

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الحاج لخضر - باتنة -

نيابة العمادة لما بعد التدرج والبحث العلمي والعلاقات الخارجية

شعبة : علوم الإعلام والاتصال

قسم العلوم الإنسانية

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية
دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة

إشراف الدكتور
❖ جمال بن زروق

إعداد الطالبة
❖ مريم نريمان نومان

لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	الدرجة العلمية	الإسم واللقب
رئيسا	جامعة باتنة	أستاذ محاضر	كمال بوقرة
مقررا	جامعة سكيكدة	أستاذ محاضر	جمال بن زروق
عضوا	جامعة قسنطينة	أستاذ محاضر	مفيدة بلهامل
عضوا	جامعة باتنة	أستاذ محاضر	نور الدين جبالي

السنة الجامعية
2012/2011م
1433/1432هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

أحمد الله عز وجلّ بدايةً على منّ وكرمه وأشكره على توفيقه لإتمام هذا العمل

وإنجازه على هذا الوجه

وأقدم بخالص الشكر والامتنان لأستاذي الفاضل الدكتور بن زروق جمال على توجيهاته

ونصائحه الثمينة وعلى رحابة صدره وسعة أفقه.

الشكر كذلك للأساتذة الأفاضل: بوقرة كمال، مفيدة بلهامل، نور الدين جبالي

كما أتقدم بالشكر الجزيل لكل أساتذتي يتقدمهم: نصر الدين العياضي، زرمان محمد،

مقلاتي رياض، أحمد عيساوي، يامين بودهان، باديس لونيس.

وإلى كل من ساعدني في إنجاز هذه المذكرة وأخص بالذكر

أمينة عبد الصمد، حكيم قيدوم، زودة مبارك، منال كبور، ياسر لعرايبي، إيمان بخوش، بدري

باسم، نصيرة عباس.

كل من ساعدني لإتمام هذا العمل المتواضع بكلمة، بفكرة، بمرجع

شكرا لكم

إهداء

إلى أُمي الحبيبة أطل الله في عمرها

إلى روح أبي الطاهرة

إلى أختي صارة

إلى أخي عبد المطلب

إليكم فقط أهدى ثمرة جهدي (:)

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية من خلال دراسة عينة من مستخدمي موقع "الفايسبوك" في الجزائر ولقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين، حيث تم تقسيم الاستمارة إلى ثلاثة محاور: المحور الأول عادات وأنماط استخدام موقع "الفايسبوك" لدى الجزائريين، والثاني الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام "الفايسبوك"، أما المحور الثالث فتم الاعتماد فيه على مقياس "ليكرت" في محاولة منا لاستكشاف أثر استخدام "الفايسبوك" في العلاقات الاجتماعية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين أكثر من ثلاث ساعات في استخدام "الفايسبوك"، ويفضل أغلبهم خدمة التعليقات والردود بالدرجة الأولى. يستخدم أغلب أفراد العينة موقع "الفايسبوك" بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب الترفيه، وقد بينت النتائج أن هنالك فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور والإناث وتبين أيضاً أن المبحوثين الأكبر سناً يتعاملون بنوع من الوعي عند استخدامهم لموقع "الفايسبوك"، كما أسفرت الدراسة أن استخدام هذا الموقع يؤثر في الاتصال الشخصي وجها لوجه، وفي تفاعل المستخدمين مع أسرهم وأقاربهم وأصدقائهم كما يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي.

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

Abstract

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

The majority of our sample spend more than three hours in using Facebook and they prefer the service of comments and chatting; most of them use Facebook to communicate with family and friends in addition to learning new things .

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

Key words :social Networking websites, Facebook , Virtual community, Social relationship.

مقدمة

Login



إنَّ ما جاءت به التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال قد فتح آفاقاً جديدة وأحدث تغييرات عميقة في مختلفِ جوانبِ الحياةِ الإنسانية، الثقافية، الفكرية والاجتماعية، كما أثر بشكلٍ كبيرٍ على كافة أنماط الاتصال الإنساني، حيث

شير مفهوم تكنولوجيا الاتصال إلى التجهيزات والوسائل التي اكتشفتها أو اخترعتها البشرية لجمع

في حقول تكنولوجيا الاتصال أن يتيح لها الارتباط بكافة مجالات الأنشطة الإنسانية جزءاً مهماً في

معتبر الأنترنت التي نجحت إلى حد كبير في فتح

فرص جديدة أمام الأفراد للتفاعل ونقل همومهم ومشاكلهم افتراضية

كل من يتأمل التطورات التي طالت الحياة الاجتماعية بفعل التكنولوجيا الحديثة للاتصال، لابد

يلاحظ التغيير الكبير في العلاقات الاجتماعية في مجتمعاتنا فممَّ

بطريقة ما بالتطورات الهائلة المتتالية التي حدثت في المجتمعات في ظل العولمة،

الذي تغلغل في كل منحي من مناحي الحياة ليتحول الشخص إلى فرد افتراضي

يتفاعل ضمن مجتمع افتراضي وأصبح لهذا النوع من الاتصالات دور في مختلف المجتمعات

لتواصل بين افراد المجتمع غير انه طرح من جهة اخرى العديد من

المواجهي مثل تعابير الوجه والإيماءات وغيرها من طرق الاتصال التي عرفتها

ي نقطة تحول هامة في مجال الاتصال الاجتماعي.

نا في الفصل الثاني:

الاجتماعية نشأتها وكذا خصائصها إلى جانب التعرض لاهم الشبكات الاجتماعية واستخداماتها والقضايا التي تثيرها متمثلة في الخصوصية، الهوية الافتراضية والعزلة الاجتماعية.

الفصل الثالث

وتناولنا المجتمعات الافتراضية وكيف تساهم مواقع الشبكات الاجتماعية في تشكيلها

الافتراضية والفوارق بينها وبين نظيرتها الكلاسيكية.

تحليل وتفسير إجابات المبحوثين حول محاور

الإطار التطبيقي

الاستمارة التي تضمنت عادات وأنماط استخدام " "، الدوافع والحاجات التي تكمن وراء

" " وكذا الفيسبوك وتأثيره في العلاقات الاجتماعية

الفصل الأول

الإطار المنهجي و النظري للدراسة

ا. الإطار المنهجي للدراسة

اا. الإطار النظري للدراسة

Login



I. الإطار المنهجي للدراسة

1. إشكالية الدراسة

يحتل الاتصال مكانةً محوريةً في حياة البشر وفي مناحي حياتهم وأسباب رفاهيتهم، وقد أتاحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال فرصاً وإمكانيات جديدة في مجال التواصل فتعددت أشكاله ووسائله وتأثيراته.

هذه التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا الاتصال غيرت العديد من المفاهيم والأدوار، فالإنترنت مثلاً لم تعد تؤدي دور نقل المعلومات وإرسالها فقط وإنما أصبح لها العديد من الإنعكاسات الثقافية والاجتماعية. فتورة الجيل الثاني من الأنترنت بمختلف وسائلها التي يأتي في مقدمتها مواقع الشبكات الاجتماعية مثل "فايسبوك" "ماي سبيس" و"تويتر" أصبحت ظاهرة عالمية واسعة الانتشار استطاعت أن تجعل الشباب يتعلقون بها بشكل كبير نظراً للخدمات المتعددة التي أتاحتها والتي تتعلق بالدرجة الأولى باهتمامهم

" الذي أنشأه الأمريكي اليهودي "مارك زوكر بيرغ" 2004

ترك

ليصبح من أكثر المواقع استخداماً، نظراً للخدمات المتنوعة التي يقدمها وطبيعة التواصل الاجتماعي التي استخدمت هذه المواقع وإن كان يعبر عن صيحة تكنولوجية لافتة ساهمت بشكل كبير في ربط

أنه يميلنا أيضاً على الدور الخطير الذي ت

نترنت في عزل الأفراد اجتماعياً وتفكيك العلاقات بينهم في

طويلاً في التعامل مع الكمبيوتر والأنترنت ضمن فضاء المجتمع الافتراضي بطريقة لافتة تسترعي الاهتمام،
أ يؤدي إلى نوع من العزلة الاجتماعية عن الآخرين الواقعيين في حياتهم، والذي قد يقود إلى تأثيرات

سلبية في منظومة العلاقات الاجتماعية (الأسرة، جماعات الصداقة، علاقات الدراسة، الجيرة....).

ما يقودنا إلى الإشكالية التالية:

ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟

من خلال هذه الـ بالبحث في

لمعرفة مدى تأثير الاستخدام المفرط لمواقع الشبكات الاجتماعية التي

افتراضية

:

- " "
- الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام " "
- " "

وتندرج تحت هذه التساؤلات الفرضيات التالية:

- تختلف طرق استخدام " " لدى الجزائريين من مستخدم إلى آخر تبعاً لمتغيري الجنس والسن .
- " " في الجزائر إليه بسبب فراغ اجتماعي وعاطفي.
- " " يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من النشاطات الاجتماعية ويقلل من

2. مفاهيم الدراسة

تكتسب الحقائق والأشياء قيمتها من المعنى والصور المشتركة التي يرسمها الأفراد لها ويتفقون عليها في البيئة الواحدة، وهذه المعاني والصور تصاغ في شكل رموز ذات دلالة بحيث تستدعي هذه الرموز بمجرد ذكرها المعاني والصور التي تعبر عنها.

ويعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراساته وبحوثه بهدف الاتفاق على هذه المحددات والتعميمات والتفسيرات العلمية التي تقوم على بناء المفاهيم تظهر حاجتنا إلى هذه المرحلة لكي نحدد من خلالها جملة من المفاهيم والتي غالباً ما تتصادم في ذهن الباحث مع مفاهيم متشابهة¹.

1.2. الاستخدام

يبدو مفهوم الاستخدام من خلال النظرة الأولى مفهوماً واضحاً وبسيط المعنى غير ذي حاجة أو نشاط يتوخى ضبطه غير أن أية محاولة تستهدف ضبط المعاني والدلالات النظرية غامض ومتنوع يحتمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني الداخل في تركيبه تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة، الغموض الذي يحيط باللفظ مردهُ إلى استعماله في تعيين وتقرير وتحليل مجموعة السلوكيات والمظاهر².

ونقصد بالاستخدام في دراستنا هذه عملية التصفح التي يقوم بها الفرد في موقع "الفايسبوك" وعادات وأنماط هذا التصفح.

¹ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة: عالم الكتب، ص159
² أحمد عبدلي: مستخدمو الانترنت، (2002 2003) مذكرة ماجستير غير منشورة، قسنطينة: جامعة الأمير عبد القادر، قسم الدعوة والإعلام، ص4 6.

