتلقى الرسالة الاتصالية أو الإعلامية ويتفاعل معها، ويتأثر بها وهو الهدف المقصود في عملية الاتصال، ولاشك أن فهم الجمهور وخصائصه وظروفه يلعب دورا مهما في إدراك معنى الرسالة ودرجة تأثيرها في عقلي ذلك الجمهور".<sup>1</sup>

#### 5- رجع الصدى أو رد الفعل FEED Back

يمكن القول أن رجع الصدى أو رد الفعل في العملية الاتصالية يتجه من المستقبل إلى المرسل في شكل عملية عكسية، وذلك لإبداء الرأي عن موقفه في مسألة ما ضمن الرسالة وبيان مدى استيعابه لها واستجابته أو رفضه لها، ونجد اليوم أن رجع الصدى مهم في تقويم عملية الاتصال حيث نجد الكثير من الإعلاميين مهتمين برجع الصدى من أجل معرفة مدى تأثير وصول الرسالة للمستقبل.

#### 6- التأثير effective

التأثير مسألة نسبية ومتفاوتة بين شخص وآخر وجماعة أخرى وذلك بعد تلقي الرسالة الاتصالية وفهمها وغالبا ما يكون تأثير وسائل الاتصال الجماهيري بطيئا وليس فوريا كما يعتقد البعض وقد يكون تأثير بعض الوسائل مؤقتا وليس دائما ومن هنا فإن التأثير هو الهدف النهائي الذي يسعى إليه المرسل وهو النتيجة التي يتوخى تحقيقها القائم بالاتصال، وتتم عملية التأثير على خطوتين الأولى هي تغيير التفكير والخطوة الثانية هي تغيير السلوك.<sup>2</sup>

#### المطلب الرابع: التواصل والانترنت

ويعتبر التطور في تكنولوجيا الاتصال في نهاية القرن الماضي وبداية القرن الحالي سبيلا أدى إلى خلق وسائل وأدوات إلكترونية حديثة استخدمت من أجل التواصل الاجتماعي سعت إلى إحداث تغيير كبير في علاقات الناس الاجتماعية وأشكال تفاعلهم وأساليب تواصلهم.

" وتأتي الانترنت في مقدمة هذه الوسائل دون منافس إذ عملت أكثر من أية وسيلة على إحداث تغيير في بنى العلاقات الاجتماعية بين الناس وطرق تواصلهم لا يعادلها سوى تلك التي أحدثتها الهاتف في مطلع القرن العشرين، وتلك التي أحدثتها التلفزيون مع مطلع الخمسينات والستينات، ويذهب احد الباحثين في تشبيهه لهذه القوة ابعده من ذلك، ليعادل بينها وبين التغييرات التي أحدثتها الحروف الهجائية (alphabets) في مسيرة المجتمع الإنساني".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - محمد جاسم فليحي الموسوي، المرجع نفسه.

<sup>2</sup> - محمد جاسم فليحي الموسوي، المرجع نفسه.

<sup>3</sup> - حلمي خضر ساري، تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية على المجتمع القطري)، مجلة جامعة دمشق، المجلد 24، العدد الأول + الثاني 2008، ص 297.

ولما ندخل بالحديث في هذا الصدد أي التواصل عبر شبكة الانترنت فإننا نرى أنفسنا دائما أمام صراع بين صنفين من الباحثين أولهما يرى أن الانترنت جعلت حياة الأفراد والمجتمعات أفضل بسبب تسهيل عمليات التواصل بسبب ما توفره من سرعة وأكثر من ذلك اختزالها المسافات الجغرافية والثقافية والمعرفية والسياسية بين الأفراد والمجتمعات، فأصبح الأفراد العاديين لديهم إمكانية التواصل مع المسؤولين في بلدنهم، وأصبحت الثقافات المختلفة على تواصل واطلاع فيما بينهم وبالتالي صار هناك نوع من التداخل والتزواج الثقافي والحضاري من خلال هذا التواصل لا محدود .

أما الفريق الآخر من الباحثين في هذا المجال فيرى بأن الانترنت ورغم ما لديها من إيجابيات إلا أنها أدت إلى تفتيت العلاقات الاجتماعية بين الأفراد محولة تلك القوة التي كانت في العلاقات ولاسيما الاجتماعية قديما إلى ضعف وجمود مرسخة في الوقت نفسه الاختلاف الثقافي والطبقي بين أفراد المجتمع الواحد، فما بالك ببقية المجتمعات

وبالتالي فان النقاش الذي يدور بين الباحثين غير محسوم، سواء في العالم الغربي أو في العالم العربي حول ما إن كانت الانترنت قد زادت فرص التواصل بين أفراد المجتمع بصفة خاصة وبين المجتمعات المختلفة في أشكال الحياة لديهم بشكل عام هذا من جهة أو أنها أدت إلى جمود وقضاء تام على العلاقات الاجتماعية والتواصل.

#### المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في التواصل

نجد الكثير من الظروف التي تؤثر في عمليات التواصل عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي المعروفة سواء كانت فيسبوك أو توتير أو يوتيوب أو غيرها من الشبكات الأخرى.

وإذا شئنا إبراز بعض العوامل المؤثرة في عملية التواصل في الجزائر فنحن نجد أن شبكة الانترنت تعد أكبر عامل مؤثر في عمليات التواصل بمختلف أنواعها لاسيما مؤخرا وهنا تجدر الإشارة إلى أن الجزائر تعاني كثيرا بدأ من ضعف في شبكة الانترنت إضافة إلى مشاكل الانقطاعات المتكررة التي تصيب هذه الشبكة الحيوية وأخرها انقطاع الخيط الذي يربط بين مرسيليا الفرنسية وولاية عنابة والذي يعتبر شريان رئيسي للتزويد بشبكة الانترنت وبالتالي فإن عدم الربط الجيد والمتقن والتحديث التقني للانترنت يؤدي تلقائيا إلى حدوث مشاكل في عمليات التواصل، وبغض النظر عن انقطاع الانترنت حسب ما سبق فإن ضعف الشبكة في حد ذاته يعتبر عاملا خطيرا في عرقلة عملية التواصل عن طريق شبكة التواصل الاجتماعي.

## المبحث الرابع: التفاعل الاجتماعي

### المطلب الأول: تعريف التفاعل الاجتماعي

تعددت الآراء حول تعريف التفاعل الاجتماعي سواء في علم الاجتماع أو في علم النفس وعلم النفس الاجتماعي وذلك راجع إلى اختلاف التخصصات وكذلك اختلاف وجهات النظر لدى الباحثين، حيث يعرف في:

أ- في علم الاجتماع: عند النظر إلى آراء علماء الاجتماع يبدو أن أبسط تعريف للتفاعل الاجتماعي " هو تأثير متبادل بين سلوك الأفراد والجماعات من خلال عملية الاتصال<sup>1</sup>، وفي هذا التعريف يظهر التركيز على عملية الاتصال باعتبارها الأساس في خلق التأثير وبالتالي التفاعل.

وهناك من ينظر للتفاعل الاجتماعي على اعتبار انه عملية مستمرة ومنظمة من الأفعال التي تخلق التبادل والتفاعل والاجتماعي، مثل هذا التعريف المطول والمفصل لعملية التفاعل الاجتماعي والذي يعرف: " التفاعل الاجتماعي هو عملية مستمرة ومنظمة من الأفعال بهدف إثارة رد فعل معين من جانب الطرف الآخر في التفاعل والذي يؤثر بدوره على الطرف الأول لعملية التفاعل فمثلا (أ) يؤثر في (ب) كي يشير فيه رد فعل معين، وبعد ذلك يشير رد الفعل نفسه فعلا آخر من جانب (أ) وبالتالي فإن التفاعل الاجتماعي هو نسق من الأفعال من جانب شخصين على الأقل أو جماعتين ما بين جماعتين أو ما بين جماعة وفرد، وبدون التفاعل الاجتماعي لا توجد حياة اجتماعية.<sup>2</sup>

ويعرف معتز خليل عمر التفاعل الاجتماعي بأنه "عملية التأثير أو الأخذ والعطاء بين فردين أو شخصين أو جماعتين، وقد يكون مباشر أي وجه لوجه وقد يحدث بشكل غير مباشر، أي عبر وسائل الإعلام المرئية والسمعية والمكتوبة والمقرؤة"<sup>3</sup>، ويظهر في هذا التعريف التركيز على أشكال التفاعل الاجتماعي وكذلك الإقرار بأن لوسائل الإعلام دور في التفاعل الاجتماعي بشكل غير مباشر.

ب- في علم النفس الاجتماعي: وضعت الكثير من التعريفات التفاعل الاجتماعي من قبل الباحثين والمختصين في علم النفس الاجتماعي، من بينهم وليم لامبرتولا لامبرت الذين يعرفون التفاعل الاجتماعي بأنه " العملية التي يؤثر بها الناس في بعضهم البعض من خلال التبادل المشترك للأفكار والمشاعر وردود الفعل"<sup>4</sup> و يظهر من خلال هذا التعريف التركيز على جوهر التفاعل الاجتماعي والمتمثل في تبادل المشاعر والعواطف في حين نجد ( ثيبو وكيلي) يعتبر "أن التفاعل الاجتماعي مجرد تبادل آلي للمثير والاستجابة، بين طرفي التفاعل الاجتماعي

<sup>1</sup> - احمد رأفت عبد الجواد، مبادئ علم الاجتماع، الطبعة الأولى، جامعة القاهرة، مكتبة نخضة الشرق، 1983، ص91.

<sup>2</sup> - جمال مجدي حسنين، سوسيولوجيا المجتمع، الطبعة الثانية، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، 2007، ص91.

<sup>3</sup> - رانيا محمد على قاسم، تأثير الكمبيوتر على العلاقات الاجتماعية للطفل، الطبعة الأولى، مركز الاسكندرية، للكتاب، 2009، ص:34.

<sup>4</sup> - رانيا محمد على قاسم، المرجع نفسه، ص:37.

الذي هو حسبهما العملية التي يستجيب فيها احد الأشخاص للآخر كمجموعة من المثيرات وهو نفسه يكون مثيرا لاستجابة الآخر".<sup>1</sup>

من خلال التعاريف السابقة يمكننا تعريف التفاعل الاجتماعي على انه عملية تأثير وتأثر من الاتصال المستمر، بين شخصين أو جماعتين أو بين شخص وجماعة سواء بطريقة مباشرة (وجه لوجه) أو بطريقة غير مباشرة (عن طريق وسائل الإعلام).

## المطلب الثاني: شروط التفاعل الاجتماعي ومستوياته

### شروط التفاعل الاجتماعي

هناك شروط خاصة لحدوث عملية التفاعل الاجتماعي وتمثل في:

- 1- الاتصال: حتى يحدث التفاعل الاجتماعي لابد من وجود الاتصال بين الأشخاص الداخليين في عملية التفاعل سواء كان هذا الاتصال رمزياً أي باستخدام اللغة أو مادياً باستخدام التعبيرات الجسمية.
- 2- التكيف: لكي تكون هناك عملية تفاعل يجب أن يتكيف الأفراد مع بعضهم البعض، وذلك حتى ينجح هذا التفاعل ويستمر بينهم.
- 3- الاستمرارية: حيث أن حدوث التفاعل لفترة زمنية محددة يعني استمرار عملية التأثير والتأثر بين الأشخاص المتفاعلين لفترة معينة، حتى يمكن تسمية هذه العملية بالتفاعل الاجتماعي.
- 4- المواجهة: وتعني أن تكون العلاقة مباشرة بين الشخصين المتفاعلين أو بين الأشخاص المتفاعلين وان يتم هذا التبادل وجهاً لوجه غير انه يوجد اختلاف بين علماء النفس حول شرط المواجهة لحدوث عملية التفاعل ذلك أن بعضهم يرى أن التفاعل الاجتماعي يمكن أن يحدث في وجود المثيرات والاستجابات غير المباشرة بمعنى انه لا يشترط أن يتم التفاعل وجهاً لوجه، بل من الممكن أن يتم التفاعل عبر وسائل الإعلام المختلفة كالهاتف والانترنت.<sup>2</sup>

### مستويات التفاعل الاجتماعي:

يعيش الإنسان في بيئة اجتماعية لذا يجب عليه أن يضع في حساباته قوى هذه البيئة أثناء عملية التفاعل الاجتماعي وذلك لأنه يؤثر ويتأثر بهذه البيئة المحيطة به وثمة مستويات للتفاعل الاجتماعي

- 1- التفاعل بين الأفراد: يعتبر التفاعل الاجتماعي كتفاعل الزوج مع زوجته والأم مع طفلها والصديق مع صديقه حيث يسلك كل واحد منهم سلوكاً معيناً، واضعاً في اعتباره الآخر وتأثيره عليه.

<sup>1</sup> - المرجع نفسه ، ص38.

<sup>2</sup> - رانيا محمد علي، المرجع السابق، ص، 39.

2- التفاعل بين الأفراد والجماعات: وهذا هو المستوى الثاني للتفاعل الاجتماعي ويبدو جليا في التفاعل الرئيس مع المرؤوسين والإمام وجماعة المصلين والمدرّب والفريق وكل واحد من هؤلاء يؤثر في تابعة كما أنهم يؤثرون فيه.

3- التفاعل بين الأفراد والثقافة: المستوى الثالث يشير لفظ "ثقافة" إلى العادات والتقاليد والقوانين والمعتقدات وطرائق التفكير والفعل والعلاقات غير الشخصية التي تظهر في المجتمع، وعليه فإن التفاعل بين الفرد والثقافة هو في الحقيقة تفاعل بين الفرد والمجتمع لان الثقافة ماثلة في المجتمع.

4- التفاعل بين الأفراد ووسائل الإعلام والاتصال: ويعتبر التفاعل بين الأفراد والثقافة من أكثر المستويات استفادة من هذا المستوى رغم أن هذا المستوى أصبح في الوقت الحالي يساعد على تحقيق كل المستويات السابقة حيث انه من خلال الانترنت مثلا يمكن تحقيق التفاعل بين الأفراد بواسطة البريد الالكتروني ومواقع الشبكات الاجتماعية، حيث يمكن الحصول على التفاعل بين الأفراد والجماعات من خلال هذه الشبكات وعموما فإن وسائل الإعلام ترفع من درجة التفاعل بين الفرد والثقافة.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: أشكال التفاعل الاجتماعي

يتجسد التفاعل الاجتماعي في العديد من المظاهر أو الأشكال من بينها:

1- التعاون: وهو العامل المشترك والمتسم بالاستمرار بين فردين أو أكثر بفرض تحقيق هدف متفق عليه، أو انجاز عمل مشترك ويعد التعاون من أهم صور التفاعل الاجتماعي لذا اهتم الكثير من علماء الاجتماع بدراسته ومنهم روبرت نست الذي ميز بين أربعة أنواع من التعاون كما يلي:

- التعاون الثقافي العضوي: كمساعدة احد الأشخاص مسن من اجل النزول من الحافلة.
- التعاون الموجه: وهذا التعاون يتم بواسطة توجيه شخص مسؤول وله سلطة معينة، مثل أن يوجه الأب الأبناء لتنظيف حديقة المنزل.
- التعاون الاتفاقي والتعاوني: كأن يتفق الإخوة والأخوات على إحضار هدية لأخيهم الصغير في عيد ميلاده.<sup>2</sup>

2- التنافس: ويعد التنافس شكلا من أشكال التفاعل الاجتماعي فنجد عملية المنافسة تقوم على تطلع شخصان أو أكثر أو جماعات إلى الوصول إلى الهدف ولكن في هذه العملية كل طرف يحاول أن يحقق الهدف قبل الآخر، لان عملية المنافسة لا يكون فيها إلا فائز واحد، والمنافسة ليست النقيض لعملية التعاون لكونها تشمل بعض درجات التعاون التي تتمثل في تعاون المتنافسين في اللعب معا وخضوعهم للقوانين التي تحكم اللعبة غير انه في بعض الأحيان يكون للمنافسة نتائج مؤذية لأحد الطرفين مع أنها غير مقصودة كتعرض احد أطراف

<sup>1</sup> - غريب محمد سيد أحمد، المرجع السابق، ص: 176، 177.

<sup>2</sup> - رانيا محمد علي قاسم، المرجع السابق، ص: 44.

المنافسة إلى حالات من الصراع النفسي أو العقلي نتيجة فوزه أو عدم فوزه في المنافسة وهذا ما يؤدي إلى ارتفاع مستوى القلق أو الاكتئاب وعدم الود والصراع.<sup>1</sup>

3- الصراع: وهو عبارة عن تفاعل اجتماعي بمعنى المقاومة للحصول على نفس الأشياء والخدمات وينتج الصراع داخل الجماعة أو بين الجماعات عادة نتيجة تراضي في الاتصال بين الأفراد والجماعات، لان الاتصال هو الذي يوثق أواصر التعاون والتفاهم، وينظر إلى عملية الصراع على أنها من العمليات السلبية للتفاعل الاجتماعي لأنه في حالة وجود قوانين غير متكافئة يكون النصر للأقوى والخضوع يكتسب للأضعف، ورغم ذلك فإن الصراع قد يصبح عملية ايجابية للتفاعل الاجتماعي في حالة وجود قوانين متكافئة لان صراعهما ينتهي عادة بالتعاون بينهما.

إلى جانب هذه الأشكال أو العمليات المجسدة للتفاعل الاجتماعي، والتي تعتبر أساسية هناك من الباحثين والمختصين من يضيف مجموعة أخرى من أشكال التفاعل الاجتماعي كالصدقة وما يميزها ما حميمة والمشاركة التي تمثل روح الجماعة، وكذلك التسابق الذي يحمل في جوهره الصراع إضافة إلى العدوان والذي يعتبر من أكثر أشكال التفاعل الاجتماعي سلبية، باعتباره يغذي القلق والتوتر بين الأفراد والجماعات ويحرمهم من الاستقرار.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - رانيا محمد علي قاسم، المرجع السابق، ص:48.

<sup>2</sup> - غريب محمد سيد احمد، المرجع السابق، ص:180-181.

## المبحث الخامس: المجتمع الافتراضي

### المطلب الأول: تعريف المجتمع الافتراضي

إن العالم الذي توجد فيه شبكة الانترنت بمختلف خدماتها وتعدد أشكال الاتصال بها أدى إلى خلق عالم جديد يصطلح عليه بالمجتمع الافتراضي والذي يجعله الباحثون عالما موازيا للعالم الواقعي، وفي هذا المجتمع الافتراضي نجد تجمعات اجتماعية بشتى أنواعها، وقبل أن نعرف المجتمع الافتراضي لابد من تعريف المجتمع المحلي كون المجتمع الافتراضي هو امتداد له. هنا نجد أن جورج هيليري يعرف المجتمع المحلي بأنه " عبارة عن مجموعة من الناس يشتركون في تفاعل اجتماعي وبعض الروابط المشتركة بينهم ويشتركون في مساحة ما، على الأقل لبعض الوقت فهناك بصفة عامة أربعة عناصر أساسية لتكوين المجتمع المحلي وهي الجماعة والتفاعل والروابط والمكان والزمان.<sup>1</sup>

يعرف محمد منير حجاب المجتمع الافتراضي في معجمه الإعلامي بأنه " مجتمع يتكون من أشخاص متباعدين جغرافيا، ولكن الاتصال والتواصل بينهم يتم عبر الشبكات الالكترونية وينتج بينهم لذلك نوع من الإحساس بالولاء والمشاركة<sup>2</sup>، وعرف هاورد راينغولد في كتابه عن المجتمع الافتراضي بأنه تجمعات اجتماعية تنشأ من الشبكة حيث يستمر أناس بعدد كاف في مناقشتهم علنيا لوقت كاف من الزمن بمشاعر إنسانية كافية لتشكيل شبكات من العلاقات الشخصية في الفضاء السايبري<sup>3</sup>.

وهناك من يعرفه على انه " جماعات تشكلت اثر الثورة المعلوماتية التي أتاحت الفرصة إلى تقليص التباعد الجغرافي مما أتاحت الفرصة للاتصال بين أفراد يقعون عبر مسافات متباعدة يجمع بين أفرادها نوع من الإحساس بالولاء والمشاركة"<sup>4</sup>.

### المطلب الثاني: خصائص المجتمع الافتراضي

يمكن تلخيص سمات وخصائص المجتمعات الافتراضية بما يلي:

- الغرض المشترك بين الأعضاء.
- مشاعر مشتركة بمعنى تكرار الأنشطة والحماس والمتبادل.
- الوصول إلى الموارد المشتركة وتوفير سياسات وقوانين للوصول إلى هذه الموارد.
- توفر المعلومات وإتاحتها للجميع وتوفير خاصة الدعم والخدمات بين الأعضاء .

<sup>1</sup> - علي محمد رحومة، تنمية المجتمعات الافتراضية عوامل نجاح جديدة للتطوير الشبكي التكنولوجي الاجتماعي، مركز بحوث النقط سابقا، 2010، ص 3

<sup>2</sup> - محمد منير حجاب ، المعجم الإعلامي، دار الفجر ، القاهرة، 2004، ص470.

<sup>3</sup> - علي محمد رحومة، المرجع السابق ، ص4.

<sup>4</sup> - بلمولاي، بدر الدين ، المرجع السابق ، ص105.

- يعتبر إطار مشترك للتقاليد الاجتماعية واللغة.
- العضويات التطوعية والإسهامات المختلفة لدعم المجتمع.
- الوعي بحدود العضوية وهوية الجماعة.
- المعايير المبدئية للاشتراك في المجتمع المعني.

ويمكن أن تختلف وجهات النظر بشأن هذه الخصائص حسب الحق المعرفي المعني، ومدى تركيز بعضها ودرجة أهميتها في مجال دون آخر.

وكذا نتيجة مدى اشتراك أفراد المجتمع في النظام التكنولوجي كالبرمجيات والبروتوكولات وأنظمة التشغيل وغيرها والتي بلا شك لها تأثير على المستخدم وطريقة تعامله مع الآخرين.<sup>1</sup>

**المطلب الثالث: مستقبل العلاقات الاجتماعية التقليدية في ظل العلاقات الافتراضية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية:**

ينظر الكثير من الدارسين في مجال استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال أن هناك القدرة على تأثر الروابط الاجتماعية بين الأفراد، بسبب بروز قنوات حديثة جدا للاتصال التي غيرت التواصل ضمن المجتمع بشكل كبير جدا بعد أن جعلت من الحضور الحقيقي والتقارب الجغرافي والتماثل الثقافي أمرا لا يشترط توفره لإقامة العلاقات التواصلية حيث نجد أن الأفراد ضمن بيئة افتراضية تمكنهم من الاتصال بغيرهم دون قيود، ومع تزايد الاعتماد على هذه الفضاءات ظهرت استفسارات عديدة حول ما إذا كان انتشار العلاقات الافتراضية عبر الانترنت ستؤثر سلبا على العلاقات الاجتماعية التقليدية أم أنها ستساهم في تقويتها وفي هذا الإطار ظهر اتجاهين متعلقين برؤية مستقبل العلاقات الاجتماعية في ظل العلاقات الافتراضية.

**الاتجاه الأول:** يرى أن الاتصال عبر الانترنت يدعم العلاقات الاجتماعية من خلال تقديم الدعم والمساندة والمعلومات والشعور بالانتماء و أن الكمبيوتر يدعم الشبكات الاجتماعية من خلال خدمة الايميل والدرشة... الخ وغيرها وهو اتجاه ايجابي نحو العلاقات الافتراضية في دعم مستقبل العلاقات الاجتماعية.

**الاتجاه الثاني:** يرى أن الاتصال عبر الانترنت يؤثر سلبا على العلاقات الاجتماعية من خلق عزلة للأفراد وتفكيك العلاقات بين الأفراد في المجتمع فالأفراد أصبحوا يقضون وقتا طويلا في التعامل مع الكمبيوتر والانترنت وهذا يستدعي الحاجة إلى العزلة في فترة الاستخدام وهذا يؤدي إلى خلق حالة من العزلة الاجتماعية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>- بدر الدين بلمولاي، المرجع السابق، ص ص 105-106، بتصرف.

<sup>2</sup>- مريم نوريمان نومار، المرجع السابق، ص ص: 104-108، بتصرف.

## المطلب الرابع: ايجابيات وسلبيات المجتمع الافتراضي

### 1- الايجابيات

- التطوير: نجد أن المجتمعات الافتراضية تقوم بتطوير العديد من المجالات كالتعليم والاتصالات والترفيه والتجارة والتسويق... الخ
- الانفتاح : يعتبر الانضمام إلى المجتمعات الافتراضية أداة للتعرف على أفراد آخرين من ثقافات وحضارات أخرى، وهذا يمكن من التعرف على تقاليد وعادات مختلف الشعوب .
- الاختصار: أي اختصار الوقت والمسافات وحتى التكاليف نتيجة سرعة الاتصالات وزهد تكلفتها.
- تعدد المراكز وتبادلها: تتسم التفاعلات الاجتماعية على المستوى الافتراضي بتعددية المراكز وتبادلها فلا توجد سلطة مركزية توجه الحديث وبالتالي فكل فرد يستطيع أن يكون مركز الجماعة ويمكن لكل فرد أن يقود الحوار وهذا ما يسمح بالحرية في المناقشات المختلفة.<sup>1</sup>

### 2- السلبيات

- الانقطاع: يعتبر فضاء العلاقات الافتراضية سببا في انقطاع العلاقة مع الأصدقاء والأسرة، وهذا يحصل خاصة للأفراد الذين تزيد تفاعلاتهم الافتراضية عن الواقعية.
- الإخفاء: تعتبر العلاقات الاجتماعية تجمعات مخفية مجهولة الهوية إلا القليل منها فلا يستطيع الفرد التعرف على من يتحدث معهم في العالم الافتراضي، بسبب تعدد الهويات وتزييفها .
- التفكك: إن الواقع الافتراضي سبب مشاكل كثيرة منها تفكك العلاقات الواقعية بين الأفراد وشكل نوع جديد من العلاقات الاجتماعية على المستوى الافتراضي.
- التمرد: أصبح الفضاء الافتراضي مكانا جديدا للتمرد والحركات التحررية فالفرد يستطيع أن يقول ما يشاء ضمن هذا الفضاء وهذا يساعد في الاتفاق على الثورات أو التظاهرات.
- الفردية: لقد أدى المجتمع الافتراضي إلى الفردية والانعزال عن المحيط الاجتماعي فالفرد المنحرف في المجتمع الافتراضي بالرغم من تشكيله لجماعة افتراضية إلا أنه لا يعوض الجماعة في الواقع وهذا ما يخلق الاغتراب.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - بلمولاي بدر الدين، المرجع السابق، ص110، بتصرف.

<sup>2</sup> - بلمولاي بدر الدين، المرجع السابق، ص111، بتصرف.

الفصل الرابع

الأول عشرة المبدأية

## المبحث الأول : البيانات الشخصية

### مجتمع البحث وخصائصه :

- جدول رقم 01: توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس .

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الجنس
60%	60	ذكر
40%	40	أنثى
100%	100	المجموع

يوضح هذا الجدول التوزيع المتحصل عليه لأفراد العينة بناءً على عامل الجنس، حيث نلاحظ نوعاً من التقارب بين أفراد العينة مع تفوق العنصر الذكري الذي يقدر ب: 60 عنصراً ونسبة 60% في حين يقدر عدد العنصر النسوي ب 40 مفردة ونسبة 40%.

- جدول رقم 02: توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئة العمرية.

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الفئة العمرية
39%	39	من 18-24
27%	27	من 24-30
18%	18	من 30-36
16%	16	36 فأكثر
100%	100	المجموع

يبين الجدول توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية، نجد أن الفئة الأكبر من المبحوثين تتراوح أعمارهم بين 18 و 24 سنة وقد قدرت نسبتهم ب: 39%، في حين نجد أن المبحوثين الذي تتراوح أعمارهم ما بين 24 و 30 سنة يحلون في المركز الثاني وبنسبة 27%، أما الفئة الثالثة فتتراوح أعمارهم ما بين 30 و 36 سنة وبنسبة 18%، ونجد النسبة القليلة المتبقية 16% تعبر عن أفراد العينة الذين تزيد أعمارهم عن 36 سنة.

- الجدول رقم 03: توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية .

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الحالة الاجتماعية
46%	46	أعزب
27%	27	عزباء
14%	14	متزوج
13%	13	متزوجة
100%	100	المجموع

يوضح هذا الجدول توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية، ونجد أن معظم أفراد العينة هم عزب، حيث قدرت نسبة الذكور العزب ب:46%، بينما مثلتها من الإناث العازبات قدرت ب:27% في حين نجد أن ما نسبته 14% من الذكور متزوجون، ولا يختلف الحال كثيرا بالنسبة للإناث إذ نجد أن ما نسبته 13% من الإناث متزوجات.

- الجدول 04: توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي .

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة المستوى التعليمي
12%	12	متوسط
26%	26	ثانوي
50%	50	جامعي
12%	12	دراسات عليا
100%	100	المجموع

يظهر لنا الجدول توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي، وما نلاحظه أن نصف المبحوثين 50% لديهم مستوى جامعي، في حين نجد أن نسبته 26% من أفراد العينة لديهم المستوى الثانوي، ونجد أن ما نسبته 12% من أفراد العينة لديهم مستوى دراسات عليا، ونفس النسبة أي 12% نجدها لدى المستوى المتوسط .

- جدول رقم 05: توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة .

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الوظيفة
%60	60	عامل
%19	19	دون عمل
%32	32	طالب
%100	100	المجموع

يبين هذا الجدول توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوظيفة وفي هذا الإطار نجد أن نصف أفراد العينة (49%) عاملون في مختلف المستويات أما الفئة المتبقية من أفراد العينة والمقدرة ب(19%) لا يمارسون أي عمل، كما نجد أن ما نسبته 32% من المبحوثين طلاب.

المبحث الثاني: دوافع، عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري للفايسبوك.

الجدول رقم: 01 أهم الشبكات الاجتماعية المفضلة لدى أفراد العينة .

مجموع التكرارات	ذكر								أنثى								المتغيرات الاسمية الخيارات	
	24-18		30-24		36-30		36 فأكثر		24-18		30-24		36-30		36 فأكثر			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
53.76	100	4.83	9	3.76	7	4.83	9	6.98	13	4.3	08	5.37	10	8.6	16	15.05	28	فايسبوك
7.52	14	0.53	1	0.53	1	0.53	1	1.61	3	0.53	1	0	0	1.07	2	2.68	5	تويتر
27.95	52	2.68	5	1.61	3	2.68	5	3.76	7	1.61	3	1.07	2	5.37	10	9.13	17	يوتيوب
3.22	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0.53	1	0	0	2.15	4	0.53	1	غوغل بلس
7.52	14	0	0	0.53	1	0.53	1	1.07	2	0.53	1	0	0	2.68	5	2.15	4	انستاغرام
100%	186																	

يوضح الجدول رقم (01) أكثر الشبكات الاجتماعية تفضيلا لدى أفراد العينة، حيث نجد أن أكثر من نصف العينة بقليل والمقدرة نسبتهم ب: 53.76% يفضلون موقع فايسبوك عن غيره في الشبكات الاجتماعية وهذا ما يبرر إتساع رقعة إستخدام فايسبوك بين أوساط الشباب الجزائري و قدرة هذا الأخير على تحقيق الكثير من الرغبات و الحاجات النفسية و الاجتماعية وتسهيله للعديد من الأشياء، ثم يأتي في المركز الثاني موقع يوتيوب والذي يفضلته مجموعة من أفراد العينة تقدر ب: 27.95% ثم نجد في المركز الثالث تفضيل أفراد العينة لموقعي تويتر بسنة 7.52% وانستاغرام بنفس النسبة 7.52% وفي الأخير نجد القلة القليلة المتبقية من أفراد العينة والمقدرة ب: 3.22%

تميل إلى تفضيل موقع غوغل بلس.

الجدول رقم 02: أقدمية الشباب الجزائري في استخدام فايسبوك.

يظهر لنا الجدول رقم 02 ما يمكن أن نصفه بأقدمية أفراد العينة في استخدام الفايسبوك، أي منذ متى بدأ الشباب الجزائري في استخدام فايسبوك، حيث نجد أن أكثر من نصف أفراد العينة المبحوثة والمقدرة نسبتهم بـ 55.88% إستخدمو فايسبوك لأول مرة منذ أكثر من ثلاث سنوات وهذا راجع إلى تنوع أدوار فايسبوك وتعدد خدماته مما جعله

مجموع التكرارات	أنثى								ذكر								المتغيرات الاسمية	
	36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الخيارات
15.68	16	3.92	4	0	0	3.92	4	1.96	2	0.98	1	0.98	1	0.98	1	2.94	3	اقل من سنة
28.43	29	4.9	5	3.92	4	0.98	1	4.90	5	0.98	1	3.92	4	2.94	3	5.88	6	من سنة إلى سنتين
55.88	57	0.98	1	3.92	4	5.88	6	5.88	6	2.94	3	4.90	5	12.7	13	18.62	19	أكثر من ثلاث سنوات
														4				
%100	102																	

يستميل العديد من الشباب الجزائري، ثم نجد الفئة الثانية والمقدرة بـ 28.43% بدؤوا في إستخدام فايسبوك منذ ما يقارب السنة إلى سنتين، في حين الفئة الأخيرة المتبقية بدأت في استخدام فايسبوك منذ أقل من سنة وتقدر نسبتهم بـ 15.68%.

جدول رقم 03: عدد الحسابات التي يمتلكها أفراد العينة في مواقع الشبكات الاجتماعية.

مجموع التكرارات	أنثى	ذكر	المتغيرات الاسمية
-----------------	------	-----	-------------------

		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		الخيارات		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	لا أملك	فيسبوك
14.43	71	2.02	10	1.61	8	2.02	10	1.81	9	0.6	3	0.80	4	2.02	10	3.4	17	ح1		
5.25	26	0	0	0	0	0.4	2	0.8	4	0.4	2	1.21	6	0.8	4	1.61	8	ح2		
1.01	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0.4	2	أكثر		
14.43	71	2.02	10	1.21	6	1.41	7	1.81	9	0.4	2	1.61	8	2.62	13	3.23	16	لا أملك	تويتر	
5.45	27	0	0	0.2	1	0.8	4	0.8	4	0.2	1	0.20	1	0.8	4	2	12	ح1		
0.6	3	0	0	0.2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.4	2	ح2		
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أكثر		
14.74	73	1.61	8	1.61	8	2.22	11	2.22	11	0.4	2	1.21	6	2.22	11	3.23	16	لا أملك	يوتيوب	
4.24	21	0.4	2	0	0	0	0	0.4	2	0.4	2	0.40	2	0.8	4	1.81	9	ح1		
0.6	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0.22	1	0.20	1	0	0	0.2	1	ح2		
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أكثر		
17.17	85	1.81	9	1.61	8	2.22	11	2.22	11	0.4	2	0.61	8	2.62	13	4.64	23	لا أملك	غوغل بلاس	
2.82	14	0.20	1	0	0	0	0	0.4	2	0.20	1	0.40	2	0.6	3	0.01	5	ح1		
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ح2		

0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أكثر	
14.34	71	0.81	9	1.01	5	1.61	8	1.81	9	0.6	3	1.41	7	2.22	11	3.83	19	لا املك	انستاغرا م
مجموع التكرارات		أنثى								ذكر								المتغيرات الاسمية	
4.24	21	0.2	1	0.4	2	0.6	3	0.8	4	0	0	0.20	1	1.01	5	1.01	5	ح1	
0.8	4	0	0	0.2	1	0	0	0	0	0.2	1	0.20	1	0	0	0.2	1	ح2	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أكثر	
%100	495																		

يظهر من خلال الجدول الموضح أعلاه عدد الحسابات التي يملكها أفراد العينة المبحوثة في مواقع الشبكات الاجتماعية، بفحص نتائج الجدول يتبين لنا أن 14.34% من أفراد العينة المبحوثة يملكون حساب واحد في الفايسبوك، كما نجد 5.25% من المبحوثين لديهم حسابين في الفايسبوك في حين نجد أن 1.01% من المبحوثين يملكون أكثر من حسابين ويعود هذا الاستخدام الواسع للفايسبوك في أوساط الشباب الجزائري إلى سهولة الاستخدام في هذا الموقع و توفره على العديد من التطبيقات كحرية الإشهار وعدم التقيد في الكتابة مثل التويتر الذي لا يدعم كلا من هذه التطبيقات وهذا ما يجعله محل اهتمام الكثير من الشباب وهذا لتحقيقه لكثير من الرغبات والحاجات النفسية والاجتماعية.

بينما صرح 5.45% من أفراد العينة المبحوثة بأنهم يملكون حساب واحد في التويتر و 4.25% يملكون حساب واحد في يوتيوب والانستاجرام، كما أجاب 2.82% من المبحوثين بأنهم يملكون حساب في غوغل بلس، والجدير بالذكر إن جميع الأفراد العينة المبحوثة يملكون على الأقل حساب واحد في الفايسبوك، أما باقي الشبكات الاجتماعية الأخرى نجد أن 14% من المبحوثين لا يملكون حساب في مواقع الشبكات الاجتماعية تويتير، يوتيوب، الانستاجرام، وأجاب 17.17% من المبحوثين بأنهم لا يملكون حساب في غوغل بلس.

- الجدول رقم 04: المعلومات التي يضعها أفراد العينة في حسابهم على فايسبوك.

		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
69	69	4	4	3	3	6	6	9	9	5	5	7	7	10	10	25	25	معلومات شخصية
مجموع التكرارات		4		3		6		9		5		7		10		25		التفويض الاسمية
31	31	4	36 فأكثر	5	36-30	5	30-24	4	24-18	3	36 فأكثر	3	36-30	6	30-24	4	24-18	معلومات مزيفة
%100	100																	

يبين الجدول رقم 04 نوعية المعلومات التي يضعها أفراد العينة في حساباتهم على فيسبوك ما إذا كانت معلومات شخصية صحيحة أو معلومات مزيفة، حيث صرح أزيد من نصف أفراد العينة المبحوثة و المقدرة نسبتهم ب: 69% بأن المعلومات الواردة في حساباتهم على فيسبوك هي معلومات شخصية صحيحة، وذلك للإبتعاد عن العلاقات المشبوهة و المحافظة على السمعة الشخصية أو لسهولة التعرف عليهم من طرف الآخرين، أما بقية المبحوثين والمقدرة نسبتهم ب: 31% فقالوا أنهم يضعون معلومات مزيفة على حساباتهم في فيسبوك، وهذا من أجل سهولة التواصل وإقامة علاقات افتراضية مع الآخرين أو مع الجنس الأخر، أو لتجنب الأشخاص الذين يعرفونهم و التحرر من القيود الاجتماعية و الأخلاقية و الدينية.

-الجدول رقم 05: دوافع تفضيل أفراد العينة وضع بيانات حقيقية على فيسبوك .

الخيارات		ت		%		ت		%		ت		%		ت		%		ت			
للمحافظة على السمعة الشخصية		16	11.85	5	3.7	2	1.48	2	1.48	3	2.22	4	2.96	2	1.48	0	0	34	25.18		
سهولة التعرف علي من طرف الآخرين		12	8.88	5	3.7	3	2.22	2	1.48	5	3.7	1	0.74	1	0.74	2	1.48	31	22.96		
لكي أحافظ علمصداقتي بين		14	10.37	5	3.7	3	2.22	4	2.96	1	0.74	3	2.22	1	0.74	4	2.96	35	25.92		
المتغير الآخر الانسمية		ذكر										أنثى									
للابتعاد عن العلاقات الغير لائمه		11	8.14	6	4.44	2	1.48	1	0.74	5	3.70	4	2.96	4	2.96	2	1.48	35	25.92		
سهولة التواصل مع		1	1.78	4	7.14	1	1.78	1	1.78	2	3.57	3	5.35	2	3.57	2	3.57	1600	120%		

يوضح لنا الجدول رقم 05 الأسباب الكامنة وراء تفضيل أفراد العينة وضع بيانات حقيقية في حساباتهم على فايسبوك، إذ نجد نوعاً من التقارب في تفضيلاتهم، حيث يرى ما نسبتهم 25.92% من أفراد العينة أن السبب الرئيسي الذي يدفعهم لوضع بيانات شخصية صحيحة على فايسبوك هو المحافظة على مصداقيتهم بين الآخرين، وترى مجموعة أخرى تقدر بنفس النسبة أي 25.92% أن الابتعاد عن العلاقات المشبوهة هو ما يدفعهم لوضع بيانات شخصية صحيحة في حسابهم كما نجد 25.18% من أفراد العينة يعتبرون وضع بيانات شخصية صحيحة يؤدي إلى المحافظة على سمعتهم الشخصية، أما ما تبقى من المبحوثين ونسبتهم 22.96% فيرون أنه بوضعهم معلومات شخصية

																		الآخرين
17.8	10	1.78	1	0	0	3.57	2	3.57	2	0	0	1.78	1	5.35	3	1.78	1	للتحرر من القيود الاجتماعية والأخلاقية ...
25	14	0	0	3.57	2	7.14	4	5.35	3	0	0	5.35	3	1.78	1	1.78	1	لتجنب الأشخاص الذين يعرفونني
25	14	1.78	1	3.57	2	3.57	2	3.57	2	0	0	3.57	2	5.35	3	3.57	2	للهرب من الرقابة الاجتماعية
3.75	2	0	0	0	0	0	0	1.78	1	0	0	0	0	0	0	1.78	1	لسهولة إقامة علاقات افتراضية مع الآخرين أو مع الجنس الآخر
%100	56																	

صحيحة فهم يسهلون على الآخرين التعرف عليهم خاصة بالنسبة لمن يعرفونهم في الواقع.

#### الجدول رقم 06: دوافع تفضيل أفراد العينة وضع بيانات مزيفة في حسابهم على فايسبوك.

يظهر من خلال الجدول الموضح أعلاه، أن أكبر نسبة من أفراد العينة المبحوثين والمقدرة بـ 28.7% يفضلون وضع بيانات مزيفة على فايسبوك ويعود ذلك إلى سهولة التواصل مع الآخرين، بينما صرح ربع المبحوثين أي ما نسبته 25% من أفراد العينة أن أسباب تفضيلهم لوضع المعلومات مزيفة راجع إلى الرغبة في تجنب الأشخاص الذين يعرفونهم والهروب من الرقابة الاجتماعية، في حين قد برر 17.8% أنهم يضعون معلومات مزيفة وذلك من أجل التحرر من القيود الاجتماعية والأخلاقية و الدينية ، كما أجاب 3.57% من أفراد العينة المبحوثة أنهم يضعون بيانات مزيفة رغبة في تسهيل إقامة علاقات افتراضية مع الآخرين أو الجنس الآخر.

الجدول رقم: 07 الأوقات المفضلة لدى أفراد العينة لاستخدام فايسبوك .

مجموع التكرارات	طالب								دون عمل								عامل				المتغيرات الاسمية الخيارات					
	36 فأكثر		-30 36		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30			30-24		24-18		
%	ت	%	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
8.21	12	0	0	0	0	0.68	1	2.05	3	0.68	1	0	0	0.68	1	0.68	1	1.36	2	1.36	2	0	0	0.68	1	لا يوجد وقت

48.36	71	0	0	0	0	2.73	4	11.6	17	0	0	1.36	2	2.73	4	2.05	3	6.84	10	7.53	11	8.90	1	4.79	7	استخدامها في وقت الفراغ	
13.01	19	0	0	0	0	1.36	2	2.73	4	0	0	0	0	1.36	2	0	0	2.05	3	2.05	3	1.36	2	2.05	3	استخدامها في وقت الحاجة	
1.36	2	0	0	0	0	0.68	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.68	1	0	0	0	0	0	0	ص	
8.90	13	0	0	0	0	1.36	2	4.10	6	0	0	0	0	0.68	1	0.68	1	0	0	0.68	1	1.36	2	0	0	م	
19.86	29	0	0	0	0	0.68	1	6.16	9	0	0	1.36	2	2.73	4	2.05	3	2.73	4	2.05	3	1.36	2	0.68	1	ل	
100%	146																										

يظهر من خلال الجدول الموضح أعلاه الأوقات المفضلة لاستخدام فايسبوك، بفحص نتائج الجدول يتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة يفضلون استخدام الفايسبوك في وقت الفراغ وذلك بنسبة 48.63%، كما صرح ما يناهز خمس المبحوثين أي ما نسبته 30.12% بأنه يخصص وقتا معيناً وهي مقسمة على ثلاث فترات، حيث نجد أن أغلبية المبحوثين يفضلون استخدام الفايسبوك ليلاً وذلك بنسبة 19.86%، في حين يفضل 8.90% منهم استخدامه مساءً، و1.36% صباحاً ويبدو هذا الترتيب منطقياً حيث نجد أن الفترة الليلية والفترة المسائية هي الأوقات التي يتفرغ فيها أغلب الأشخاص للانترنت ضف إلى ذلك أن الانترنت تتيح فرصة اختيار الوقت المناسب للإستخدام عكس بقية الوسائل الإعلامية الأخرى، بينما يفضل 13.10% من المبحوثين استخدام فايسبوك في وقت الحاجة، وذلك للاتصال أو التواصل مع أشخاص آخرين أو لتحقيق اشباعاً نفسية، اجتماعية... كما نجد 8.21% من أفراد العينة المبحوثة لا يوجد لديهم وقت محدد لاستخدام فايسبوك، ويعود هذا إلى الولوج المتكرر لاستخدام الفايسبوك في اليوم.