2.2. العادات

" " وهو سلوك إنساني وظاهرة فردية خاصة لها ضوابطها، تتكون مع التعلم وتكرار ، وتكرر في مواقف متشابهة. وجاء في المعجم العربي الأساسي " " فعلة الشخص حتى صار يفعله من غير تفكير. يتكرر على وتيرة واحدة¹.

ويشير مفهوم العادة في علم النفس إلى سلوك منتظم يكتسبه الفرد بفضل التعلم، وتستثيره مواقف محددة، يكتسبه بتكراره، وذلك استجابة لهذه المواقف بقدر من الثبات النسبي والاستقرار مع سهولة في الأداء إلى .²

أما في هذه الدراسة فنقصد بعادات استخدام الشبكات الاجتماعية مدى انتظام مستخدمي الشبكات الاجتماعية من خلال مستوى وحجم الدخول، الوقت المخصص لذلك، والفترات الزمنية والأماكن المفضلة بالإضافة إلى طريقة الاستخدام إذا كانت فردية أو جماعية.

3.2. الأنماط

جاء في المعجم العربي الأساسي " " جمعه أنماط ونماط وهي: - من الشيء جماعة من الناس أمرهم واحد.

ثلاث أكالات في اليوم أو نوم الأطفال واستيقاظهم في وقت محدد، فالنمط هو مجموعة متناسقة من السلوك التفاعلي الذي يقوم به الفرد الذي يربط بين الأفراد ويجعلهم يتأثرون ببعضهم ا متبادلا أو تأثيرا متبادلا³.

¹ عبد الكريم بابوري.(2005): عادات وأنماط مشاهدة طلبة سكيكدة للفضائيات العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر الإسلامية، قسنطينة الجزائر، ص15

² ابراهيم مذكور.(1975): معجم العلوم الاجتماعية، مصر: الهيئة العامة للكتاب، ص381

³ باديس لونيس.(2007 2008): جمهور الطلبة الجامعيين والانترنت: دراسة في استخدامات واشباكات طلبة جامعة منتوري - قسنطينة، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسنطينة: جامعة الأمير عبد القادر، ص10

ونقصد بأنماط استخدام الشبكات الاجتماعية تفضيلات الطلبة لما يتصفحونه في الإنترنت وأساليب

تعاملهم مع ما يفضلونه وما تتيحه هذه الوسيلة.

4.2. الإشباع

دافع، وتدلل الكلمة أيضا على الحال التي يتم فيها

ذلك، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر. فالتراكم والتنبيه يولد

إحساسا بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض للتنبيه كأنه

1.

5.2. الحاجة والرغبة

جاء في موسوعة علم الاجتماع أن الحاجة حالة أو أمر يضع المرء في موقف صعب أو محنة، وفي زمن

المصاعب والمتاعب بما يشعره بالعوز والرغبة إلى شيء ضروري².

عرف في مجال علم النفس على أنها حالة من التوتر أو عدم الإشباع يشعر بها فرد معين، وتدفعه إلى

التصرف متجها نحو الهدف الذي يعتقد أنه سوف يحقق له الإِ وهي لا تعني مجرد الافتقار، بل لا بد من

توفر الإحساس الملزم بضرورة تحقيق هذه الحاجة، إذا لا بد بالإضافة إلى إدراك النقص أو الافتقار إلى موضوع

الحاجة من وجود قوة دافعة محرّكة تحفز إلى العمل على الإشباع³.

وهناك فرق بين الحاجة والرغبة، فالرغبة هي الشعور بالميل نحو أشخاص أو أشياء معينة كرغبة الطفل في

تقبيل أمه مثلا، لا تنشأ من حالة نقص أو اضطراب كما هي الحاجة، بل تنشأ من تفكير الفرد فيها أو ذكره

4.

¹ محمد منير حجاب. (2004) المعجم الإعلامي، مصر: دار الفجر، ص 4874

² ميشيل مان. (1999) :موسوعة العلوم الاجتماعية، ترجمة عادل مختار الهواري، سعد عبد العزيز مصلوح، مصر: دار المعرفة الجامعية،

ص 483

³ محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 208

⁴ محمد محمود بني يونس. (2007): سيكولوجية الدافعية والانفعالات، ط1، عمان: دار المسيرة، ص 19

6.2. الدوافع

شار إلى مفهوم الدافع في اللغة الإنجليزية بكلمة motive ومعناها يحرك، فالدافع عبارة عن أي شيء

دفع أي حرك الشيء من مكان إلى مكان آخر وفي اتجاه معين¹.

"مفهوم افتراضي وإجرائي يمكن أن نلمس آثاره في سلوكياتنا المعرفية والانفعالية

والاجتماعية والفسولوجية أيضا، ويتضمن جملة من الحاجات والرغبات والاهتمامات التي تعمل على استثارة

الكائن الحي وتنشيط سلوكه وتوجيهه نحو تحقيق أهداف معينة²."

ونقصد بهذا المصطلح الأسباب التي دفعت مستعملي الانترنت إلى استخدام موقع "الفايسبوك"،

والحاجات والرغبات التي يريدون تلبيتها وإشباعها من خلال ذلك.

7.2. العلاقات الافتراضية

التي

التي إلى تحول حتى إلى في .

8.2. الإعلام الجديد

High tech Dictionary الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه

" وبحسب ليستر lester

هو مجموعة تكنولوجيات التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية

للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو³"

¹ محمد محمود بني يونس، مرجع سبق ذكره، ص ص 17 18

² المرجع نفسه، ص 15

³ عباس مصطفى صادق، (2008). الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، عمان: دار الشروق، ص 31

وتقوم فلسفة الإعلام الجديد على مبدأ استغلال بين الوسائل المحوسبة والشبكات الالكترونية الاتصالات المتقدمة للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور المهتم بالمعلومة التي تقدمها مؤسسة الإعلام بأقل

تر 1 .

..wikies وغيرها

8.3. الاتصال الوسيطي

2

بالاتصال الوسيطي في هذه الدراسة الاتصال عن طريق مواقع الشبكات الاجتماعية وتحديدًا موقع " الذي يعتبر كوسيط لنقل الرسائل بين المتفاعلين في الفضاء الافتراضي.

3. أسباب اختيار موضوع الدراسة

من اصعب مراحل البحث هو اختيار الباحث لموضوع بحث يساهم في إثراء المجال المعرفي، وهناك مجموعة من الأسباب دفعتنا للخوض في هذا الموضوع:

1.3. الأسباب الذاتية

- محاولة التعرف على أهمية مواقع الشبكات الاجتماعية في حياة .
- الرغبة في معرفة مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على ..
- الرغبة في التعرف على سبب نجاح الشبكات عبر الأنترنت في استمالة عدد كبير جدا من

¹ محمد عواد.(2011): مدخل إلى الإعلام الجديد،سلسلة مثقف في ساعة،نسخة إلكترونية تم استرجاعها بتاريخ 2012/02/10 من http://books.google.com.eg/books?id=QI-SxIoo-g=PP1&pg=PP1&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

² George Rodman.(2009) : mass media in a changing world, New York : McGraw ,p07

2.3. الأسباب الموضوعية

- يعتبر موضوع الدراسة حيوي وحديث إلى جانب قلة الدراسات العربية عموما والجزائرية خصوصا التي تدرس تأثير مواقع الشبكات .
- بشكل كبير بين مختلف الفئات في الجزائر سيما موقع " "

4. الجدوى النظرية والعملية للدراسة

1.4. الجدوى العلمية

- محاولة إعطاء تفسير علمي لظاهرة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيراتها، الامر الذي يؤدي إلى إثارة آفاق جديدة ويبرز أسئلة ومشكلات جديدة.
- قلة الدراسات الاكاديمية العربية التي تتناول موضوع مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيراتها.
- كمن أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على العلاقات الافتراضية مما يخلق بعض النقاط المهمة التي توضح
- نظرا لقلة الدراسات التي تتناول مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن تكون هذه

social informatics

المعري

"

لهذه

التي ير

على النسق الاجتماعي، أو التغيرات الناتجة عن تطبيق واستعمال تكنولوجيا المعلومات

1

¹ أحمد محمد الصالح.(2001): حياة على شاشة الإنترنت ، مجلة العربي، عدد 515.

(computer-mediated CMC

(CMO) ordinateur la communication médiatisée par communication)

المعرفي الذي يهتم بدراسة التفاعلات والاتصالات عبر الحاسوب (الانترنت)

1

2.4. الجدوى العملية

تنبع الأهمية العملية لهذه الدراسة من انها تدرس ظاهرة من اهم الظواهر الإعلامية المعاصرة
التكنولوجيا الجديدة ان تغير العديد من المفاهيم في المجتمع، وامام الإيجابيات الالفة التي تقدمها بات موضوع
تأثيرها في مختلف المناحي من الحياة واضحا سيما على التفاعل الاجتماعي وهو ما تسعى الدراسة إلى

تخدم ■ محاولة تلبية حاجات اجتماعية

5. أهداف الدراسة

عتبر مجال البحث العلمي مجالاً تختلف أهدافه وتتعدد معطياته ويهدف تبني أي باحث لموضوع
معين إلى سد الفضول المعرفي الذي يلزمه، وإزالة الغموض عن بعض القضايا، ولذلك تهدف دراسة تأثير

في إلى الأهداف التالية:

- معرفة الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في حياة الأشخاص.
- التعرف على أهم الخدمات التي توفرها
- معرفة مدى تأثير العلاقات الاجتماعية بسبب استخدام الشبكات الاجتماعية الافتراضية.

¹Rancois Magenot. (2004): *analyse semio-pragmatique des forums pédagogiques sur Internet*, hyperlectures, cybertextes et méta-éditions , p. 103-123. , [en ligne] http://w3.u-grenoble3.fr/espace_pedagogique/Chap6-defis.pdf

- التعرف على الأسباب التي ساعدت في انتشار العلاقات الافتراضية على حساب نظيرتها الواقعية.

6. منهج الدراسة

المنهج هو عبارة عن جملة الخطوات المنظمة التي على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة. يعرفه محمد طلعت بأنه وسيلة يمكن عن طريقها الوصول إلى

1.

ويرتبط اختيار المنهج المتبع في الدراسة بناء على الإشكالية التي تم تحديدها، وبما أننا في دراستنا هذه نسعى إلى جمع معلومات

فإن هذه الدراسة تندرج ضمن البحث الوصفية التي تهتم "

المعبرة	مجموعة	ومحاولة
(...)	محاولة	ير
		إلى
		في

2

المنهج تصوير وتوثيق الوقائع والحقائق الجارية ويهتم في مجال دراسة جمهور المتلقين بوصف حجم وتركيب هذا الجمهور وتصنيف الدوافع والحاجات والمعايير الثقافية والاجتماعية وكذلك الانماط السلوكية ودرجاتها او شدتها في هذا الإطار الإجابة على السؤال : لمن؟ أي جمهور المتلقين³.

¹ السيد أحمد مصطفى عمر. (2002) البحث العلمي، إجراءاته ومناهجه ، القاهرة: مكتبة الفلاح، ص166.
² مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بك. (2007): مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في الإعلام و العلوم السياسية، الإسكندرية: دار الوفاء، ص95
³ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره ،ص159

في جانبه

بشأن مختلف

التي في

التي في حياتهم¹.

المسح الوصفي في الدراسة يعود بالدرجة الأولى إلى اعتباره أحد الأشكال الخاصة بجمع

المعلومات عن الافراد وسلوكاتهم وإدراكهم ومشاعرهم واجهاتهم، كما يعتبر الشكل الرئيسي والمعياري لجمع

المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي او تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال

وهو ما نحتاجه في هذه الـ " استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات

الاجتماعية" حيث يسمح هذا المنهج بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد مثل السمات العامة

والاجتماعية والنفسية وكذلك أنماط السلوك الاتصالي وبالتالي فهو يتيح لنا معرفة درجات التأثير وكيفية التأثير

7. أدوات جمع البيانات

يُجمع التي بجمع²

وات التي وتم اعتماد هذه الأدوات باعتبارها

تسمح لنا بجمع معلومات عن المبحوثين في شكل معمق.

1.7. الملاحظة

محل في

¹. Frey فإن تعتبر

في توفره جمع ير².

1 مصطفى، السيد أحمد. (2003). البحث الإعلامي : مفهومه وإجراءاته ومناهجه ، " ط 2، العين : دار الفلاح للطباعة والنشر.
2 مورييس أنجرس.(2006):منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية،ط2 ، تر.بوزيد صحراوي،الجزائر:دار القصبية،ص107

ولقد اعتمدنا على الملاحظة في دراستنا هذه من خلال ملاحظتنا لتصرفات وتفاعلات الافراد في المجتمع الافتراضي الذي يتيح موقع " " من خلال متابعة المشاركات التي يضعونها على صفحاتهم وطبيعة التفاعل الذي يتجسد في التعليقات والمشاركات في صفحات الأصدقاء إلى جانب المعلومات الشخصية التي

2.7. الاستبيان

تعتبر أداة هامة من الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة بعناية ودقة بحيث تكون متسلسلة وواضحة في هذه الدراسة على أداة الاستبيان أو الاستقصاء التي وزعت على " " كأ نموذج باعتباره من أكثر المواقع استخداما حسب ما أفادت به العديد من

ويعتبر الاستبيان أكثر أدوات جمع البيانات استخداما لإمكانية جمع المعلومات من خلاله عن موضوع معين من عدد كبير من الافراد المجتمعين او غير المجتمعين في مكان واحد.

وتم اعتماد هذه الأداة في دراسة "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية" دراسة عينة من مستخدمي موقع "الفايسبوك" في الجزائر، للأسباب التالية:

■ العدة والتشتت بالشكل الذي يحدّ

أساليب أخرى كالمقابلة لهذا العدد الكبير في حين يستطيع الاستبيان تغطية عدد كبير من الأفراد —

- وفي

¹ احمد بن مرسلبي.(2005): *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال*، ط2، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ص203
² Asako. M, Kazumitsu.S.(2005): *Social intelligence design in online chat communication: a psychological study on the effects of "congestion"*, AI & Society,vol19(1).

■ استهدفت الدراسة دراسة تأثير الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية وهي المعلومات التي يمكن الـ

ومرت الاستمارة بمراحل عدة اولها النظر في التراث النظري للدراسة ومعاينة الدراسات السابقة المشابهة لهذه منها ثم صياغة أسئلة الاستمارة وتقسيمها إلى ثلاث محاور أساسية وهي كالآتي:

● المحور الأول: " " 12 (12 4).

● المحور الثاني: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام " "

11 (23 43).

● لمحور الثالث: " " 16 (39 24)

وتم اختيار العبارات على أساس فتوي¹

:

أ. البعد المتعلق بتأثير الاتصال عبر " في الاتصال الشخصي وجها لوجه.

ب. البعد المتعلق بتأثير استخدام " "

ج. " " الحفاظ على العلاقات الاجتماعية وتوسيعها.

د. البعد المتعلق بتأثير استخدام " "

تم اختبار صدقها بطريقتين أساسيتين:

ثم .

10

¹ تُدرکه الطالبه دون أن يظهر للمبحوث.

1

والملاحظات التي تم جمعها قمنا بإجراء التعديلات اللازمة

وإخراج الاستمارة في شكلها النهائي .

البيانات لتفسير

تفريغ

:

تفسيرا

أ. أسلوب التحليل الكمي

مئوية تأتي في

وتتيح استخلاص

للأرقام

: في هذه

للمتغير

في

■ التكرارات والنسب المئوية: و

للمتغير

الاتجاه،

تأثير الجنس،

متغير

التي

المتغيرات

■ مقياس الدلالة الإحصائية

2

لقد اعتمدنا في هذه الدراسة مقياس الدلالة

استخدامات أفراد العينة حسب متغير الجنس ()

أما كيفية تطبيق كا² فنقوم بداية بكشف قيمة كا² المحسوبة كالاتي :

$$\text{كا}^2 \text{ المحسوبة} = \sum \frac{(\text{التكرار المشاهد} - \text{التكرار المتوقع})^2}{\text{التكرار المتوقع}}$$

¹ تشكر الطالبة: الدكتور: نصر الدين العياضي أستاذ محاضر بجامعة الشارقة
الدكتور أحمد عيساوي أستاذ محاضر في جامعة باتنة
الدكتور جمال العيفة أستاذ محاضر بجامعة عنابة.

ثم بعد ذلك نقو² الجدولية بالرجوع إلى الجدول الذي أعده كارل بيرسون²

مقارنة قيمة درجة الحرية المحصل عليها بتوزيع القيم المختلفة التي تقابلها في الجدول مع أخذ نسبة احتمال الصدفة المطبقة في العلوم الاجتماعية والبالغة 5%¹.² المحسوبة أكبر من كا²

(0.05) فهذا يعني رفض الفرض الصفري وقبول الفرض ا

والعكس بالعكس.

■ مقياس شدة الاتجاه

قد اعتمدنا في دراستنا على مقياس ليكرت وهو المقياس المستعمل بصفة شائعة في العلوم الاجتماعية وفيه تطرح أسئلة على أفراد العينة ليجيبوا على كل : أوافق بشدة، أوافق، غير متأكد، أعارض بشدة².

الاتجاه	بترجيح وزمها	ويختلف
إيجابية	ولأننا اعتمدنا في دراستنا العبارات الإيجابية قد طبقنا القانون التالي:	

x1 تكرار +5 x2 تكرار +4 x3 تكرار 3

ن(عدد العبارات في كل بعد)

وبعد الحصول على النتيجة نقوم بمقارنتها بعدد المحايدين في كل بعد:

< مجموع	← الاتجاه إيجابي
> مجموع	← الاتجاه سلبي

¹ أحمد بن مرسلبي.(2007):مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال،الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية،ص473
² عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة(2010): الاعلام والمجتمع رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، الجزائر: دار الورسم، ص424

ب. أسلوب التحليل الكيفي

في

وتفسير

الميداني، ومقارنة مختلف البيانات حسب المتغيرات وذلك

بجانبه الميداني

8. مجتمع وعينة الدراسة

في

مجتمع

تعتبر

العينة التي

مجتمع

في

¹. ومجتمع البحث في دراستنا هذه هو مستخدمو موقع " في الجزائر.

● عينة الدراسة وطريقة اختيارها

نظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع ا

" في الجزائر دون غيرهم فقد تم اختيار العينة القصدية أو

" التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة حكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو

باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق

الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثلها تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب

². وعليه فلقد اخترنا عينة تتكون من 280 مفردة وقد تمت عملية توزيع الاستمارة في

الفترة ما بين نهاية جانفي إلى بداية فيفري 2012 :

(باتنة، مستغانم،)

¹ محمد شفيق.(1999):الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية،الإسكندرية:المكتب الجامعي الحديث،ص112

² أحمد بن مرسل،مرجع سبق ذكره،ص ص 197 198

(. ونظرا لعدم استرجاع بعض الاستثمارات وإلغاء أخرى فلقد كان العدد النهائي للاستثمارات 265

حسب متغيري الجنس والسن كالآتي:

جدول (1): يمثل توزيع العينة حسب الجنس والسن

تصنيف العينة		الفئات	المتغيرات
57.73%	153		الجنس
42.26%	112		
100%	265	المجموع	
46.79%	124	25 15	السن
37.73%	100	36 26	
15.47%	41	أكثر من 37	
100%	265	المجموع	

متغير نس الظاهرة

أعلاه خصائص

جنس الذكور

57.73%

153

من خلال هذه البيانات

42.36%

112

" "

socialbackers.com التي أشارت إلى أنه مع بداية عام 2012 بلغ عدد " " في

68% في حين بلغ عدد الإناث 32% .

أما من حيث الفئات العمرية فقد كانت فئة الذين تتراوح أعمارهم بين 15 25

37.73% ثم أكثر من 37

36 26

46.79%

" "

15.47%. وتعتبر هذه النتائج منطقية ذلك أن أغلبية الدراسات أثبتت

أكثر استخداما للإنترنت ومواقع الدردشة والشبكات الاجتماعية نظ حاجاتهم ورغباتهم التي يسعون

لتلبيتها والتي قد لا يجدها لدى الفئات

9. الدراسات السابقة

لقد اعتمدنا لانجاز هذا البحث على عدد من الدراسات التي لها ارتباط باستخدام الشبكات

وتأثيراتها لم تعالج تأثير الشبكات الاجتماعية على العلاقات

أشمل وهو دراسة آثار الأنترنت عموما أو الشبكات الاجتماعية من حيث الاستخدام،

التأثيرات والاتجاهات وغيرها.