الجدول رقم: 08 الزمن الذي يقضيه أفراد العينة خلال تصفحهم لموقع الفاييبوك.

مجموع التكرارات		متزوج (ة)								أعزب (اء)								المتغيرات الاسمية
		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		
%	ت	%	ت	%	ت	4%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الخيارات
12	12	1	1	0	0	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	3	3	اقل من ساعة
23	23	2	2	1	1	1	1	0	0	2	2	1	1	5	5	11	11	من ساعة إلى ساعتين

17	17	0	0	2	2	0	0	0	0	1	1	5	5	1	1	8	8	من ساعتين فأكثر
27	27	2	2	4	4	2	2	0	0	1	1	0	0	7	7	11	11	لا أدري
21	21	4	4	2	2	1	1	0	0	1	1	1	1	6	6	6	6	لا تصفح موقع فيسبوك بصفة منظمة
100%	100																	

يظهر من خلال الجدول الموضح أعلاه الزمن الذي يقضيه أفراد العينة المبحوثين في تصفحهم لموقع فيسبوك، كانت الخيارات شبه متقاربة إلى بعضها البعض حيث صرح ما أكثر من ربع المبحوثين بقليل أي ما نسبته 27% من العينة المبحوثة بأنهم لا يدرون كم من الوقت يقضونه في تصفح واستخدام موقع فيسبوك ويعود هذا إلى الولوج المتكرر لعدة مرات في اليوم لاستخدام فيسبوك، لذا من الصعب عليهم تحديد الوقت الذي يقضونه بدقة. بينما أكد خمسي المبحوثين بأن منهم من يتصفح فيسبوك من ساعة إلى ساعتين في اليوم ، وخمس المبحوثين الآخرين يصرحون بأنهم لا يتصفحون فيسبوك يوميا نظرا لكثرة انشغالهم أو لظروف أخرى تتعلق بهم، وكخيار أخيراً أكد أقل من سدسي المبحوثين أي ما نسبته 12% بأنهم يقضون أقل من ساعة يوميا في تصفح فيسبوك.

الجدول رقم 09: الوسيلة المستخدمة في تصفح فيسبوك من طرف أفراد العينة.

مجموع التكرارات	طالب								دون عمل								المتغيرات الاسمية									
	36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18											
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الخيارات								
17.3	9	24	0	0	0	0	0	4.3	6	0	0	0.72	1	0	0	1.44	2	2.17	3	0.72	7	2.17	3	1.44	2	الحاسوب المكتبي

16.6 6	23	0	0	0	0	1.44	2	6.5 2	9	0.72	1	0	0	2.89	4	0	0	0.72	1	0.72	1	2.17	3	1.44	2	الحاسوب المحمول
10.8 6	15	0	0	0	0	1.44	2	3.6 2	5	0	0	0.72	1	0	0	0	0	2.17	3	1.44	2	0.72	1	0.72	1	الحاسوب اللوحي
55.0 7	76	0	0	0	0	3.62	5	13. 76	1 9	0.72	1	0.72	1	5.07	7	2.89	4	6.52	9	8.69	12	7.97	11	5.07	7	الهاتف الذكي
100 %	138																									

يتضح من خلال الجدول الموضح أعلاه الوسيلة التي يتصفح بها أفراد العينة فايسبوك، حيث تشير النتائج إلى أن أكثر من نصف المبحوثين أي ما نسبته 55.07% يدخلون إلى فايسبوك من الهاتف الذكي، وهذا راجع إلى التطور الكبير الذي شهدته الجزائر في السنوات الأخيرة حيث تم إطلاق ما يسمى بالجيل الثالث سنة 2014، التي تسمح استخدام الانترنت في أي مكان تغطيه الشبكة المستخدمة ومن أي هاتف ذكي.

بينما أكد 17.39% من المبحوثين أنهم يتصفحون موقع فايسبوك من الحاسوب المكتبي في حين يستخدم 16.66% الحاسوب المحمول و 10.86% منهم الحاسوب اللوحي، وهنا يمكن القول بأن الانترنت في الجزائر اليوم أصبحت متوفرة بشكل كبير وفي مختلف المؤسسات وهذا ما يتيح استخدامها في أي مكان.

المبحث الثالث: الإستخدامات و الإشباعات المحققة للشباب الجزائري من خلال إستخدامهم للفيسبوك.

الجدول رقم 10: الاسم الذي يظهر في البروفايل الشخصي لأفراد العينة.

مجموع التكرارات		أنثى								ذكر								المتغيرات الاسمية
		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الخيارات
36	36	4	4	1	1	5	5	9	9	3	3	2	2	4	4	8	8	الاسم الشخصي الأول
23	23	3	3	2	2	0	0	1	1	1	1	1	1	4	4	11	11	الاسم واللقب
1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	اللقب
40	40	3	3	5	5	6	6	3	3	0	0	7	7	8	8	8	8	اسم مستعار

100	%100
-----	------

يظهر من خلال الجدول الموضح أعلاه أن أكبر نسبة من أفراد العينة يستخدمون الاسم المستعار بنسبة 40% ويعود ذلك إلى الرغبة في التحرر من القيود الاجتماعية والأخلاقية وتجنب بعض الأشخاص، بينما أكدت نسبة 36% من أفراد العينة أنهم يستخدمون الاسم الشخصي الأول، كما صرح 23% بأنهم يستخدمون الاسم واللقب معا ويعود ذلك إلى الرغبة في تسهيل التعرف عليهم من قبل لأشخاص الذين يعرفونهم، والحفاظ على المصداقية بين الأصدقاء، وكخيار أخير نجد 1% من المبحوثين يفضل استخدام اللقب في فايسبوك.

الجدول رقم: 11 اللغة المستخدمة من طرف أفراد العينة في فايسبوك .

مجموع التكرارات		أنثى								ذكر								المتغيرات الاسمية الخيارات
		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
16.37	28	1.75	3	1.75	3	1.75	3	0	0	0.58	1	1.75	3	2.92	5	5.84	10	اللهجة الجزائرية
16.95	29	1.16	2	0.58	1	0	0	1.16	2	1.16	2	2.33	4	4.09	7	6.43	11	الدارجة
19.88	34	1.16	2	1.16	2	1.16	2	2.33	4	1.16	2	0.58	1	5.26	9	7.01	12	العربية
18.12	31	0	0	1.16	2	0.58	1	1.75	3	1.75	3	1.16	2	4.67	8	7.01	12	الفرنسية
5.26	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.58	1	1.75	3	2.92	5	الانجليزية

23.93	40	2.33	4	2.92	5	3.5	6	4.09	7	0.58	1	2.33	4	1.75	3	5.84	10	خلط بين كل اللغات
%100	171																	

يبين لنا الجدول رقم 11 اللغة التي يستخدمها أفراد العينة أو يفضلون استخدامها أثناء تصفحهم لموقع فايسبوك، وذلك سواء في التعليقات أو أثناء نشر المنشورات على جدرانهم أو حتى أثناء محادثاتهم الخاصة مع الأصدقاء، وما نلاحظه من خلال الجدول أن أفراد العينة متقاربون إلى حد ما في اختيار اللغات التي يميلون إلى توظيفها لدى ولوجهم موقع فايسبوك بغض النظر عن جنسهم أو سنهم، ولكن مع فارق واضح في ميل أفراد العينة لاستخدام مزيج من كل هذه اللغات في تصفحهم لموقع فايسبوك إذ أن ما يقارب ربع العينة وهو ما تقدر نسبته بـ 23.39% يفضلون توظيف اللغة العربية والدارجة الجزائرية وكذا الإنجليزية والفرنسية كخليط من اللغات وهذا راجع إلى طبيعة المواضيع التي يقرؤونها أو يتفاعلون معها بالتعليقات وكذا الصفحات التي يعجبون بها وخلفياتها اللغوية، إضافة إلى نوعية الأصدقاء أيضا في حين نجد أن الفئة الثانية من أفراد العينة والمقدرة نسبته بـ 19.88% تعتمد اللغة العربية، ويعتمد عدد آخر من أفراد العينة قدرت نسبته بـ 18.12% على اللغة الفرنسية، وغير بعيد عن هذه النسبة تعتمد فئة من أفراد العينة تقدر بـ 16.95% على اللغة الدارجة في استخدامها للفايسبوك، وتستخدم فئة أخرى تقدر نسبته بـ 16.37% اللهجة الجزائرية أثناء تصفحها للموقع، والفئة القليلة المتبقية من أفراد العينة والمقدرة نسبته بـ 5.26% تعتمد على اللغة الإنجليزية أثناء تصفح فايسبوك.

#### الجدول رقم: 12 عدد الأصدقاء لدى أفراد العينة في فايسبوك.

مجموع التكرارات		أنثى								ذكر								المتغيرات الاسمية
		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الخيارات
43	43	9	9	5	5	9	9	9	9	2	2	4	4	4	4	1	1	

20	20	1	1	3	3	1	1	3	3	1	1	0	0	3	3	8	9	من 50 إلى 100
37	37	0	0	0	0	1	1	1	1	2	2	6	6	9	9	18	18	أكثر من 100
100%	100																	

يظهر لنا الجدول رقم 12 عدد الأصدقاء الذين يملكهم أفراد العينة في حساباتهم على فيسبوك، حيث نلاحظ نوعاً من التدرج فنجد الفئة الأولى من أفراد العينة لا يتجاوز عدد الأصدقاء في حسابهم على فيسبوك 50 فرداً وصديقاً وتقدر هذه الفئة بنسبة 43% من أفراد العينة ثم نجد الفئة الثانية من أفراد العينة والمقدرة نسبتهم 37% يمتلكون أكثر من 100 صديقاً في حساباتهم على فيسبوك ويمكن تفسير ذلك بالحاجة إلى خلق مساحة أوسع للتفاعل في المجتمع الافتراضي الذي يتيح الموقع، وذلك بارتفاع عدد الأصدقاء ترتفع نسبة التفاعل في فيسبوك، أما الفئة الأخيرة المتبقية من أفراد العينة ونسبتهم 20% فيتراوح عدد الأصدقاء لديهم على فيسبوك من 50 إلى 100 صديق.

#### الجدول رقم 13: أصدقاء أفراد العينة في فيسبوك.

مجموع التكرارات		متزوج (ة)								أعزب (اء)								المتغيرات الاسمية
		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الخيارات
11.98	26	1.84	4	1.38	3	1.84	4	2.3	5	0.92	2	0.46	1	2.3	5	0.92	2	أفراد الأسرة
13.82	30	1.38	3	2.3	5	1.84	4	1.38	3	1.38	3	0.46	1	0.92	2	4.14	9	الأقارب
12.44	27	0.92	2	0.92	2	0.46	1	1.38	3	0.92	2	0.46	1	1.84	4	5.52	12	الجيران
39.63	86	3.68	8	3.68	8	4.14	3	5.52	12	2.3	5	2.3	5	6.45	14	11.5 2	25	الأصدقاء والزملاء

22.11	48	0.46	1	0.92	2	1.38	3	1.38	3	2.76	6	3.68	8	3.68	8	7.83	17	أشخاص لا اعرفهم في العالم الواقعي
100%	217																	

يظهر لنا من خلال الجدول الموضح أعلاه أصدقاء أفراد العينة المبحوثين في فايسبوك، كانت الخيارات شبه متقاربة إلى بعضها البعض، حيث صرح أكثر من ثلثي المبحوثين أي ما نسبته 39.63% بأن أصدقائهم في فايسبوك هم من الأصدقاء والزملاء، وذلك لتوثيق روح الصداقة وتنمية الروابط الاجتماعية، بينما نجد 22.11% من أفراد العينة المبحوثين يقولون بأن أصدقائهم هم أشخاص لا يعرفونهم في العالم الواقعي وذلك لسهولة الاتصال و من أجل التمتع بخصوصية أكبر و الهروب من الواقع، كما صرح 13.82% من المبحوثين بأن أصدقائه من الأقارب، و نجد 12.44% من الجيران و 11.89% أصدقائهم من أفراد الأسرة، وهذا من أجل تنمية الروابط الاجتماعية والأسرية وخلق مجال للتفاعل معهم في العالم الافتراضي.

الجدول رقم 14: يبين الإشباع التي يحققها موقع فايسبوك لأفراد العينة مرتبة حسب الأهمية.

مجموع التكرارات		أنثى								ذكر								المتغيرات الاسمية الخيارات	
		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
26	26	1	1	4	4	2	2	4	4	3	3	1	1	3	3	8	8	اشباع اجتماعية	
16	16	2	2	0	0	4	4	2	2	1	1	1	1	3	3	3	3	دينية	
17	17	2	2	1	1	1	1	2	2	0	0	2	2	3	3	6	6	إعلامية	
30	30	5	5	2	2	2	2	3	3	1	1	3	3	6	6	8	8	معرفيه	

11	11	0	0	1	1	2	2	2	2	0	0	3	3	1	1	2	2	نفسية
100%	100																	

الخيارات	التكرار	معامل الترجيح	النتيجة
معرفية	30	5	150
اجتماعية	26	4	104
إعلامية	17	3	104
دينية	16	2	32
نفسية	11	1	11

يظهر لنا الجدول الذي بين أيدينا ترتيب الإشباع المحققة لأفراد العينة عند استخدامهم لموقع فايسبوك، حيث أن ما يقارب ثلث المبحوثين أي ما نسبته 30% يؤكدون أن الإشباع المعرفية تأتي في الدرجة الأولى بمعامل ترجيح يقدر ب 5 ونتيجة تقدر ب:150 وذلك لإشباع حاجاتهم من خلال لاطلاع على الأخبار الإعلامية، والسياسية والدينية ومعرفة أحوال المجتمع، والتواصل مع الأصدقاء والاطلاع على مختلف التحديثات التي يقومون بها من معلومات شخصية، نفسية واجتماعية.