1.9. الدراسات الأجنبية

❖ الدراسة الأولى: Keith N. Hampton لصالح مركز الأبحاث

PEW و American life project بتاريخ 16 2011

¹، الدراسة انطلقت من محاولة دراسة التأثير الاجتماعي لاستخدام مواقع الشبكات

: .twitter facebook, linkedIn, my space

* لت الشبكات الاجتماعية الأشخاص وقطعت علاقاتهم الاجتماعية؟ ام انها ساعدت في ربطهم

بآخرين ؟ وقد قرر كل من مركز أبحاث "pew" للأنترنت و American life project

اجتماعية من خلال مسح شامل لها و

وكانت نتائج الدراسة ما يلي:

79% من البالغين الأمريكيين يستخدمون الأنترنت وتقريبا نصف عددهم

حوالي 47% (59% من مستخدمي الأنترنت)

¹ Keith N. Hampton and al.(2011), **social networking sites and our lives**, Pew Research Center's Internet & American Life Project, [online] <http://pewinternet.org/Reports/2011/Technology-and-social-networks.aspx>

. وهذا ما يقارب ضعف نسبة البالغين الذين استخدموا الشبكات الاجتماعية في

2008 والتي كانت حوالي 26% (34% من مستخدمي الانترنت). إلى ذلك أن

عمر هؤلاء البالغين المستخدمين للانترنت قد تغير من 33 سنة إلى 38 سنة في 2010. وحوالي نصفهم هم في عمر 35. 56%

Facebook 92%

في حين يستخدم 29% my space 18% linkln 13%

.twitter

هناك فرق كبير في طريقة استخدام الأشخاص لمختلف مواقع الشبكات الاجتماعية حيث 52%

33% " " twitter بصورة يومية في حين 7%
linkln % 6 my space " " في

:

- 5% يحدثون صفحتهم الشخصية.

- 22%

- 20%

- 26% يحبون المضمون الذي يضعه الآخرون.

- 10%

كما توصلت الدراسة إلى أن العلاقات الاجتماعية في أمريكا أكثر حميمية مما كانت عليه قبل

إلى أن استخدام " ساعد بشكل كبير في إيجاد علاقات وثيقة .

جزء صغير فقط من مستخدمي " في أمريكا لم يلتقوا بأصدقائهم في " .

أهمية

Cathy Harisson و Mark Grindeland

❖ الدراسة الثانية:

ShesConnected

"1

لنتها بالأبحاث

Multimedia Corp

الاجتماعي لإشراك المرأة في مختلف النشاطات المجدية والمهمّة

، ولقد انطلقت هذه الدراسة من التساؤلات التالية:

اللاتي تستخدم من الشبكات الاجتماعية؟ كيف تستخدم المرأة الشبكات الاجتماعية ولماذا ؟ وما

خصائص الشبكات الاجتماعية أهمية بالنسبة لهن؟

وكانت النتائج التي توصلت إليها الدراسة في ما يلي:

- تشترك أغلب النساء عينة الدراسة في موقع " " 83% يليه لينكدن، ثم تويتر.

- 59% شبكات الاجتماعية مرتين في اليوم.

- 63% من النساء تتصلن بأصدقائهن في الشبكات الاجتماعية 34% تشتركن في مجموعات لها

17% مجتمعية، 13% لها علاقة بالهوايات. 83% 50 صديق في الشبكات

. 93% أن التحكم في إعدادات الخصوصية من أهم خصائص الشبكات الاجتماعية

بالنسبة لهن، في حين أن 86% تفضل منع بعض الأشخاص من الاتصال بهن، 72%

. 71%

.(55%)

2.9. الدراسات العربية

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

❖ الدراسة الأولى: قام بما الدكتور حلمي خضر بعنوان تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات

(دراسة ميدانية في ¹) إلى تأثيرات عبر الإنترنت في

في . الهدف اختبار (471)

21 وأما متغيرات :

المهني والحالة الإنترنت

في سنوات الخبرة في . إلى

الإنترنت في تأثير الإنترنت في

تأثيره في . متغيري في التأثير؛

عبر الإنترنت تأثيراً في

44.4% وتأثيراً في اتصالهم 43%

عبر الإنترنت في 28.8% في عبر

الإنترنت. إلى تأثير للإنترنت في

تمثل في 44.7% في

43.9% . التي الإنترنت

64.5% 40.3% بالاغتراب

. مجتمعه

¹ حلمي خضر ساري. (2008)، تأثير الاتصال عبر الأنترنت في العلاقات الاجتماعية دراسة ميدانية في المجتمع القطري، دمشق: مجلة جامعة دمشق، المجلد 24، العدد الأول والثاني، ص 295

❖ الدراسة الثانية: : المواقع الاجتماعية وتأثيرها على

¹، تهدف هذه الدراسة إلى دراسة تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على المجتمع السعودي

تأثير هذه

ثمانية أسئلة

الأمير كفاءة تمثل

التي

هذه

التي يقضيها في . وكانت نتائج

الدراسة كالاتي:

- 86% مشاركات في 14% بير .
- 86% من الطالبات المشتركات في الشبكات الاجتماعية 40% مشتركات في " .
- 36% " " لتمضية الوقت، في حين 31%
- 18% 10% لأسباب تخص الدراسة والعمل، و5%
- الموقع ومجاعة العصر الحالي.
- 56% من الطالبات لا تعتقدن انهن ستواجهن صعوبة إذا تركن استخدام الشبكات الاجتماعية في حين ان 44%
- 70% من المشتركات في الشبكات الاجتماعية دخول مادون 18 سنة إلى هذه المواقع.

3. الدراسات المحلية

❖ الدراسة الأولى: " : في في

للإعلام " ماجستير

¹ بنان علي دخيل، مشاعل البشر: المواقع الاجتماعية وتأثيرها على المجتمع السعودي، تم استرجاعها بتاريخ 2012/01/15 من: www.psu.edu.sa/pscw/index.html

2004

: الاتصال في يجسد

الانترنت

وتوصلت هذه الدراسة التي تصنف ضمن البحوث الوصفية والتي اعتمدت على المسح بالعينة إلى

:

- الانترنت

- البريد الالكتروني ثم

- للانترنت لم

❖ الدراسة الثانية: ¹(2007 2008): منتديات المحادثة والدردشة الالكترونية

دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع مذكرة ماجستير

وتندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، انطلقت من الإشكالية التالية:

المحادثة الالكترونية، وما هي انعكاساتها على الفرد والمجتمع؟

:

- الفئات

- التي الانترنت إلى الإلكتروني

- التي الإلكتروني

- الإلكتروني الإنترنت

- المترتبة الإلكتروني

¹ ابراهيم بعزیز. (2007 2008): منتديات المحادثة والدردشة الإلكترونية دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع، مذكرة ماجستير غير منشورة، الجزائر: جامعة بن يوسف بن خدة، قسم علوم الإعلام والاتصال.



- الإلكتروني
- تعتبر الإلكتروني إلى
- واقتضت طبيعة الدراسة وهدفها استخدام المسح الميداني بالعينة من خلال استمارة اشتملت على 220 .
- تمت في 11 انترنت، في :بني
- ديدوش تم
- الأشخاص الإنترنت .ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:
- (50%) والفئات
- لها هي التي تتراوح 15 25 . %58
- ثم الانجليزية، ثم ثم تأتي .
- الإلكتروني في مقاهي الأنترنت.
- في الفترات غيرها.
-
- المعايير التي يختار :
- الثقافي %29 الجنس %25.3 %19.5 %16.3 %09.04
- الافتراض عبر %73
- الانترنت 20.5% .
- الإلكتروني عبر %48.5
- %12 .

-

إلى 27.5%

.

- - - إلى الافتراض جماعة

جماعتهم الأولية.

- 59% الإلكتروني

- 61.5% في الأشخاص

التي لهم.

❖ الدراسة الثالثة: (2010 2009)

لمضامين الأنترنت دكتوراه جامعة الجزائر، انطلقت الدراسة من الإشكالية التالية:

- الاتصالية التي تظهر على الشباب الجزائري أثناء تعرضه لمضامين شبكة الانترنت

لقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي وعلى أداة الاستمارة والمقابلة ومن أهم النتائج التي توصل إليها:

- الانترنت

- (54%) من مجموع مستخدمي شبكة الانترنت من الشباب يلجئون إلى مواقع الشبكة

- 62.5% من الذكور مواقع الانترنت مدد زمنية تتراوح من ساعة إلى ثمان ساعات

، دون فرق كبير مع فئة الإناث ، حيث تستعمل (60) من الإناث الشبكة أيضا لنفس

- الانترنت 30%
- الاتصال بالآخرين باستخدام البريد الالكتروني أو
لالكترونية الآنية بنسب متقاربة، على التوالي (23%) (21%) (11%)
، ثم يليه غرض الاستماع إلى الأغاني، الأفلام،
الألعاب الالكترونية وتحميلها وكذا الدخول للمواقع الرياضية بنفس عدد التكرارات وبنسبة (6%)
بمجموع مفردات العينة.
- تبين من خلال نتائج تحليل الاستمارة أن اغلب الذكور يستخدمون شبكة الانترنت من أجل
التواصل الالكتروني (المحادثة والردشة ، إرسال البريد ..) (51%) ث في
(49%)
- دال على اهمية الاتصال الالكتروني في حياتهما كليهما، ويبدو ايضا من البيانات أعلاه أن الفتيات
تملن أكثر لاستخدام الانترنت ل
(58,5%)
- الفئة الغالبة من الشباب (59%) تعتقد ان هذه الوسيلة ضرورية في حياتهم اليومية،
تحقق لهم حاجات ورغبات معرفية ووجدانية واندماجية لا يستطيعون تحقيقها بوسائل أخرى.
- النسبة الغالبة من الشباب الجزائري تستخدم الجانب التواصلية للانترنت من اجل إرسال البريد
الالكتروني بنسبة (27%) ، ثم تليها ن (24%)
الالكترونية عبر غرف الشات الخاصة والعامة التي توفرها بعض المواقع.
- (66%) من مجموع مفردات العينة يستخدمون أسماء
34% اهم لا يخفون اسمائهم.

- الغالبة من الشباب المدروس لا يجدون حرجا من إجابة طلبات دردشة الكترونية مع أشخاص
ؤلاء باستكشاف عوامل
اشخاص اخرين، بالتعرف على ثقافتهم، عاداتهم، انماط عيشهم
الجنس .
- فئة من الشباب الجزائري كان دافعها الأساسي للدردشة مع أشخاص غرباء تكوين علاقات
غرامية مع الجنس الآخر.
- (67.5%) من مجموع المبحوثين انهم لم يسبق لهم وان التقوا باشخاص اقاموا معهم علاقات
افتراضية .
- (43.5%) تريحهم إحساس بالفراغ و
شبكة الانترنت (17%)
بالقلق والاضطراب النفسي حين لا يستخدمون الانترنت.