كما نجد أن أكثر من ربع المبحوثين بقليل أي ما نسبته 26% يؤكدون أن الإشباع الاجتماعية تأتي في الدرجة الأولى وبمعامل ترجيح يقدر ب:4 ونتيجة تقدر ب:104 وذلك لربط علاقات صداقة والتواصل مع أفراد المجتمع وربط علاقات مع الجنس الآخر، في حين يؤكد أقل من خمسي المبحوثين بقليل أي ما نسبته 17% أن الإشباع الإعلامية تأتي في الدرجة الأولى وبمعامل ترجيح يقدر ب:3 ونتيجة تقدر ب:51 وهذا من أجل مسايرة الأحداث والتعرف على أخبار المجتمع والاطلاع على الأحداث العالمية، كما نجد أن 16% من أفراد العينة المبحوثة يؤكدون أن الإشباع الدينية تأتي في المرتبة الأولى وبمعامل ترجيح يقدر ب:32 بهدف زيادة المعلومات الدينية و التفقه في الدين ومعرفة أحوال المسلمين وسيرة النبي صلى الله عليه وسلم والصحابة والصالحين.

وكخيار أخير نجد أن 11% من المبحوثين يؤكدون أن الإشباع النفسى تأتي في المرتبة الأولى وبمعامل ترجيح يقدر ب:1 ونتيجة تقدر ب:11 وذلك للهروب من الواقع والتواصل في العالم الافتراضي والترفيه والتسلية وتمضية الوقت.

الجدول رقم 15: الإشباع الاجتماعي التي يحققها فايسبوك لأفراد العينة.

مجموع التكرارات		أنثى								ذكر								المتغيرات الاسمية الخيارات
		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
46.72	57	7.27	4	4.01	5	4.91	6	7.37	9	0.81	1	4.01	5	2.01	11	13.1	16	ربط علاقات الصداقة
27.04	33	0.81	1	2.45	3	1.63	2	2.45	3	2.45	3	5.73	7	1.63	2	9.83	12	ربط علاقات مع الجنس الآخر
26.22	32	2.45	3	1.63	2	3.27	4	3.27	4	0.81	1	2.45	3	4.91	6	5.73	7	إيجاد حلول لمشاكلك الاجتماعية
100%	122	100	10	100	10	100	12	100	16	100	5	100	15	100	19	100	35	المجموع

يظهر لنا خلال الجدول الموضح أعلاه الإشباع الاجتماعي التي يحققها فايسبوك لأفراد العينة، حيث أن ما يقارب نصف المبحوثين أي ما نسبته 46.72% أن الفايسبوك يحقق الإشباع الاجتماعي المتمثلة في ربط علاقات الصداقة ، وذلك من أجل الحفاظ على العلاقات القائمة و التعرف على أصدقاء جدد، بينما أكد أكثر من ربع المبحوثين

بأن الإشباعات الاجتماعية التي يحققها فايسبوك تتمثل في ربط علاقات مع الجنس الآخر، وفي نفس السياق أكد أكثر من أكثر من ربع المبحوثين أن الإشباعات الاجتماعية المحققة من طرف فايسبوك تمثلت في إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية.

الجدول رقم 16: الإشباعات الدينية التي يحققها فايسبوك لأفراد العينة.

مجموع التكرارات		أنثى								ذكر								المتغيرات الاسمية الخيارات
		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
47.16	75	5.03	8	5.03	8	5.66	9	5.66	9	2.51	4	3.72	6	8.8	14	10.69	17	زيادة المعلومات الدينية والتفقه في الدين
21.38	34	0.62	1	2.51	4	3.14	5	2.51	4	1.25	2	1.88	3	1.88	3	7.54	12	معرفة سيرة النبي صلى الله عليه وسلم والصحابة الصالحين
31.44	50	3.14	5	1.25	2	1.25	2	1.25	2	3.77	6	2.51	4	4.4	7	10.69	17	معرفة أحوال المسلمين في شتى بقاع الأرض
100%	159																	

يظهر لنا من خلال الجدول الموضح أعلاه أن الإشباعات الدينية المحققة من استخدام الفايسبوك لأفراد العينة تمثلت في زيادة المعلومات الدينية والتفقه في الدين، وذلك بنسبة 47.4% أي ما يقارب نصف المبحوثين وذلك راجع إلى سهولة وصول المعلومات الدينية عن طريق الصفحات الدينية المتوفرة على الفايسبوك، بينما أكد ما يقارب ثلث المبحوثين على أن الإشباعات الدينية المحققة من تصفح فايسبوك تمثلت في معرفة أحوال المسلمين في شتى بقاع الأرض، وذلك راجع إلى الأحداث الأخيرة التي تحصل في الدول الإسلامية من انتهاكات لحقوق الإنسان في سوريا وفلسطين...، كما نجد 21.38% من المبحوثين يؤكدون أن فايسبوك يحقق اشباعاتهم الدينية في معرفة سيرة النبي صلى الله عليه وسلم والصحابة والصالحين .

الجدول رقم 17: الإشباعات الإعلامية التي يحققها فايسبوك لأفراد العينة.

مجموع التكرارات		أنثى								ذكر								المتغيرات الاسمية الخيارات
		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
28.65	49	2.92	5	3.5	6	2.92	5	2.33	4	1.16	2	3.5	6	4.67	8	7.6	13	التعرف على أخبار مع المجتمع
28.07	48	4.09	7	1.75	3	1.16	2	2.33	4	1.75	3	1.75	3	4.09	7	11.11	19	الاطلاع على الأحداث العالمية
43.27	74	5.25	9	3.5	6	4.67	8	4.67	8	2.33	4	4.67	8	7.01	12	11.11	19	مواكبة الأحداث
100%	171																	

يظهر من خلال الجدول الموضح أعلاه أن الإشباعات الإعلامية التي يحققها فايسبوك لأفراد العينة، هي مواكبة الأحداث بنسبة 43.27% أي أكثر من ثلث الإجابات ويعود ذلك إلى أهمية الأحداث في حياة الأفراد وسهولة تدفق ووصول المعلومات من المصدر إلى المتلقي بسرعة كبيرة عن طريق فايسبوك، كما نجد التعرف على أخبار المجتمع والاطلاع على الأحداث العالمية بنسب متقاربة أي بنسبة 28.65% و 28.07% على التوالي ويعود ذلك لرغبة الباحثين في زيادة معارفهم وثقافتهم.

### الجدول رقم 18: الإشباعات النفسية التي يحققها موقع الفايسبوك لأفراد العينة.

مجموع التكرارات		أنثى								ذكر								المتغيرات الاسمية
		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الخيارات
21.08	35	1.8	3	3.01	5	1.2	2	2.4	4	0.6	1	1.8	3	3.61	6	6.62	11	لتمضية الوقت
36.14	60	4.21	7	1.8	3	4.21	7	3.61	6	1.8	3	3.61	6	4.81	8	12.04	20	للتواصل مع الآخرين
35.54	59	3.61	6	4.81	8	4.21	7	3.62	6	1.2	2	2.4	4	4.81	8	10.84	18	للترقية والتسلية
7.22	12	0	0	0.6	1	0	0	1.2	2	0	0	0.6	1	0.6	1	4.21	7	للهرب من الواقع
%100	166																	

يبين لنا الجدول الذي بين أيدينا الإشباعات النفسية التي يحققها فايسبوك لأفراد العينة، كانت النتائج شبه متقاربة إلى بعضها البعض، حيث ترى الفئة الأولى والتي تقدر نسبتها ب: 36.14% أن الفايسبوك يلي رغبتهم في التواصل مع الآخرين، وترى الفئة الثانية والمقدرة نسبتها ب: 35.54% بأنه من خلال ولوجهم موقع فايسبوك فإنهم يضمنون

لأنفسهم حيزا من الترفيه والتسلية، كما نجد خمس المبحوثين والذي تقدر نسبتهم ب 21.08% يصرحون بأن موقع فايسبوك هو مكانهم المفضل لتمضية الوقت من خلال المزايا التي يمنحها، أما ما تبقى من أفراد العينة والمقدرة نسبتهم ب: 7.22% فهم يرون بأن فايسبوك هو ملجأهم المفضل للهروب من الواقع والابتعاد عما يعكر صفوهم في حياتهم الواقعية.

الجدول رقم 19: توقعات أفراد العينة حول استخدامهم فايسبوك مستقبلا.

مجموع التكرارات		أنثى								ذكر								المتغيرات الاسمية الخيارات
		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
15	15	1	1	0	0	2	2	0	0	1	1	4	4	2	2	5	5	التوسيع من استخدامك للفايسبوك
29	29	2	2	2	2	2	2	5	5	0	0	3	3	8	8	7	7	الانقاص من استخدامك للفايسبوك
41	41	6	6	6	6	3	3	5	5	3	3	2	2	5	5	11	11	أن تترك استخدامك للفايسبوك كما هو
15	15	1	1	0	0	4	4	3	3	1	1	1	1	1	1	4	4	التوقف عن استخدام الفاييسبوك

100	%100
-----	------

يتبين لنا من خلال الجدول الموضح أعلاه توقعات أفراد العينة في استخدامهم للفيسبوك مستقبلا، حيث تشير نتائج الجدول إلى أن 41% من أفراد العينة يفضلون ترك استخدامهم للفيسبوك كما هو، وهذا ما يبرر أهمية الفيسبوك في حياة الأشخاص، علما أننا توصلنا خلال دراستنا هذه إلى أن 23% من المبحوثين يستخدمون فيسبوك من ساعة إلى ساعتين يوميا. كما صرح ما يقارب ثلث أفراد العينة على إنقاص من استخدامهم للفيسبوك، بينما أكد أقل من سدسي المبحوثين بقليل أي ما نسبته 15% أن يزيد من استخدامه للفيسبوك، ويجب 15% من المبحوثين على التوقف عن استخدام فيسبوك نظرا لكثرة انشغالهم أو أن الموقع يأخذ الكثير من وقتهم أو لظروف أخرى تتعلق بهم.

الجدول رقم 20: رأي أفراد العينة حول إمكانية التوقف عن استخدام الفيسبوك.

مجموع التكرارات		أنثى								ذكر								المتغيرات الاسمية
		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الخيارات
58	58	6	6	3	3	8	8	9	9	2	2	6	6	11	11	13	13	
42	42	4	4	5	5	3	3	4	4	3	3	4	4	5	5	14	14	لا
100	100																	
%																		

يبين لنا الجدول رقم 20 مدى استعداد أفراد العينة للتخلي عن استخدام موقع فيسبوك من عدمه، وما نلاحظه من خلال إجابات المبحوثين في هذا الشأن أن هناك تقارب واضحا في الآراء بين من يرى بأنه يمكنه ترك الموقع بشكل عادي والاستغناء عن الفيسبوك والمقدرة نسبتهم ب: 58%، وان كان هذا الرأي هو الغالب، وقد تضمن سؤال الإستمارة إذا كانت إجابتك نعم إلى ما يعود ذلك وقد كانت إجابات المبحوثين في أنه إضاعة للوقت، ليس ضروري، يوجد ما هو أهم منه وأنه وسيلة ترفيهية وليس غاية، له اثار سلبية

كالهروب من الواقع و الادمان عليه ، ومن يرى بأنه لا يمكنه التخلي والاستغناء عن استخدام موقع فايسبوك و قدرت نسبتهم ب:42% من أفراد العينة، إذا حاولنا تفسير هذه الإجابة سنجد بطبيعة الحالة سيطرة نوع من الإدمان على المستخدمين وبالتالي يصبحوا غير قادرين على الاستغناء عن الموقع، أو أنهم مرتبطون بأعمال أو مشاريع ولا يمكن التواصل مع شركاءهم أو أرباب عملهم إلا عن طريق الموقع.

المبحث الرابع : تأثير الفايسبوك على العلاقات الإتماعية للشباب الجزائري .

الجدول رقم 21: مع من يقضي أفراد العينة وقتا أكثر في فايسلوك.

مجموع التكرارات		أنثى								ذكر								المتغيرات الاسمية
		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الخيارات
22.72	25	3.36	7	2.72	3	3.63	4	3.63	4	0.9	1	0.9	1	0.9	1	3.63	4	مع أفراد العائلة
60.9	67	5.54	5	5.45	6	5.45	6	7.27	8	4.54	5	2.72	3	11.81	13	19.09	21	مع أصدقائك الحقيقيين
16.36	18	0	0	0.9	1	1.81	2	1.81	2	0.9	1	5.45	6	2.72	3	2.72	23	مع الأصدقاء الافتراضيين
100%	110																	

يتضح لنا من خلال الجدول الموضح أعلاه، مع من يقضي أفراد العينة وقتا أكثر في فايسلوك، حيث صرح أكثر من نصف المبحوثين أي ما نسبته 60.9%، أنهم يقضون وقتا أكثر مع أصدقائهم الحقيقيين لوجود مساحة أمان وتنمية الروابط الاجتماعية، وذلك من أجل تبادل المعلومات والاتصال مع الأصدقاء المقيمين في أماكن بعيدة باستخدام برامج الدردشة التي تتيح الاتصال بهم في أوقات غير محدودة.

بينما أكدت خمسي الباحثين أي ما نسبته 22.72% على التواصل مع أفراد العائلة، وذلك لاتصالهم بأفراد الأسرة المقيمين في أماكن بعيدة أو لاتصال الطالب المقيم في الحي الجامعي بأفراد أسرته في المنزل، وذلك احتراماً للخصوصية والحميمية العائلية وتنمية الروابط الأسرية، كما فضل أقل من سدسي الباحثين بقليل أي ما نسبته 16.36% قضاء وقتاً أكثر مع أصدقائهم الافتراضيين، وذلك من أجل التمتع بخصوصية أكبر أو لسهولة التواصل والتفاعلية اللامحدودة.

### الجدول رقم 22: تفضيل أفراد العينة قضاء وقت أكثر مع أفراد العائلة.

مجموع التكرارات		أنثى								ذكر								المتغيرات الاسمية
		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الخيارات
11.62	5	4.65	2	0	0	0	0	0	0	2.32	1	0	0	0	0	4.65	2	احتراما للخصوصية
44.18	19	6.97	3	6.97	3	11.62	5	6.97	3	2.32	1	2.32	1	0	0	6.67	3	للحميمية العائلية
44.18	19	13.95	6	2.32	1	9.3	4	6.97	3	2.32	1	2.32	1	2.32	1	4.65	2	تنمية الروابط الأسرية
100%	43																	

يوضح الجدول الذي بين أيدينا تفضيل أفراد العينة قضاء وقتهم في فايسبوك مع أفراد العائلة وذلك لعدة اعتبارات لم يختلف الباحثين حولها اختلاف كبير، حيث يقول ما يقارب نصف العينة والمقدرة نسبتهم ب: 44.18% بأنهم يفضلون قضاء وقتهم عبر الموقع مع أفراد عائلاتهم، وفتح مساحة أو فضاء للتفاعل معهم عبر العالم الافتراضي وذلك لتنمية الروابط الاسرية ، فيما ترى فئة أخرى من الباحثين تقدر بنفس النسبة أي 44.18% أن السبب الأكبر لتفضيلهم قضاء معظم وقتهم أثناء ولوجهم فايسبوك مع أفراد عائلاتهم

هو بسبب حميمية العائلة و الأجواء التي تسود في مثل هذه المناقشات، خاصة بالنسبة للأفراد الذين هم في غياب شبه مستمر عن عائلاتهم، أما النسبة الأدنى من أفراد العينة والمقدرة ب 11.62% فيرون بأنهم بقضاء وقت أكبر على فايسبوك مع أفراد عائلاتهم فهم يحافظون على خصوصيتهم ويحترمونها.