4. مناقشة الدراسات السابقة

ما من شك أن في الدراسات السابقة

البحث بعده التأصيلي النظري وكذا الانطلاق من تراكم معرفي يساعدنا في صياغة فرضيات الدراسة:

- تميز **الدراستين الأجنبيةين** بأهمية بالغة الأولى بدراسة تأثير استخدام الشبكات
الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية في حين
الاجتماعية دون دراسة التأثير، غير أن الملاحظ هو أن الدراسة الأولى توصلت إلى نتائج مختلفة عن النتائج
التي توصلت إليها دراسات أخرى فيما يتعلق بتأثير الشبكات الاجتماعية أو الاتصال عبر الأنترنت عموما في
" " ساعد بشكل كبير في إيجاد علاقات وثيقة بين

. تبدو هذه النتيجة منطقية عندما ندرك بأن أغلبية أصدقاء المبحوثين هم أصدقاء لهم في الواقع قبل

" " جزء صغير فقط من المتواصلين معهم عبر الموقع.

بشكل كبير في صياغة اسئلة الاستقصاء نظرا إلى انها تدرس الاستخدام وكذا التأثير خاصة الدراسة الأولى الأقرب إلى دراستنا موضوعا ومنهجيا.

- أما الدراسات العربية لمقد اهتمت الأولى بدراسة تأثير الاتصال عبر الأنترنت عموما في العلاقات الاجتماعية في حين الثانية تاتي المواقع الاجتماعية في المجتمع السعودي من خلال دراسة عينة من

وكلتا الدراستين ذات أهمية بالغة حيث ساعدتنا في صياغة الفروض الخاصة بالدراسة. نظرا إلى انها من البحوث الوصفية والتي اعتمدت المسح بالعينة والتي تقترب إلى موضوع دراستنا في شقه المتعلق بتأثير الاتصال عبر الأنترنت عموما وتأثيره في العلاقات الاجتماعية وتخصص الثانية تأثير الشبكات الاجتماعية، غير أن عينة هذه الاخيرة محوم الشكوك حول تمثيلها للمجتمع الحقيقي المتمثل في المجتمع السعودي، نظرا إلى انها اقتصرت على عدد من الطالبات فقط في حين أنه يمكن أن يكون هناك اختلاف في تأثير المواقع الاجتماعية حسب متغير الجنس وبالتالي يكون التأثير مختلفا. ،وقد استفدنا كثيرا من هاتين الدراستين إذ زادت من اطمئناننا للمنهج المستخدم بالإضافة إلى تحديد أكثر للأسئلة التي تضمنتها أسئلة الاستقصاء.

أنه يصعب بطبيعة الحال إسقاط نتائج هذه الدراس () على البيئة

الجزائرية والمستخدم الجزائري، ذلك أن البيئة الجزائرية تختلف كلية عن البيئات الأخرى

ساعدتنا هذه الدراسات كثيرا في جانبها المنهجي والنظري مع مراعاتنا لطبيعة كل مجتمع وخصائصه.

- الدراسات المحلية أهمية عن نظيرها الاجنبية والعربية في مجال دراسة تاتي الانترنت؛

حيث تلقي الأولى الضوء على تأثير التكنولوجيا الحديثة في طبيعة الاتصال بين الشباب وتناول الدراسة الثانية

تأثير منتديات الدردشة الالكترونية على الفرد والمجتمع

مضامين الأنترنت

ولى مختلفة

التي

هذه الخدمة

الالكترونية

ولى توصلت إلى أن استخدام التكنولوجيا لم يمنع المستخدمين من

الحفاظ على علاقاتهم الاجتماعية.

بالنسبة للدراسة الثانية فقد بينت ان الاتصال عبر منتديات الدردشة له انعكاسات كبيرة على الفرد والمجتمع

المجتمعات الافتراضية على الانترنت.

الدراسة الثالثة فلقد توصلت إلى نتائج منطقية جدا خاصة وانها اعتمدت على اداه الاستبيان والمقابلة التي

ساعدت الباحث في التعرف على العديد من اتصالاته المباشر مع الشباب عبر الأنترنت.

ل إلى نتائج

دام منهج مناسب هو المسح بالعينة وساعدتنا كثيرا في صياغة فر

مجتمع البحث وهو المستخدم الجزائري للأنترنت.

II. الإطار النظري للدراسة

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

1. مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع وفروضها

هي النظرية التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية . وتنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام. : نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية أكثر قوة من المتغيرات .

1 .

شباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظم

المرتبطة بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام. رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون

2

:

ما هي الإشباع التي يحققها؟ وتنطوي هذه الأسئلة

¹ محمد منير حجاب، (2004) المعجم الإعلامي، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 584.
² حسن عماد مكاي، ليلى حسين السيد. (2004): الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط5، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص 239

عن انتقال موضوع التأثير من مضمون المادة الإعلامية فحسب، إلى السياق الاتصالي برمته، فمنبع الإشباع التي يح المتلقي من الإعلام الجماهيري، قد يتعلق بالمضمون الخاص للرسالة أو بالتعرض للوسيلة الإعلامية بحد ذاته.

1 .

الاستخدامات والاشباع على الطرق التي يختارها المستهلكون بنشاط لتلبية حاجاتهم الخاصة، فهذه النظرية ترى المستخدمين كمستهلكين سلبيين تسيطر الصناعة الإعلامية على سلوكياتهم ولكنها ترى بأنهم مسؤولون

2 .

وبلخص كاتز وزملاءه الفروض الأساسية للنظرية فيما يلي³:

- جمهور وسائل جمهور نشط ويتسم بالإيجابية والفاعلية ويرتبط استخدامه بوسائل الاتصال بأهداف محددة لديه.
- يختار الجمهور وسائل التي يوقع منها .
- المؤسسات الرسمية وغيرها وتتأثر العلاقة بين الجمهور ووسائل الاتصال بعوامل بيئية عديدة
- هور قادر على تحديد اهتماماته واحتياجاته ودوافع تعرضه لوسائل الإعلام وبالتالي يختار الوسائل التي
- معايير الثقافية السائدة في المجتمع ويتحدد في ضوء الجمهور هو الذي يحدد طبيعة استخدامه للمحتوى الذي يرغب فيه.

2. عناصر نظرية الاستخدامات والاشباع:

¹ فريال مهنا، فريال مهنا: (2002) علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دار الفكر المعاصر، بيروت، ص 155.
² George Rodman.(2009) : **mass media in a changing world**, New York : McGraw –hill, P55
³ ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد(2006): نظريات الاتصال، القاهرة: دار النهضة العربية ص ص 260 261

- افتراض الجمهور النشط: Howit إلى الجمهور باعتباره

الرسالة وتأثيرها الفعال حتى ظهر مفهوم الجمهور العنيد الذي يبحث ع
يتعرض إليه، ويتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم هذا المحتوى¹ حيث أعاد هذا الافتراض النظرية التي كانت
تنظر للجمهور باعتباره له ولا قوة ويسهل التأثير عليه ه جمهور
نشيط ينتقي ويختار ما من رسائل ووسائل الاتصال ليشبع حاجاته في النهاية².

- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام:

إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم ويفسرون

تؤدي إلى

أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام³.

مبريقي غرفية والاجتماعية في التعرض

4

:

- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

الإعلام ولكن بوجه عام فإن معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض إلى فئتين هما⁵:

*دوافع نفعية: وتستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم

بوجه عام والتي تعكسها برامج الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

*دوافع طقوسية: الاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة والهروب من

المشكلات وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل المسلسلات والمنوعات وغيرها.

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد. مرجع سبق ذكره، ص243

² مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، المرجع نفسه، ص267

³ حمدي حسن (1991): الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مصر: دار الفكر العربي، ص21

⁴ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد. مرجع سبق ذكره، ص244

⁵ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد. مرجع سبق ذكره، ص 246 247

- التوقعات من وسائل الإعلام " كاتز أن التوقعات هي الاشباكات التي يبحث عنها"¹
فالتوقعات تساهم في اختيار الوسائل والمضامين، وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقا للفروق

شرام في هذا الشأن أن يختم

المتاحة التي يظن انها سوف تحقق له الإشباع النفسي المطلوب²

- التعرض لوسائل الإعلام أشارت دراسات عديدة إلى وجود علاقات ارتباط بين البحث عن الاشباكات والتعرض لوسائل الإعلام، ويعبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور، وقدترته على اختيار المعلومات التي تلي احتياجاته³.

- اشباكات وسائل الإعلام: تعد اشباكات وسائل الإعلام بمثابة المحصلة التي تترتب على استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام وتتوقف الاشباكات التي تتحقق لدى الجمهور وفقا لنوع الوسيلة ونوع المضمون

4

* اشباكات المحتوى:

* اشباكات العملية: وهي لا ترتبط بخصائص محتوى

:

النشاط والنوع الثاني اشباكات شبه اجتماعية كالتخلص من الملل وعدم الشعور بالوحدة والشعور بالتواجد مع

¹ حمدي حسن، المرجع نفسه،ص23

² ويليام ريفرز وآخرون(2005): الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، ترجمة أحمد طلعت البشيشي، مصر: دار المعرفة الجامعية،ص296

³ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره،ص248

⁴ مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، مرجع سبق ذكره،ص 276 277

3. تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في الاتصال الرقمي

مع التطورات التي تشهدها شبكة الأنترنت لم تستطع العديد من نظريات التأثير مواكبة هذه التغيرات؛ وهذا ما جعل نظرية الاستخدامات والإشباع تنصدر العديد من البحوث التي تدرس استخدام الأنترنت والتي يأتي في مقدمتها استخدام الاتصال الرقمي الدخول للشبكة هو أحد بدائل الاستخدام التي يختار الفرد من بينها لتلبية حاجاته وذلك لسهولة تطبيق الفروض الخاصة بنظرية الاستخدامات والإشباع في هذه البحوث والدراسات.

غير أن تطبيق هذه النظرية في بحوث الاتصال الرقمي يتطلب مراعاة عدد من النقاط الأساسية التي نوجزها فيما يلي¹ :

إذا كانت فروض النظرية تشير إلى نشاط جمهور وسائل الإعلام والاستخدام الموجه لتحقيق أهداف فإن فئات جمهور مستخدمي الشبكة أكثر نشاطا ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي استخدام شبكة الأنترنت في الاتجاهين التاليين الأول هو الاتصال بالغير من خلال الوسائل المتاحة عبر الشبكة سواء كان المستخدم مرسلا أو مستقبلا. والثاني هو التجول بين المواقع المتعددة لتلبية الحاجات المستهدفة والتي يتصدرها الحاجات المعرفية بالإضافة إلى الحاجة إلى التسلية والترفيه أو الحاجة إلى الإعلان والتسويق..