الجدول رقم: 23 تفضيل أفراد العينة قضاء وقت أكثر مع أصدقائهم الحقيقيين.

مجموع التكرارات		أنثى								ذكر								المتغيرات الاسمية
		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الخيارات
23.71	23	2.91	3	2.91	3	0.97	1	0.97	1	0.97	1	1.94	2	5.82	6	5.82	6	لتنمية الروابط الاجتماعية
50.51	49	2.91	3	3.88	4	4.85	5	4.85	5	2.91	3	1.94	2	8.7	9	17.46	18	لتوثيق روح الصداقة
25.77	25	1.94	2	1.94	2	2.91	3	3.88	4	1.94	2	0	0	1.9	2	9.7	10	لوجود مساحة آمان
100%	97																	

يقدم لنا الجدول رقم 23 رأي أفراد العينة حول تفضيلهم قضاء وقت أكثر في فايسبوك مع أصدقائهم الحقيقيين ، إذ ترى الفئة الأكبر من العينة والمقدرة بالنصف ونسبتها 50.51% أن هذا من شأنه توثيق روح الصداقة و توطيد أواصر المحبة بين الأفراد، في حين يرى ربع المبحوثين و المقدرة نسبتهم ب 25.77% بأن قضاء وقت أكبر مع الأصدقاء الحقيقيين على فايسبوك يرجع لإحساسهم بمساحة من الأمان على اعتبار معرفتهم بهم في ارض الواقع أصلا، وترى الفئة المتبقية من أفراد العينة وهي غير بعيدة عن الفئة التي

سبققتها كثيرا وتقدر نسبتها ب 23.71% بأن قضاء أكبر وقت ممكن مع الأصدقاء الحقيقيين على فيسبوك يعطي وفرة أكبر لتنمية الروابط الاجتماعية بين الأصدقاء، حتى وان طالت المسافات على سبيل اطلاع بعضهم على مستجدات بعض بشكل شبه يومي والاطمئنان على أحوال بعضهم البعض.

الجدول رقم 24: لماذا يفضل أفراد العينة أن يقضون وقتا أكثر مع أصدقائهم الافتراضيين.

مجموع التكرارات		أنثى								ذكر								المتغيرات الاسمية الخيارات
		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
42.85	12	0	0	3.57	1	3.57	1	3.57	1	3.57	1	10.71	3	7.14	2	10.71	3	سهولة الاتصال
32.14	9	0	0	0	0	3.57	1	3.57	1	3.57	1	10.71	3	3.57	1	7.14	2	للتفاعلية اللامحدودة
25	7	0	0	0	0	3.57	1	3.57	1	0	0	14.28	4	0	0	3.57	1	للتمتع بخصوصية أكبر
100%	28																	

يظهر من حال الجدول الموضح أعلاه تفضيل أفراد العينة قضاء وقتا أكثر مع أصدقائهم الافتراضيين، حيث نجد أن ما نسبته 42.85% من أفراد العينة يفضلون قضاء وقت أكثر مع أصدقائهم الافتراضيين ويعود ذلك إلى سهولة الاتصال، بينما أكدت نسبة 32.14% من أفراد العينة أن سبب تفضيل قضاء وقت أكثر مع أصدقائهم الافتراضيين راجع إلى التفاعلية اللامحدودة وكخيار أخير نجد 25% من أفراد العينة يرون أن سبب تفضيلهم قضاء وقت أكثر مع الأصدقاء الافتراضيين راجع إلى الرغبة في التمتع بخصوصية أكبر.

الجدول رقم 25: تأثير فيسبوك على العلاقات الاجتماعية لأفراد العينة.

مجموع التكرارات		أنثى								ذكر								المتغيرات الاسمية
		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		36 فأكثر		36-30		30-24		24-18		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الخيارات
13	13	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	5	5	5	5	تأثير سلبي
39	39	7	7	5	5	4	4	5	5	4	4	3	3	5	5	6	6	تأثير ايجابي
48	48	2	2	3	3	6	6	7	7	1	1	7	7	6	6	16	16	التأثير السلبي والايجابي
100%	100																	

يبين لنا هذا الجدول التأثير الذي يخلفه موقع فيسبوك على العلاقات الاجتماعية لأفراد العينة، فيما إذا كان تأثيرا سلبيا أو ايجابيا أو حتى مزيجا بين ذلك.

حيث نجد أن نصف أفراد العينة والمقدرة نسبتهم بحوالي 48% يرون أن للموقع تأثير ذو حدين على علاقاتهم الاجتماعية سلبيا وإيجابيا، كما نجد 39% من أفراد العينة المبحوثين يرون بأن للفيسبوك تأثير إيجابي على علاقاتهم الاجتماعية، وأخيرا نجد أن مجموعة من أفراد العينة تقدر نسبتهم بحوالي 13% يرون أن للفيسبوك تأثيرا سلبيا على علاقاتهم الاجتماعية، ومن خلال الإطلاع على إجابات المبحوثين نجد أنها تشترك في العديد من العناصر منها أن فيسبوك يساعد على خلق مساحة جديدة للتفاعل مع الأصدقاء وسهولة التواصل والتعرف على أصدقاء جدد في العالم الافتراضي، وتوثيق علاقات الصداقة وتنمية العلاقات الاجتماعية، من خلال الفيسبوك يمكن مواكبة الأحداث و الإطلاع على ثقافات الدول الأخرى وزيادة المعلومات الدينية، فهو نافذة مفتوحة على العالم وفرصة للتفاعل مع الآخرين والتعبير عن الرأي بكل حرية وبعيدا عن كل القيود الاجتماعية والدينية، هو فضاء للترفيه و التسلية و تحقيق الرغبات النفسية والاجتماعية، أما التأثير السلبي للفيسبوك يكمن في أنه وسيلة للهروب من الواقع و التقليل من عملية تفاعل الفرد مع أسرته في

العالم الواقعي فهو بهذا يقضي على العلاقات الأسرية و يسبب العزلة الإجتماعية ويؤدي إلى الخروج عن التعاليم الدينية ، ويسبب الكثير من المشاكل لأسرية خاصة بالنسبة للمتزوجين ، كما يرى المبحوثين بأن الفايسبوك هو إضاعة للوقت ، فبمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة الأخرى ومن ملف الآخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها دون أن يزيد أي فائدة له أو لغيره كذلك الإدمان و إضعاف مهارة التواصل ،وذلك من خلال قضاء وقت طويل أمام شاشة الكمبيوتر، "وهذا ما يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري ومشاركتهم في المجتمع و التواصل مع الأشخاص بشكل مباشر الذي أثبتت الدراسات بأنه يؤدي إلى تطوير المهارات التي تساعد الشباب في مجالات الإتصال الإنساني ، حيث تنمي عندهم الحس بالمسؤولية تجاه الغير وتقوية سرعة البديهة لديهم ، فيستطيعون التعامل مع المواقف بحنكة وريانة"<sup>100</sup> (وهذا يفتقده فايسبوك و مواقع الشبكات الإجتماعية عامة). كما يرى أفراد العينة المبحوثة بأن فايسبوك يسبب لهم الكثير من المشاكل الإجتماعية ،وذلك عند الدخول في في متاهات ومشاجرات من خلال التعليقات ،وربط علاقات إفتراضية مع الجنس الآخر كما يعتبر فايسبوك سهل الإنتحال الشخصيات، التشويه الإبتزاز و ترويح الشائعات .

<sup>100</sup>- وائل مبارك خضر فضل الله ، أثر الفايسبوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة

([Suniprov-blogspot.com](http://Suniprov-blogspot.com) le 25/04/2016 a 16 :00)

## المبحث الخامس : النتائج العامة للدراسة

- يعتبر موقع فيسبوك المفضل لدى أفراد العينة، يليه موقع اليوتيوب، ثم تأتي بقية المواقع بنسب متقاربة.
- يملك أزيد من نصف العينة حسابا على فايسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات في حين يستخدمه مجموعة أخرى منذ ما يقارب عام إلى عامين وتستخدمه الفئة الأقل منذ اقل من سنة.
- كشفت الدراسة أن 14.34% من المبحوثين يملكون حساب واحد في فايسبوك.
- أزيد من نصف فراد العينة يضعون معلومات شخصية صحيحة في حساباتهم على فيسبوك فيما يضع البقية من أفراد العينة معلومات مزيفة.
- كشفت الدراسة أن ربع أفراد العينة يفضلون وضع بيانات شخصية صحيحة على فايسبوك ، وذلك للمحافظة على مصداقيتهم بين الآخرين و تجنباً للعلاقات المشبوهة.
- يؤكد ثلث المبحوثين أنهم يفضلون وضع بيانات مزيفة على فايسبوك رغبة منهم في تسهيل التواصل مع الآخرين.
- يفضل ما يقارب نصف المبحوثين إستخدام فيسبوك في وقت الفراغ.
- يؤكد أكثر من ربع المبحوثين أنهم لا يدرون كم من الوقت يقضون في تصفح وإستخدام موقع فايسبوك.
- يصرح أكثر من نصف المبحوثين أي ما نسبته 55.07% أنهم يستخدمون فايسبوك من الهاتف الذكي.
- يؤكد أكثر من ثلث المبحوثين أنهم يستخدمون اسم مستعار عند استخدامهم للفايسبوك.
- يعتمد 23% من أفراد العينة في تصفحهم لموقع فايسبوك على خليط من مختلف اللغات منها العربية، الفرنسية، الدارجة...، تبعا لعدة اعتبارات منها، نوعية الأصدقاء، والمستوى الثقافي والتعليمي...
- كشفت الدراسة بأن 43% من أفراد العينة يمتلكون أقل من 50 صديقا في فايسبوك.
- يصرح 39.63% من أفراد العينة المبحوثة بأن أصدقائهم في الفايسبوك هم من الأصدقاء والزملاء.

- يؤكد 30% من المبحوثين أن الإشباعات المعرفية تأتي في الدرجة الأولى، بمعامل ترجيح يقدر ب:5 ونتيجة تقدر ب:150، وذلك لأنها ملمة بجميع الإشباعات الأخرى اجتماعية، إعلامية، دينية، نفسية.
- يؤكد أكثر من ثلث المبحوثين أن الإشباعات الاجتماعية المحققة من استخدام الفايسبوك تتمثل في ربط علاقات الصداقة.
- كشفت الدراسة أن ما يقارب نصف المبحوثين يصرحون بأن الإشباعات الدينية المحققة من استخدام فايسبوك هي لزيادة معلوماتهم الدينية والتفقه في الدين.
- يصرح أكثر من ثلث المبحوثين أن الإشباعات الإعلامية التي يحققها لهم موقع فايسبوك تتمثل في مواكبة الأحداث.
- يرى معظم أفراد العينة أن موقع فايسبوك يحقق لهم العديد من الإشباعات النفسية لعل أبرزها هو خلق فرصة للتواصل مع الآخرين وكذلك التسلية والترفيه عن النفس .
- توصلت الدراسة إلى أن 41% من أفراد العينة المبحوثة يفضلون ترك استخدامهم للفايسبوك كما هو دون زيادة أو نقصان.
- يصرح أكثر من نصف المبحوثين بقليل أي مانسبته 58% أنه بإمكانهم التوقف عن استخدام فايسبوك بحجة أنه غير ضروري في حياتهم، وأن له آثار سلبية كالإدمان عليه والهروب من الواقع .
- يفضل أكثر من نصف المبحوثين أي ما نسبته 60.9% قضاء وقتنا أكثر مع أصدقائهم الحقيقيين، وذلك لتوثيق روح الصداقة وتنمية الروابط الاجتماعية.
- يفضل معظم أفراد العينة قضاء وقتهم على فايسبوك مع عائلاتهم لإعتبارين إثنين يتمثلان في الحميمية العائلية وتقوية الروابط الأسرية.
- يفضل نصف أفراد العينة قضاء وقت أكبر مع أصدقائهم الحقيقيين، وذلك لتوثيق روح الصداقة بينهم كذلك للإحساس بوجود مساحة أمان.
- يؤكد أكثر من ثلث المبحوثين أنهم يقضون أكثر أوقاتهم في فايسبوك مع الأصدقاء الافتراضيين لسهولة الاتصال بهم.

- يرى ما يقارب نصف الباحثين أي ما نسبته 48% من الباحثين أن للفيسبوك تأثير ذو حدين على علاقاتهم الاجتماعية ، تأثير سلبي في أنه إضاعة للوقت وإدمان عليه وأنه يؤدي إلى العزلة الاجتماعية و تأثير إيجابي على علاقاتهم الاجتماعية يكمن في خلق مساحة جديدة للتفاعل مع الأصدقاء وتوثيق علاقات الصداقة وتنمية العلاقات الاجتماعية.

## المبحث الخامس : النتائج العامة للدراسة

- يعتبر موقع فيسبوك المفضل لدى أفراد العينة، يليه موقع اليوتيوب، ثم تأتي بقية المواقع بنسب متقاربة.
- يملك أزيد من نصف العينة حسابا على فايسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات في حين يستخدمه مجموعة أخرى منذ ما يقارب عام إلى عامين وتستخدمه الفئة الأقل منذ اقل من سنة.
- كشفت الدراسة أن 14.34% من المبحوثين يملكون حساب واحد في فايسبوك.
- أزيد من نصف فراد العينة يضعون معلومات شخصية صحيحة في حساباتهم على فيسبوك فيما يضع البقية من أفراد العينة معلومات مزيفة.
- كشفت الدراسة أن ربع أفراد العينة يفضلون وضع بيانات شخصية صحيحة على فايسبوك ، وذلك للمحافظة على مصداقيتهم بين الآخرين و تجنبنا للعلاقات المشبوهة.
- يؤكد ثلث المبحوثين أنهم يفضلون وضع بيانات مزيفة على فايسبوك رغبة منهم في تسهيل التواصل مع الآخرين.
- يفضل ما يقارب نصف المبحوثين استخدام فايسبوك في وقت الفراغ.
- يؤكد أكثر من ربع المبحوثين أنهم لا يدرون كم من الوقت يقضون في تصفح وإستخدام موقع فايسبوك.
- يصرح أكثر من نصف المبحوثين أي ما نسبته 55.07% أنهم يستخدمون فايسبوك من الهاتف الذكي.
- يؤكد أكثر من ثلث المبحوثين أنهم يستخدمون اسم مستعار عند استخدامهم للفايسبوك.
- يعتمد 23% من أفراد العينة في تصفحهم لموقع فايسبوك على خليط من مختلف اللغات منها العربية، الفرنسية، الدارجة...، تبعا لعدة اعتبارات منها، نوعية الأصدقاء، والمستوى الثقافي والتعليمي...
- كشفت الدراسة بأن 43% من أفراد العينة يمتلكون أقل من 50 صديقا في فايسبوك.
- يصرح 39.63% من أفراد العينة المبحوثة بأن أصدقائهم في الفايسبوك هم من الأصدقاء والزملاء.
- يؤكد 30% من المبحوثين أن الإشباعات المعرفية تأتي في الدرجة الأولى، بمعامل ترجيح يقدر ب: 5 ونتيجة تقدر ب: 150، وذلك لأنها ملمة بجميع الإشباعات الأخرى الاجتماعية، إعلامية، دينية، نفسية.
- يؤكد أكثر من ثلث المبحوثين أن الإشباعات الاجتماعية المحققة من استخدام الفايسبوك تتمثل في ربط علاقات الصداقة.
- كشفت الدراسة أن ما يقارب نصف المبحوثين يصرحون بأن الإشباعات الدينية المحققة من إستخدام فايسبوك هي لزيادة معلوماتهم الدينية والتفقه في الدين.