- لا تعتبر شدة الاستخدام بصفة عامة دليلا على الحاجات، حيث أن التجول بين المواقع المختلفة سمة من سمات استخدام شبكة الأنترنت ولذلك يفضل البحث في عادات الاستخدام والأنماط السلوكية له.
- يفرض استخدام شبكة الأنترنت والتجول بين مواقعها دراسة مشكلات الاستخدام وقدرة المستخدم على للدلالة على قوة الاستخدام والارتباط بهذه المواقع ومحتواها او وظائفها، كما يجب وضع في عين

¹ محمد عبد الحميد. (2008): الاتصال والإعلام على شبكة الأنترنت، ط1مصر: عالم الكتب، ص 254 (بتصرف)

افتراضية تلبي حاجات مجموعات محددة من الأشخاص وبالتالي خلق مجتمع كثيرون فيه غير قادرين على إيجاد حاجاتهم خارج بيئة الانترنت¹.

ويعتبر تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباع اليوم في دراسات مواقع الشبكات الاجتماعية ذو أهمية بالغة، حيث وبعد استعراض الأدبيات السابقة تم التوصل إلى أكثر العوامل لفتا بالنسبة لنظريه والاشباع والتي لها علاقة مع الشبكات الاجتماعية، حيث وجد park (2009)

:

، الحصول على المعلومات، في حين وجد Eastin و LaRose (2004)

في: التسلية والترفيه إلى جانب الحاجات

* الاشباع الاجتماعية

تعتبر الاستخدامات الاجتماعية في

يميلون إلى التعرف

. وكذا خلق الشعور بالانتماء إلى المجتمع.

ولقد توصلت في هذا الصدد دراسة Raacke and Bonds-Raacke (2008) إلى أن 96%

. 91.1%

².

، في حين أ 56.4%

¹ Augustin J. Gallion(2008): **Applying the Uses and Gratifications Theory to Social Networking Sites A Review of Related Literature**;Indiana University, [online] http://ipfw.academia.edu/AugustinGallion/Papers/1130381/Applying_the_Uses_and_Gratifications_Theory_to_Social_Networking_Sites_A_Review_of_Related_Literature

² JOHN RAACKE; JENNIFER BONDS-RAACKE(2008).my space and facebook applying the uses and gratification theory to exploring friend networking sites, **CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR**,vol 11(1).p171

² Augustin J. Gallion,op cit

ولقد كشفت العديد من الدراسات التي لها علاقة بالاستخدامات والا

بالدرجة الأولى

. ويميل المستخدمين إلى استخدام الشبكات الاجتماعية اجتماعيا نظرا للتعامل

محدودة التي توفرها "تويتر"

tweets

الهاتف أو البريد الإلكتروني أو موقع انترنت، تخصص للمشاركين مع

موقعه صفحة تستعرض آخر المستجدات، كما يمكن اختيار الحصول عليها عبر الهاتف من خلال الرسائل

القصيرة SMS أو من خلال رسالة بريد إلكتروني،

*التعريف بالذات: توصلت الدراسة التي قام بها بارك واخرون (2009) إلى أن عديد المنتمين إلى مجموعات

" يستخدمونها لتقديم انفسهم وتطوير علاقاتهم المهنية،

بالحفاظ على شخصية الفرد في الأنترنت والتي تتكامل مع شخصيته الواقعية هو مقدار الكشف الذاتي

نه من الاتصال، ويقترح¹ Tufecki (2008)

العوامل التي تساعد الشخص في تقديم نفسه عبر الشبكات الاجتماعية والتي تتمثل في الصداقات والعلاقات

الاجتماعية، مكان الإقامة، وغيرها.

* الحصول على المعلومات:

ول على المعلومات المخصصة لهم على الشبكات الاجتماعية

" "

¹ Ibid

وحسب الدراسة التي قام بها كل من Ancu Cozma (2009)

والاشباعات في الإشباعات الس

الترفيه، والتفاعل والاجتماعي Ancu cozma¹

المعلومات السياسية في موقع myspace %67 " "

. وإلى جانب هذه الاستخدامات تتعدد

التعاون، وغيرها وأيضاً الاستخدامات الإعلامية مثل

إلخ..

في الماضي نظراً للطبيعة الفردية للنموذج،

على أنه من البديهيات المعروفة ومن خلال التجارب الشخصية للأفراد أن جمهور وسائل الإعلام يسعى لإشباع حاجات ورغبات معينة من تعرضه لوسائل الإعلام واستخداماته المختلفة لها. ولكن هذه المسألة أفرزت بحوثاً معقدة ومتداخلة في الأفكار النظرية المتعلقة بها والمتغيرات البحثية المتنوعة التي لا بد من معرفتها، وبحث أوجه العلاقة بينها لبلورة الرؤية حول الأسباب والدوافع التي تحققها، ولذلك تعتبر بحوث الاستخدامات

أيضاً سلوكهم في علاقاتهم بهذه الوسائل وكذلك اتجاهاتهم نحوها من حيث قدرتها على إشباع احتياجاتهم².

في الشبكات الاجتماعية

¹ Augustin J. Gallion, op cit

² محمد بن سعود البشر. (2003) قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، بحث منشور في المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، العدد 83، ص 41 44



لهذه المواقع يجعلنا نوقن تماما أنه ما

مي الأنترنت الذين يتجهون

الكثير لبحثه فيما يتعلق بدراسة العلاقة بين

الفصل الثاني

مواقع الشبكات الاجتماعية و استخداماتها

- I. ماهية الشبكات الاجتماعية
- II. أهم مواقع الشبكات الاجتماعية
- III. استخدامات الشبكات الاجتماعية و القضايا التي تثيرها

Login



تمهيد

مما لا شك فيه أن التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال الحديثة غير أنماط كثيرة في حياة الناس بعد مساهمة هذه الأخيرة في العديد من القضايا التي ترتبط حتى بالعلاقات الإنسانية. فتكنولوجيا الأنترنت مثلاً بلغت درجة متقدمة من التطور فبرز الجيل الثاني من الأنترنت الذي قلب الكثير من المفاهيم وأتاح عديد الخدمات من خلال وسائله المتنوعة التي يأتي في مقدمتها مواقع الشبكات الاجتماعية عبر الأنترنت؛ وهي ظاهرة برزت خلال السنوات الخمس الماضية وتطورت منذ بداية ظهورها إلى يومنا هذا لتصبح من أكثر المواقع استخداماً عبر الأنترنت، حيث تحولت إلى بديل عن مختلف النشاطات التقليدية الماضية من خلال تفاعل عدد كبير جداً من المستخدمين، فأصبح الأشخاص يقضون وقتاً كبيراً مع آخرين يبادلونهم نفس الاهتمام ويشاركونهم نفس الفضاء، ومع هذا التزايد الملموس في استخدام هذه المواقع من مختلف الفئات تعددت وتنوعت مقدمة بذلك عدداً هائلاً من الخدمات التي تتنوع من موقع إلى آخر فظهر موقع "ماي سبيس"، "فايسبوك"، "لينكدن"، "تويتر" وغيرها ..، هذا التطور وإن كان يعبر عن صيحة تكنولوجية قدمت العديد من الإيجابيات للمستخدم؛

تمعية منها مؤدية بذلك إلى

العزلة الاجتماعية والهوية إلى جانب التأثيرات . غير أنه

إلى أن التطور المتسارع الذي يشهده مجال الشبكات الاجتماعية عبر الأنترنت

حدود هذه الشبكات وخصائصها وهذا ما نلمسه من خلال اختلاف الباحثين مثلاً في تصنيف موقع " "

. Video Sharing Sites

I. ماهية مواقع الشبكات الاجتماعية

تبر من اهم المفاهيم المرتبطة بالانترنت والمجتمع الافتراضي التي لها في السنوات الأخيرة، وهذا ما نلاحظه من خلال تزايد عدد مستخدميها بشكل كبير يوما بعد يوم نذ ظهورها الأول عبر الشبكة وذلك بهدف الاستفادة من خدماتها، غير ان الحقيقة التي تستوقفنا أمام هذه التطور السريع لهذه المواقع على نحوٍ لم تستطع الدراسات العلمية أن تواكبه وهذا ما الواضح في وضع المحددات المفاهيمية الأساسية لموضوع .

1. تعريف مواقع الشبكات الاجتماعية

على الانترنت انتشارا واسعا خلال السنوات الأخيرة وتعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الإشباع، ويأتي في مقدمتها موقع Facebook و Twitter LinkedIn Myspace وغيرها.

وتختلف من باحث إلى آخر حيث يعرفها بالاس Balas

2006 "أما برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت اين يمكن للافراد ان يتصلوا :

بريس Preece ومالوني كريشمار -Maloney

"مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي (2005) Krichmar

موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج"¹.

"أما مواقع إلكترونية تتيح للافراد خلق صفحة خاصة بهم يقدمون فيها نحة عن

شخصيتهم امام جمهور عريض او محدد وفقا لنظام معين يوضح قائمة لمجموعة من المستخدمين الذي يتشاركون

معهم في الاتصال

¹ Wasinee Kittiwongvivat, Pimonpha Rakkannan. (2010):facebooking your dream, Master Thesis;p20

هذه الروابط تختلف وتتنوع من موقع إلى آخر"¹.

شبكات التواصل الاجتماعي ايضا على انها مواقع إلكترونية تسمح للأفراد

والمشاركة في المشاركة في من خلالها يقومون بإنشاء علاقات².

وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة مثل صداقات، أعمال مشتركة أو تبادل معلومات وغيرها، وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار

3

وكذلك عرفت الشبكات الاجتماعية بأنها "مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني

2.0 في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (

- - - (الخ) .

التي

في الواقع، أو أصدقاء نعرفهم من خلال السياقات الافتراضية "

بويد وإليسون 2007 هي خدمات عبر شبكة الأنترنت تسمح للأفراد

4

- بناء شخصية عامة أو شبه عامة من خلال نظام محدد.

-

-

¹ Danah m. Boyd, Nicole B. Ellison. (2010): **Social Network Sites; Definition, History and Scholarship**, **Journal of omputer Mediated Communication**, vol (13),(1) [online] <http://icmc.indiana.edu/vol13issue1/boyd.ellison.html>

² Xue Bai a and Oliver Yao. (2010): **Facebook on campus: the use and friend formation in online social networks**, College of Business and Economics, Lehigh University, [online] <http://ssrn.com/abstract=1535141> p02

³ Amy Y. Chou, David C. Chou. (2009): **Information System Characteristics and Social Network Software**, p336. [online] www.swdsi.org/swdsi2009/Papers/9K02.pdf

⁴ Jamel alrshad. (2010): **Towards a Taxonomy of Privacy Concerns of Online Social Network Sites Users**, Master of Science Thesis , Stockholm, Sweden, p11. [online] kth.diva-portal.org/smash/get/.../FULLTEXT01

تعدد وتختلف من باحث إلى آخر غير أن التعريفات التي أوردناها سابقا تتفق في عدد من النقاط وتختلف في أخرى سنحاول من خلال تحديدها أن نقدم تعريفا إجرائيا لمواقع

نجد أن أغلبية التعريفات التي تتناول تركز في مجملها على تشكيل هذه الافتراضي وكذا للعلاقات التي تجمع أفرادها والتفاعل بينهم هذا إلى جانب التركيز على قضية الهوية التي تحدد من خلالها قوائم الذين يكون التفاعل معهم عبر الشبكة. في حين يميل بعض الباحثين إلى تعريف عبر الأنترنت من خلال الخدمات التي تقدمها وهذا ما نلاحظه من

يأتي هذا في الوقت الذي بعض التعريفات على الهدف من الدخول للشبكة وهذا ما ذهب إليه كل بريس Preece ومالوني كريشمار Maloney-Krichmar حيث ينظران إلى الشبكات عبر الانترنت على انها موجهة من طرف سياسات معينة وتخضع لمعايير ونظام معين يحدده البرنامج.

ومن خلال النقاط السابقة يمكننا تقديم التعريف الإجرائي التالي:

" هي مجموعة من المواقع التي تتيح للأفراد التواصل في مجتمع افتراضي يُ

، يقوم الأفراد من خلال هذه المواقع بنشر عدد من المواضيع والصور والفيديوهات وغيرها من النشاطات التي يستقبلون تعليقات عليها من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات ويملكون روابط مشتركة وتتيح هذه المواقع العديد من الخدمات التي تختلف من موقع إلى آخر نوجزها في التالي :

❖ الملفات الشخصية أو صفحات الويب:

هو بوابة الوصول إلى

❖ الأصدقاء أو العلاقات:

في

في المجتمع الافتراضي.

❖ إرسال الرسائل: تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل، سواء إلى الأصدقاء الذين في

غير

في

❖ ألبومات الصور: تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا

وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها وتحويلها أيضا.

❖ المجموعات: الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات لأهداف محددة، ويوفر موقع

فرصة التنسيق بين الاعضاء وكذا ودعوة الاعضاء لتلك المجموعات، ومعرفة عدد الحاضرين واعداد غير

❖ الصفحات: تم استخدام هذه الخدمة على المستوى

بشكل فعال، حيث تسمح هذه الخدمة

حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع، أو المنتجات للفئات التي

يحددونها.

2 . نشأة الشبكات الاجتماعية وتطورها

تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين الأولى هي

web1.0 والمرحلة الثانية هي الجيل الثاني للإنترنت web 2.0 غير أن أكثر

جماهيرية ظهرت خلال المرحلة الثانية.

❖ المرحلة الأولى

يشير web 1.0 إلى شبكة المعلومات الموجهة الأولى التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جدا من المستخدمين تتكون أساسا من صفحات ويب ثابتة وتتيح مجال صغير للتفاعل¹. ويمكن وصف هذه المرحلة

1.0 التي

التي في هذه المرحلة شبكة موقع - Sixdegrees

في إطاره فرصة طرح نحات عن حياتهم وإدراج اصدقائهم. 2000

" " في

. شهدت هذه المرحلة أيضا إنشاء مواقع شهيرة أخرى، مثل موقع "

" " " في 1999.

في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء.

انها لم تستطع ان تدر ربحا على مؤسسيها، ولم يكتب لكثير

❖ المرحلة الثانية

يشير الويب 2.0 إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (

وغيرها..). الافتراضية مركزة على درجة كبير من التفاعل².

ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات

. ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقه موقع - وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم

¹ Richard Harrison and Michael Thomas.(2009): **Identity in Online Communities: Social Networking Sites and Language Learning** , International Journal of Emerging Technologies & Society,vo7(2),p112

² Ibid.

الإنترنت على

مستوى العالم .

وأمام هاتين المرحلتين بدا واضحا اختلاف الآراء حول أول شبكة اجتماعية عبر الإنترنت وسنحاول هنا أن

نورد الآراء التي تبحث عن أول شبكة عبر الإنترنت ؛حيث يرى البعض

SixDegrees.com¹ ، والذي سمح للمستخدمين

1998 profile

بتصفح قائمة الأصدقاء، هذه الملامح أو الخصائص ظهرت في عدد من المواقع التي سبقت موقع

SixDegrees.com "Profiles " وجدت في مواقع التعارف "Dating sites"

وحتى في المواقع "Community sites" رغم أن قائمة الأصدقاء لم تكن ظاهرة بالنسبة

Classmates.com للأشخاص الانتساب إلى

الكلية التي ينتمون إليها وتصفح الشبكات الخاصة بالأفراد الذين ينتمون إليها غير أن المستخدمين لم يكن

. ولهذا يعتبر موقع

SixDegrees.com أول موقع جمع بين كل هذه الملامح

الناس في التواصل وإرسال الرسائل لآخرين لكن في الوقت الذي استطاعت هذه الخدمة أن تجذب ملايين من

2000 انها فشلت في

كان في الصدارة آنذاك خاصة مع بداية ارتفاع عدد مستخدمي الإنترنت في العالم.

1997 إلى سنة 2001 بدأت هذه الأدوات الاجتماعية تتزايد بأشكال متعددة وتركز

الشخصية مع التوضيح العلني لقائمة الأصدقاء فظهر AsianAvenue

MiGente BlackPlanet, التي تسمح للمستخدمين بخلق صفحات شخصية ومهنية تحدد هوية الأصدقاء

¹ Danah m. boyd, Nicole B. Ellison.OP CIT.

LiveJournal,

Cyworld كأصدقاء لأجل متابعة مجلاتهم وتسيير المحيط الخاص، وبعد ذلك ظهر العالم الافتراضي

2001

1999

2001 تدوين المذكرات وغيرها، أما الموجة الثانية فكانت مع إطلاق Ryze.com

في الظهور حيث ظهر

في زيادة فعالية الشبكات التجارية¹

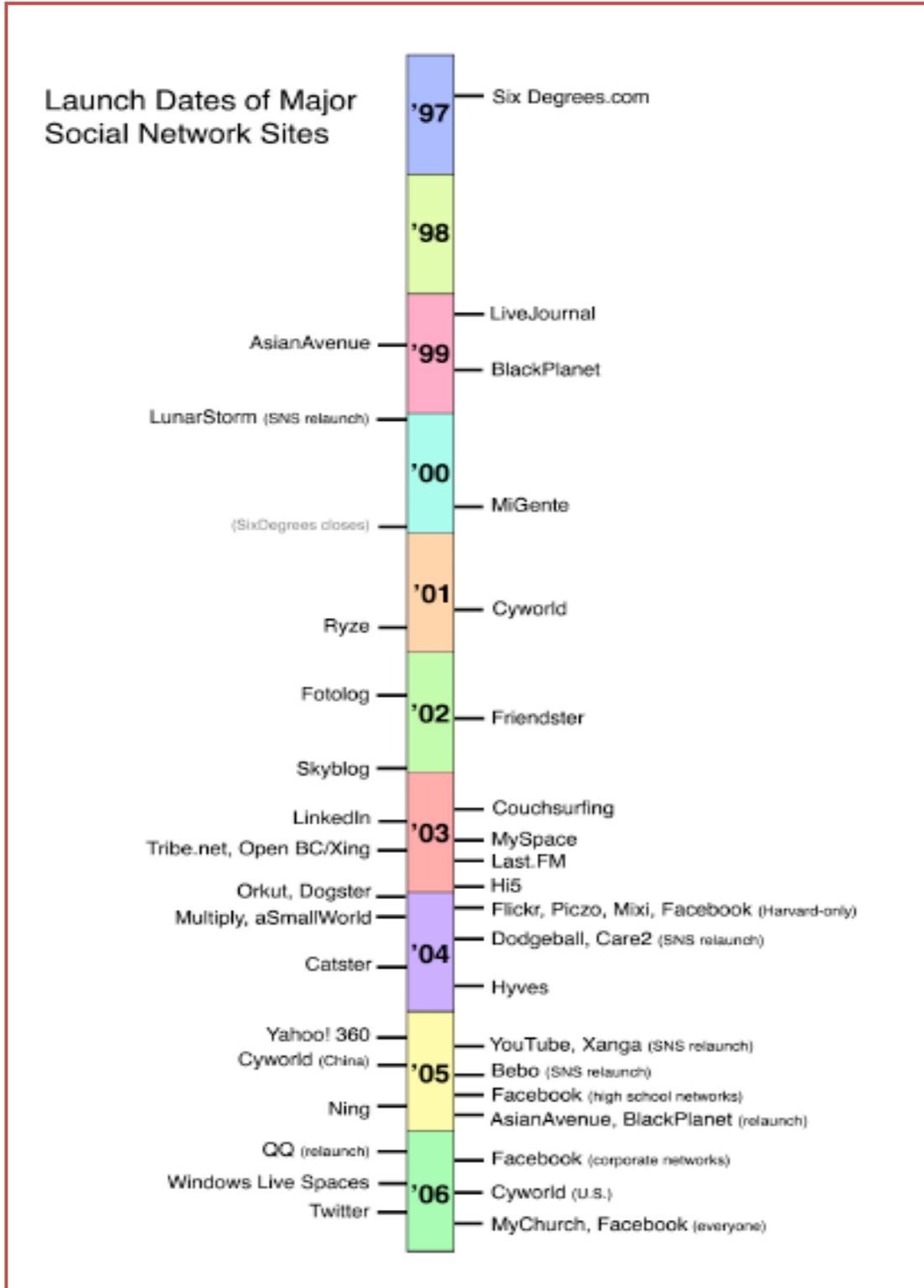
في

Facebook Twitter MySpace وغيرها من المواقع،

2

¹ Danah m. boyd, Nicole B. Ellison. **op cit.**

² Xue Bai a and Oliver Yao, **op cit.**



شكل¹ (1) يوضح تطور الشبكات الاجتماعية عبر الأنترنت

¹ Danah m. boyd, Nicole B. Ellison.op cit.

3. خصائص الشبكات الاجتماعية

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

❖ التعريف بالذات: الخطوة الأولى للدخول إلى

وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النص، الصور الموسيقى والفيديوهات وغيرها من الوظائف الأخرى.