- يصرح أكثر من ثلث المبحوثين أن الإشباعات الإعلامية التي يحققها لهم موقع فيسبوك تتمثل في مواكبة الأحداث.
- يرى معظم أفراد العينة أن موقع فيسبوك يحقق لهم العديد من الإشباعات النفسية لعل أبرزها هو خلق فرصة للتواصل مع الآخرين وكذلك التسلية والترفيه عن النفس .
- توصلت الدراسة إلى أن 41% من أفراد العينة المبحوثة يفضلون ترك استخدامهم للفيسبوك كما هو دون زيادة أو نقصان.
- يصرح أكثر من نصف المبحوثين بقليل أي مانسبته 58% أنه بإمكانهم التوقف عن استخدام فيسبوك بحجة أنه غير ضروري في حياتهم ، وأن له آثار سلبية كالإدمان عليه والهروب من الواقع .
- يفضل أكثر من نصف المبحوثين أي ما نسبته 60.9% قضاء وقتا أكثر مع أصدقائهم الحقيقيين، وذلك لتوثيق روح الصداقة وتنمية الروابط الاجتماعية.
- يفضل معظم أفراد العينة قضاء وقتهم على فيسبوك مع عائلاتهم لإعتبارين إثنين يتمثلان في الحميمة العائلية وتقوية الروابط الأسرية.
- يفضل نصف أفراد العينة قضاء وقت أكبر مع أصدقائهم الحقيقيين، وذلك لتوثيق روح الصداقة بينهم كذلك للإحساس بوجود مساحة أمان.
- يؤكد أكثر من ثلث المبحوثين أنهم يقضون أكثر أوقاتهم في فيسبوك مع الأصدقاء الافتراضيين لسهولة الاتصال بهم.
- يرى ما يقارب نصف المبحوثين أي ما نسبته 48% من المبحوثين أن للفيسبوك تأثير ذو حدين على علاقاتهم الاجتماعية ، تأثير سلبي في أنه إضاعة للوقت وإدمان عليه وأنه يؤدي إلى العزلة الاجتماعية و تأثير إيجابي على علاقاتهم الاجتماعية يكمن في خلق مساحة جديدة للتفاعل مع الأصدقاء وتوثيق علاقات الصداقة وتنمية العلاقات الاجتماعية.

الخطبة

## الخاتمة:

لقد أدى إنتشار مواقع الشبكات الإجتماعية في الآونة الأخيرة، إلى حدوث تحولات كبيرة في علاقات الناس الاجتماعية، ومن بين تلك التحولات الانتقال إلى مجتمعات إفتراضية تضم كيانات وعائلات. تربط بينهم خصائص إجتماعية ثقافية ودينية وسياسية واقتصادية مشتركة، وأصبحت المجتمعات التقليدية تعاني من العزلة الاجتماعية، في ظل غياب التفاعل الاجتماعي المباشر بين الفرد وأسرته، وهذا ما أثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على العلاقات الاجتماعية للشباب.

إذ حاولنا في هذه الدراسة الكشف عن مختلف تأثيرات مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري، واتضح لنا جليا من خلال الدراسة النظرية والميدانية، أن مواقع الشبكات الاجتماعية، نظرا لما تقدمه لمستخدميها من تكوين علاقات صداقة وخلق مساحة للتفاعل مع الأهل والأصدقاء في كل مكان ومواكبة الأحداث والمستجدات والتعبير عن الرأي بكل حرية، الأمر الذي جعلها محل إهتمام الشباب الجزائري، إلا أنها تؤثر على علاقاتهم الاجتماعية بطريقة أو بأخرى من خلال مضامينها ومحتوياتها وتعدد خدماتها وأيضا إغراءات الصورة، والصوت والتقنيات الحديثة المستخدمة فهي بذلك تستهدف المستخدم للإدمان عليه، ووهذا ما يؤدي إلى العزلة الاجتماعية والهروب من الواقع، والتقليص أو القضاء على عملية تفاعل الفرد مع أسرته في العالم الواقعي، وهو بهذا يقضي على العلاقات الأسرية والتلاحم الأسري.

وفي الأخير إرتأينا أن الحل لتفادي هذا التأثير السلبي لمواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري هو الاستخدام العقلاني والواعي لهذه الوسيلة، فهو ساحة للاتصال والتواصل ونافذة مطلة على العالم وساحة للتعبير عن الرأي، وبالتالي يجب جعل هذه المواقع أداة للبناء والتثقيف والتعليم وليس لتضييع الوقت، والإدمان عليها والانسلاخ عن الأسرة وتقاليد المجتمع.

# فائمة المراجع

## قائمة المراجع

### المعاجم والقواميس :

1- محمد منير حجاب ، المعجم الإعلامي، دار الفجر ، القاهرة، 2004 -1

### الكتب :

- 1- احمد بن مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الطبعة الرابعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
- 2- احمد رأفت عبد الجواد، مبادئ علم الاجتماع، الطبعة الأولى، جامعة القاهرة، مكتبة نهضة الشرق، 1983.
- 3- جابر عوض سيد، التكنولوجيا والعلاقات الاجتماعية، القاهرة، الطبعة 1، دار المعرفة الجامعية، 1996.
- 4- جمال الشرهان، الوسائل التعليمية ومستجدات تكنولوجيا التعليم، الطبعة الأولى، مطابع الحميضي، 2011، الرياض.
- 5- جمال عبد العزيز الشرهان، الوسائل التعليمية و مستجدات تكنولوجيا التعلم ، ط2، الرياض ، مطابع الحميضي ، 2003 .
- 6- جمال مجدي حسنين، سوسيولوجيا المجتمع، الطبعة الثانية، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، 2007.
- 7- جمال مجدي حسين، سوسيولوجيا المجتمع، ط1، دار المعرفة الجامعية، 2007.
- 8- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الخامسة، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2004.
- 9- رانيا محمد على قاسم، تأثير الكمبيوتر على العلاقات الاجتماعية للطفل، الطبعة الاولى، مركز الاسكندرية، للكتاب، 2009.
- 10- ربحي مصطفى عليا، عثمان محمد عتيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار صنعاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
- 11- شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2000.
- 12- شيماء عبد الحليم، اسراء فوزي، نيرمن عاطف وآخرون، الشبكات الاجتماعية، قسم الوثائق والمكتبات والمعلومات، جامعة القاهرة، 2010.

- 13- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، 2008.
- 14- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011.
- 15- عبود عبدالله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم والإنسانية، الطبعة الأولى، دار النمير، دمشق، 2001.
- 16- علي ليلة، وآخرون، الشباب القطري، اهتماماته وقضاياها، مركز الوثائق والدراسات الشبانية، جامعة قطر، 1991.
- 17- علي محمد رحومة، تنمية المجتمعات الافتراضية عوامل نجاح جديدة للتطوير الشبكي التكنولوجي الاجتماعي، مركز بحوث النقط سابقا، 2010.
- 18- غريب محمد سيد أحمد، علم الاجتماع ودراسة المجتمع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2003.
- 19- محمد عبيدات، محمد أبو نصار، عقلة مبيضن، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن.
- 20- محمد علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 21- محمود الفطافطة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية "مدى"، الطبعة 1، 2011.
- 22- مصطفى حجازي، الإنسان المهذور، دراسة تحليلية نفسية اجتماعية، الطبعة الثانية، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، 2006.
- 23- معز خليل، البناء الاجتماعي أنساقه ونظمه، الطبعة 3، دار الشروق، الأردن، 1999.

#### الجرائد و المجلات :

- 1- حلمي خضر ساري، تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية على المجتمع القطري)، مجلة جامعة دمشق، المجلد 24، العدد الأول + الثاني 2008، ص 297.
- 2- محمد عبد الهادي وآخرون، إدمان الانترنت وعلاقته بكل من الاكثاب والمساندة الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، القاهرة، مجلة كلية التربية ببني سويف، العدد 4، 2005، ص 04.
- 3- نصر الدين العياضي، عتبات الكلام، هل تختفي الأخلاق في العصر الرقمي؟، مقال منشور بموقع جريدة الخبر بتاريخ 12 جانفي 2014، العدد 84.

4- نور الدين الملاخ، مفاهيم في التواصل، مقال منشور، دورية العدل والإحسان، الخميس 26 فيفري 2015، العدد 74 .

### المذكرات و الدراسات الجامعية :

- 1- إبراهيم بعزير، منتديات المحادثة والدرشة الالكترونية دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع، مذكرة ماجستير إعلام واتصال(دراسة غير منشورة) ، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2010.
- 2- أحمد يونس محمد حمودة ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية ،مذكرة ماجستير (دراسة غير منشورة) ، معهد البحوث و الدراسات العربية ، القاهرة ، 2013 .
- 3- أكرم عبد القادر عبد الله خروانة، فعالية استخدام مواقع الفيديو الالكتروني في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية لدى طالبات كلية التربية في الجامعة الإسلامية بغزة، مذكرة ماجستير(دراسة غير منشورة) ، الجامعة الإسلامية، غزة،2012.
- 4- بلمولاي بدر الدين، إستعمال تكنولوجيا الإعلام الحديثة في العلاقات الإجتماعية، دراسة ميدانية بجامعة بسكرة، مذكرة ماجستير (دراسة غير منشورة )، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012.
- 5- حسني عوض، اثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب، تجربة مجلس شبابي عرار أنموذجا، جامعة القدس المفتوحة2011.
- 6- حنان بنت شعشوع الشهري، اثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية :فايسبوك وتويتر نموذجا، مذكرة ماجستي(دراسة غير منشورة)ر، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 2013،
- 7- ديمة الشاعر، التأثير بالآخرين والعلاقات العامة، بحث مقدم لنيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، 2009.
- 8- ريم ناريمان نومار، إسخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة ماجستير(دراسة غير منشورة) ، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012.
- 9- السعيد بومعيزة، اثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراة (دراسة غير منشورة) ، قسم الإعلام، جامعة الجزائر3، 2006 .

- 10- عبد الله ممدوح مبارك الرعود ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، مذكرة ماجستير (دراسة غير منشورة) ، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012.
- 11- علي محمد بن فتح محمد، مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الأخلاقية والقيمية، مذكرة ماجستير(دراسة غير منشورة) ، الجامعة الإسلامية .
- 12- فاطمة الزهراء عماري، استخدام قنوات التلفزيون الإخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي، مذكرة ماستر(دراسة غير منشورة) ، إذاعة وتلفزيون، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2012.
- 13- محمد الفاتح حمدي ، استخدام الشباب الجزائري لوسائط الاتصال والإعلام الحديثة وانعكاساتها على قيمهم الثقافية والاجتماعية، مذكرة ماجستير(دراسة غير منشورة) ، كلية الصحافة والإعلام، جامعة باتنة، الجزائر.
- 14- محمد المنصور ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، مذكرة ماجستير في الإعلام والاتصال(دراسة غير منشورة) ، الأكاديمية العربية في الدانمارك ، 2012 .
- 15- ملكية هارون ، الاتصالات في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيا الحديثة للإعلام، مذكرة ماجستير(دراسة غير منشورة) ، جامعة الجزائر3 ، 2005 .

#### المواقع الإلكترونية :

- 1- [www.france24.com/ar](http://www.france24.com/ar) 10 :20 à 15/05/2016 مقال متاح على
- 2- مقال متاح على <http://www.albayan.ae/five-senses/mirrors> 10 :25 à 15/05/2016
- 3- مقال متاح على <http://www.elwatanmedia.com/ar/pp=7203> 10 :30 à 04/05/2016
- 4- قاموس المعاني، عربي عربي : <http://www.almaauy.com/ar/dict/ar> 11.45 à 04/03/2016
- 5- الضراب مازن ، مواقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها ،وحدة المعرفة، متاح على: <http://knol/-google.com> 11 : 00 à 22/03/2016
- 6- أن كولير ،لارى ماجد ،دليل أولياء الأمور لاستخدام الفيسبوك ، متاح على [www.connectsafely.org/reuse](http://www.connectsafely.org/reuse) 15 :40 à 21/12/2015
- 7- سلطان مسفر مبارك الصاعدي ، الشبكات الإجتماعية خطر أم فرصة ، متاح على:

25/12/2015 à 14 :00 [www.Alukah.net](http://www.Alukah.net)

8- متاح على : [http:// whatstechtargot.com/definition/google plus](http://whatstechtargot.com/definition/google_plus) le22/03/2016 à 09 :40.

9- متاح على: [www.webo.pedia.com/term/i/instagram.html](http://www.webo.pedia.com/term/i/instagram.html) (le 21/03/2016 à 10 :00)

10- ملاك بنت عبد الله ، الخصوصية في الشبكات الاجتماعية ،مركز التميز ، متاح على :

à 15:00 <http://coeia.edu.sa/index.php/ar/asuurance-awarness/articles> le15/05/2016

11- محمد جاسم لفحي الموسوي، عناصر عملية الاتصال والتواصل، مقال منشور في مدونة:

mass communication ، 14 اوت 2010.

12--وائل مبارك خضر فضل الله ، أثر الفايسبوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة (Sunipro-

[blogspot.com](http://blogspot.com) le 25/04/2016 a 16 :00)

# فائمة الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 08 ماي 45 قالمة

تخصص: تكنولوجيا الإعلام

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

والاتصال والمجتمع.

قسم الإعلام والاتصال وعلم

المكتبات.

استمارة بحث بعنوان :

## تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري.

دراسة على عينة من مستخدمي فايسبوك .

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في تكنولوجيا الإعلام والاتصال والمجتمع.

إشراف :

إعداد :

الأستاذ: مبارك زودة

● مصطفى سعو

● عامر عوايشية

● علاء الدين مديني

نرجو منكم مساعدتنا في ملئ هذه الاستمارة

مع العلم أن هذه المعلومات سرية ولا تستخدم إلا في أغراض علمية

لذلك نرجو منكم الإجابة على كل الأسئلة الواردة بتلقائية وبكل صدق وموضوعية.

تقبلوا منا فائق التقدير والإحترام وشكرااا.

❖ ملاحظة: الرجاء وضع علامة ( x ) أمام الإجابة أو الإجابات الصحيحة.

السنة الجامعية: 2015\_2016

**المحور الأول : البيانات الشخصية :**

1\_الجنس :

- ذكر

- أنثى

2\_الفئة العمرية :- من 18 - 24

- من 24 - 30

- من 30 - 36

- 36 - فأكثر

3\_الحالة الإجتماعية:

- أعزب (اء)

- متزوج (ة)

4\_المستوى التعليمي :

- متوسط

- ثانوي

- جامعي

- دراسات عليا

5\_الوظيفة :

: عامل

: دون عمل

: طالب

**المحور الثاني: دوافع ، عادات و أنماط إستخدام الشباب الجزائري للفيسبوك.**

1\_ ماهي أكثر مواقع الشبكات الإجتماعية التي تفضلها:

- فاييبوك facebook

- تويتر twitter

- يوتيوب youtube

- غوغل بلس google place

- انستاغرام instagrame

أخرى تذكر .....

2\_ منذ متى وأنت تستخدم الفاييبوك :

- اقل من سنة

- من سنة الى سنتين

- أكثر من ثلاث سنوات

3\_ هل تملك حسابا في مواقع الشبكات الإجتماعية التالية :

الموقع/الخيار	لا أملك حساب	حساب واحد	حسابين اثنين	أكثر من حسابين
فايبوك facebook				
تويتر Twitter				
يوتيوب youtube				
غوغل بلس google place				
أنستاغرام instagrame				

4\_ هل تضع في حسابك على فاييبوك:

- معلومات شخصية صحيحة  إذا كانت هذه إجابتك فلتجب على السؤال الخامس.

- معلومات مزيفة إذا كانت هذه إجابتك فلتجب على السؤال السادس.

5\_ لماذا تفضل وضع بيانات حقيقية في حسابك على فايسبوك :

- للمحافظة على السمعة الشخصية
- لسهولة التعرف علي من طرف الآخرين
- لكي أحافظ على مصداقيتي بين الآخرين
- للإبتعاد عن العلاقات المشبوهة

6\_ لماذا تفضل وضع بيانات مزيفة (مفبركة) في حسابك على فايسبوك:

- لسهولة التواصل مع الآخرين
- للتحرر من القيود الإجتماعية والأخلاقية والدينية
- لتجنب الأشخاص الذين يعرفونني
- للهروب من الرقابة الاجتماعية
- لسهولة إقامة علاقات إفتراضية مع الآخرين أو مع الجنس الاخر

7\_ ماهي الأوقات المفضلة لديك الإستخدام فايسبوك :

- لا يوجد وقت
- أستخدمها في وقت الفراغ
- أستخدمها في وقت الحاجة
- أخصص وقتا معيناً: صباحاً  مساءً  ليلاً

8\_ إن كنت تتصفح موقع فايسبوك بشكل يومي فكم من الوقت تقضيه :

- أقل من ساعة
- من ساعة الى ساعتين

- من ساعتين فأكثر
- لا أدري
- لا أتصفح موقع فايسبوك يوميا بصفة منتظمة

9\_ ماهي وسيلة تصفحك لموقع فايسبوك :

- الحاسوب المكتبي
- الحاسوب المحمول
- الحاسوب اللوحي
- الهاتف الذكي

**المحور الثالث :** الإستخدامات و الإشباعات المحققة للشباب الجزائري من خلال استخدامهم للفايسبوك :

1\_ ماهو الإسم الذي يظهر في بروفائلك الشخصي :

- الإسم الشخصي لأول

- الإسم واللقب

- اللقب

- إسم مستعار

2\_ ماهي اللغة المستخدمة من طرفك في فايسبوك:

- اللهجة الجزائرية

- الدارجة

- العربية

- الفرنسية

- الإنجليزية

- خليط بين كل هذه اللغات

3\_ كم عدد أصدقاؤك في فايسبوك:

- أقل من 50

- من 50 الى 100

- أكثر من 100

4\_ من هم أصدقاؤك في فايسبوك :

- أفراد لأسرة

- الأقارب

- الجيران

- الأصدقاء والزملاء

- أشخاص لا اعرفهم في العالم الواقعي

5\_ ماهي الإشباعات التي يحققها لك موقع فايسبوك ، رتبها حسب الأهمية :

- إشباعات إجتماعية

- إشباعات دينية

- إشباعات إعلامية

- إشباعات معرفية

- إشباعات نفسية

6\_ ماهي الإشباعات الإجتماعية التي يحققها ليك موقع فايسبوك :

- ربط علاقات صداقة

- ربط علاقات مع الجنس الاخر

- إيجاد حلول لمشاكلك الإجتماعية

7\_ ماهي الإشباعات الدينية التي يحققها لك موقع فايسبوك :

- زيادة المعلومات الدينية والتفقه في الدين

- معرفة سيرة النبي صلى الله عليه وسلم و الصحابة وصالحين

- معرفة أحوال المسلمين في شتى بقاع الأرض

8\_ ماهي الإشباعات الإعلامية التي يحققها لك موقع فايسبوك :

- التعرف على اخبار المجتمع

- الإطلاع على الأحداث العالمية

- مواكبة الأحداث

- أخرى تذكر.....

9\_ ماهي الإشباعات النفسية التي يحققها لك موقع فايسبوك:

- لتمضية الوقت
- للتواصل مع الاخرين
- للترفيه والتسلية
- للهروب من الواقع
- أخرى تذكر .....

10\_ هل تنوي مستقبلا :

- التوسيع من إستخدامك للفايسبوك
- الإنقاص من إستخدامك للفايسبوك
- أن تترك إستخدامك للفايسبوك كما هو
- التوقف عن إستخدام الفاييسبوك

11\_ هل بإمكانك التوقف عن إستخدام الفاييسبوك :

- نعم
- لا

\_ إذا كانت إجابتك "نعم" الى ماذا يعود ذلك؟

.....

### **المحور الثالث: تأثير الفاييسبوك على العلاقات الإجتماعية للشباب الجزائري.**

\_ مع من تقضي وقتنا أكثر :

- مع أفراد العائلة  إذا كانت هذه إجابتك إنتقل الى السؤال الثاني .
- مع أصدقائك الحقيقيين  إذا كانت هذه إجابتك إنتقل الى السؤال الثالث .
- مع أصدقائك الافتراضيين (الفايسبوكيين)  إذا كانت هذه إجابتك إنتقل الى السؤال الرابع . الرابع .

2\_ لماذا تفضل أن تقضي وقتنا أكثر مع أفراد العائلة :

- إحتراما للخصوصية

- للحميمية العائلية

- لتنمية الروابط الأسرية

- أخرى تذكر .....

3\_ لماذا تفضل أن تقضي وقتنا أكثر مع أصدقائك الحقيقيين :

- لتنمية الروابط الإجتماعية

- لتوثيق روح الصداقة

- لوجود مساحة أمان

- أخرى تذكر .....

4\_ لماذا تفضل أن تقضي وقتنا أكثر مع أصدقائك الإفتراضيين (الفايسبوكيين) :

- لسهولة الإتصال

- للتفاعلية اللامحدودة

- للتمتع بخصوصية أكبر

- أخرى تذكر .....

5\_ هل ترى أن فايسبوك قد أثر فعلا على علاقاتك الإجتماعية :

- تأثير سلبي  إذا كانت هذه إجابتك فلتجيب على السؤال السادس .

- تأثير إيجابي  إذا كانت هذه إجابتك إنتقل الى السؤال السابع .

- تأثير سلبي وإيجابي  إذا كانت هذه إجابتك إنتقل الى السؤال الثامن .

6\_ فيما يكمن التأثير السلبي للفايسبوك برأيك : .....

7\_ فيما يكمن التأثير الإيجابي للفيسبوك برأيك :

.....

.....

8\_ فيما يكمن التأثير الإيجابي والسلبي للفيسبوك برأيك : .....

.....

## فهرس الجداول :

الصفحة	العنوان	الرقم
63	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
63	توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئة العمرية	02
64	توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية	03
64	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	04
65	توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة	05
66	أهم الشبكات الاجتماعية المفضلة لدى أفراد العينة	06
67	أقدمية الشباب الجزائري في استخدام فايسبوك	07
68	عدد الحسابات التي يمتلكها أفراد العينة في مواقع الشبكات الاجتماعية	08
70	المعلومات التي يضعها أفراد العينة في حسابهم على فايسبوك	09
71	دوافع تفضيل أفراد العينة وضع بيانات حقيقية على فايسبوك	10
72	دوافع تفضيل أفراد العينة وضع بيانات مزيفة في حسابهم على فايسبوك	11
74	الأوقات المفضلة لدى أفراد العينة لاستخدام فايسبوك	12
76	الزمن الذي يقضيه أفراد العينة خلال تصفحهم لموقع الفايسبوك	13
77	الوسيلة المستخدمة في تصفح فايسبوك من طرف أفراد العينة	14
79	الاسم الذي يظهر في البروفايل الشخصي لأفراد العينة	15
80	اللغة المستخدمة من طرف أفراد العينة في فايسبوك	16
81	عدد الأصدقاء لدى أفراد العينة في فايسبوك	17
82	أصدقاء أفراد العينة في فايسبوك	18
83	يبين الإشباع التي يحققها موقع فايسبوك لأفراد العينة مرتبة حسب الأهمية	19
85	الإشباع الاجتماعية التي يحققها فايسبوك لأفراد العينة	20
86	الإشباع الدينية التي يحققها فايسبوك لأفراد العينة	21
87	الإشباع الإعلامية التي يحققها فايسبوك لأفراد العينة	22
88	الإشباع النفسية التي يحققها موقع الفايسبوك لأفراد العينة	23
89	توقعات أفراد العينة حول استخدامهم فايسبوك مستقبلا	24
90	رأي أفراد العينة حول إمكانية التوقف عن استخدام الفايسبوك	25
92	مع من يقضي أفراد العينة وقتا أكثر في فايسبوك	26

93	تفضيل أفراد العينة قضاء وقت أكثر مع أفراد العائلة	27
94	تفضيل أفراد العينة قضاء وقت أكثر مع أصدقائهم الحقيقيين	28
95	لماذا يفضل أفراد العينة أن يقضون وقتنا أكثر مع أصدقائهم الافتراضيين	29
96	تأثير فيسبوك على العلاقات الاجتماعية لأفراد العينة	30

# فهرس المحتويات

كلمة الشكر

الإهداء

الملخص

المقدمة ..... أ

## I. الفصل الأول : الإطار المنهجي

1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفروضها ..... 1
2. أهمية الدراسة و أهدافها ..... 3
3. منهج الدراسة ..... 5
4. مجتمع الدراسة و عييتها ..... 6
5. مفاهيم الدراسة ..... 10
6. الدراسات السابقة ..... 12
7. المدخل النظري للدراسة ..... 20

## II. الفصل الثاني : مواقع الشبكات الإجتماعية

1. المبحث الأول ماهية مواقع الشبكات الإجتماعية ..... 23
- المطلب الأول: تعريف مواقع الشبكات الإجتماعية ..... 23
- المطلب الثاني: نشأة مواقع الشبكات الإجتماعية ..... 25
- المطلب الثالث: أهمية الشبكات الإجتماعية ..... 27
- المطلب الرابع: خصائص الشبكات الإجتماعية ..... 27

30	.....	2. المبحث الثاني : أهم مواقع الشبكات الإجتماعية
30	.....	المطلب الأول : موقع فايسبوك facebook.com
33	.....	المطلب الثاني : موقع تويتر twitter.com
33	.....	المطلب الثالث : موقع يوتيوب youtube.com
34	.....	المطلب الرابع : موقع غوغل بلس google place.com
35	.....	المطلب الخامس : موقع انستاغرام instagrame.com
36	.....	3. المبحث الثالث : تأثير مواقع الشبكات الإجتماعية
36	.....	المطلب الأول: تأثير مواقع الشبكات الإجتماعية على القضايا الإجتماعية
36	.....	أ- الهوية
37	.....	ب- الخصوصية
37	.....	ج- العزلة الإجتماعية
38	.....	د- الأخلاق و القيم

### III. الفصل الثالث : العلاقات الاجتماعية و الشباب

40	.....	1. المبحث الأول : ماهية العلاقات الاجتماعية
40	.....	المطلب الأول : تعريف العلاقات الاجتماعية
42	.....	المطلب الثاني : أهمية العلاقات الاجتماعية
43	.....	المطلب الثالث : أنواع العلاقات الاجتماعية
45	.....	2. المبحث الثاني : الشباب

45	المطلب الأول : تعريف الشباب
46	المطلب الثاني : تحديد مرحلة الشاب
47	المطلب الثالث : خصائص الشباب
<b>48</b>	<b>3. المبحث الثالث: التواصل الاجتماعي</b>
48	المطلب الأول : تعريف التواصل
48	المطلب الثاني : عناصر عملية التواصل
50	المطلب الثالث : التواصل و الانترنت
<b>53</b>	<b>4. المبحث الرابع : التفاعل الاجتماعي</b>
53	المطلب الأول : تعريف الفاعل الاجتماعي
54	المطلب الثاني : شروط التفاعل الاجتماعي ومستوياته
55	المطلب الثالث : أشكال التفاعل الاجتماعي
<b>57</b>	<b>5. المبحث الخامس : المجتمع الافتراضي</b>
57	المطلب الأول : تعريف المجتمع الافتراضي
57	المطلب الثاني : خصائص المجتمع الافتراضي
	المطلب الثالث : مستقبل العلاقات الاجتماعية التقليدية في ظل العلاقات الافتراضية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية:
<b>58</b>	
59	المطلب الرابع : إيجابيات وسلبيات المجتمع الافتراضي

#### IV. الفصل الرابع : الدراسة الميدانية

60	1. المبحث الأول : البيانات الشخصية .....
63	2. المبحث الثاني : دوافع ، عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري للفايسبوك .....
75	3. المبحث الثالث : الإستخدامات و الإشباعات المحققة للشباب الجزائري من خلال استخدامهم للفايسبوك.....
89	4. المبحث الرابع : تأثير الفاييسبوك على العلاقات الإجتماعية للشباب الجزائري .....
95	5. المبحث الخامس : النتائج العامة للدراسة .....
97	الخاتمة.....
98	قائمة المراجع.....
103	الملاحق .....
113	فهرس الجداول .....
115	فهرس المحتويات .....