وصفحاتهم الشخصية بالطريقة التي يحب اصدياقهم

❖ طرق جديدة لتكوين المجتمع:

للأشخاص بخلق صداقات

¹ وبالتالي فهي تساهم بشكل فعال في بحسيد مفهوم المجتمع الافتراضي

منذ بداية تطبيقات الأنتر غير أن

"Tags" يخبرون في الاتصال بين مختلف الأ

والتطبيقات المدجة في مواقع الشبكات كما بإمكان الأشخاص الانضمام إلى مجموعات قراء الكتب

حول الكتب التي أحبها²... وغيرها من الخدمات.

❖ سهولة الاستخدام: من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار الشبكات

بساطتها لذا فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الانترنت يمكنه خلق وتسيير موقع شبكة

¹ Wasinee Kittiwongvivat, Pimonpha Rakkannan ,op cit p20

² Romina Cachia.(2008):**Social Computing:Study on the Use and Impact of Online Social Networking** ;JRC scientific and technical reports. [online] ftp.jrc.es/EURdoc/JRC48650.pdf

عبر الشبكة من خلال الحصول على

صفحات شخصية ولكن المشكل كان صعوبة خلق هذه الصفحات وتطويرها و

مجانية ومفتوحة أمام الجميع فأغلبيتها تتيح . في

يل فيها في الوقت الذي يتم فيه التسجيل في مواقع أخرى من خلال إرسال دعوة من

طرف أعضاء سابقين في الموقع¹.

❖ التفاعلية: منذ بداية ظهورها إلى

❖ الاهتمام: تبنى من خلال مصلحة مشتركة مثل الألعاب، الموسيقى، سوق المال، السياسة،

رجية وغيرها².

ومن بين خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية أيضا³ :

- تشمل هذه الشبكات على مجموعة غير متوقعة من المشاركين.
- يتبادل الأعضاء عدد غير منظم من المعلومات .
- الأعضاء يعملون على تطوير الحاجة إلى المعلومات.

على الانترنت استطاعت هذه المواقع

المشاركين و محتوى المعلومات.

إن أخذ كل هذه الخصائص معاً يجعلنا نلاحظ التغيير الكبير في استخدام الأشخاص للإنترنت و

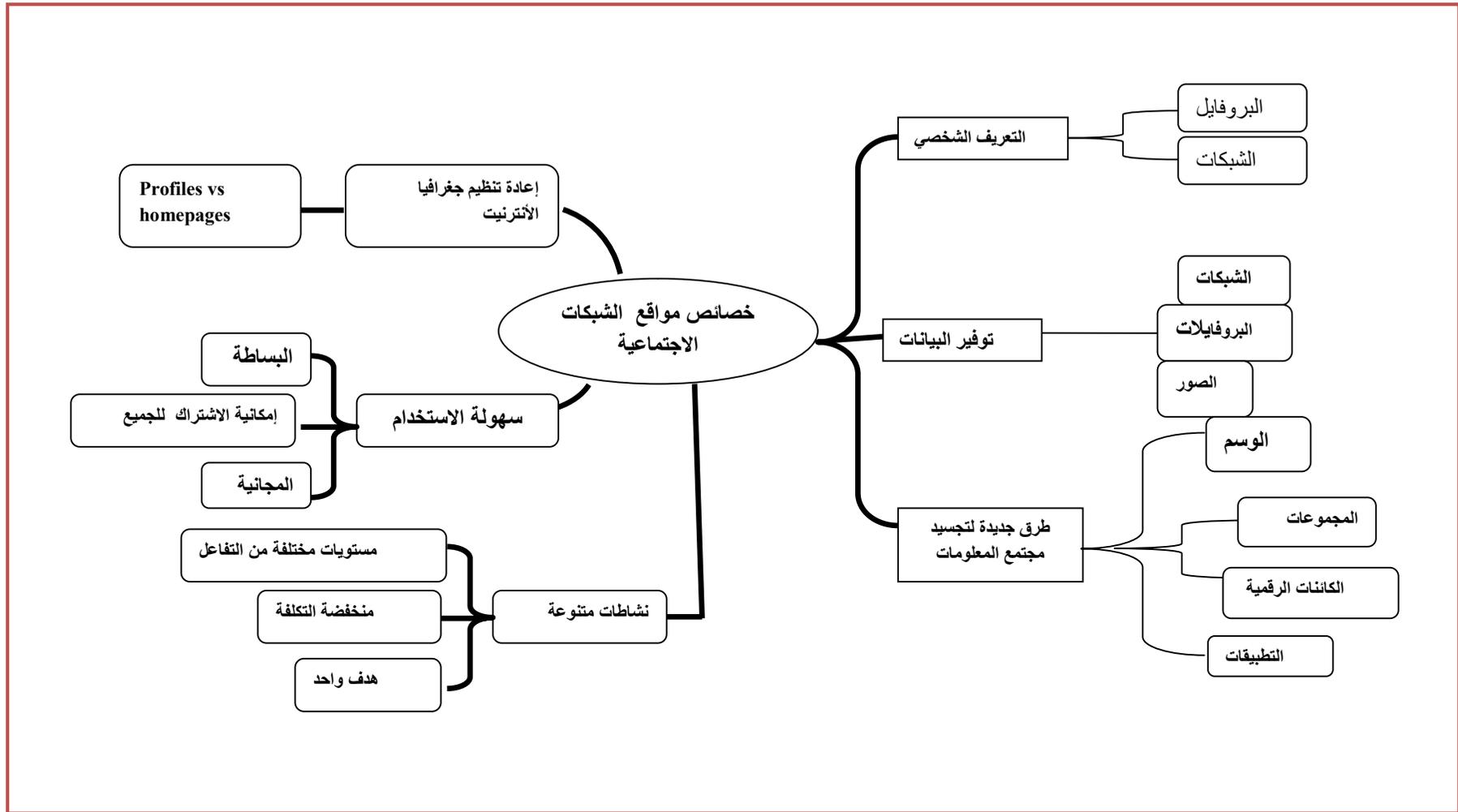
تسيير

كبير ت إلى تشكيل طريق جديد للاتصال

¹ Romina Cachia:op cit

² Wasinee Kittiwongvivat, Pimonpha Rakkangan ,op cit p20

³ Amy Y. Chou, David C. Chou :op cit, p336



شكل (2) يمثل خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية¹

¹ Romina Cachia:op cit,

وبالفعل جسد فكرته هذه التي رأت النور في 4 2004 ومع انطلاق الموقع حقق نجاحا كبيرا

بلغ عدد مستخدمي "النشطين في العالم إلى غاية جويلية 2011 حوالي 800 وتشير الإحصائيات أن 11% من سكان العالم يملكون حساب في " " 50 % إلى " " 130 80 صفحة ومجموعة مشترك بها. وتشير الإحصائيات أنه 20 مليون تطبيق يسجل يوميا في " " 60 :¹

Posted comments 510 ■

Status updates 293 ■

Uploaded photos 163 ■

30 بليون قطعة محتوى يتم مشاركتها في الشهر. ■

50% من المشتركين الذين تتراوح أعمار 34 18 " " ■

استيقاظهم من النوم في حين أن 28% .

Socialbacker.com² المتخصص في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي

على الانترنت تأتي الولايات المتحدة الأمريكية في أول القائمة من حيث عدد مستخدمي " " ■

157 تليها اندونيسيا والهند بأكثر من 41 مليون مشترك ثم البرازيل بأكثر من 35

مليون مشترك، أما في العالم العربي فتتصدر مصر القائمة بعدد مستخدمين فاق ملايين مشترك ثم

4 تليها الجزائر في المرتبة الرابعة بما يقارب الثلاثة ملايين مستخدم ثم تونس

والإمارات بأكثر من مليوني مستخدم.

¹ تم استرجاعها بتاريخ 24 جانفي 2012 من <http://thesocialskinny.com/100-social-media-statistics-for-2012/>
² موقع Socialbacker يعتبر من أهم البوابات الإعلامية المتخصصة في إحصائيات الإعلام الاجتماعي في العالم ويغطي مجموعة واسعة جدا من إحصائيات الإعلام الاجتماعي، ويتخصص الموقع في إحصائيات عن الفايسبوك، تطبيقاته، التطورات المختلفة، إلى جانب سعر الإعلانات عبر الفايسبوك، ويتخصص الموقع أيضا في تقديم إحصائيات عن موقع لينكدن، ومستخدمي تويتر. وغوغل بلس.

ويتكون الموقع من مجموعة من الشبكات تتالف من اعضاء وتصنف المجموعات على اساس الإقليم، ومكان
 وبإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات ثم يبدأ بالتصفح واختيار
 مجموعة للاشتراك .

داخل المجموعات هناك مساحة للتحاور، والتعليقات إضافة إلى وجود نتيجة الشهر التي تدون فيها
 الاخبار التي يهتم بها المشتركون في المجموعة بدءا من الاحداث القومية او المحلية، حتى أعياد ميلاد
 صوره الشخصية إلى جانب وجود مدونات مرتبطة بالموقع، ويهدف الموقع بشكل عام إلى إتاحة التعارف بين
 1.

*إحصائيات موقع "الفيسبوك" في الجزائر²

socialbacker.com 2012 سجلت في الجزائر

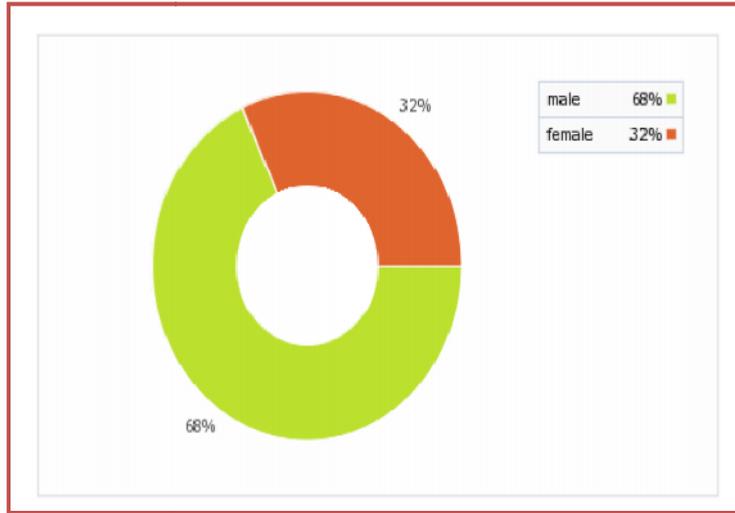
8.20% مقارنة بعدد السكان في الجزائر وبـ 60.32% بالنظر إلى مستخدمي الأنترنت.

حيث بلغ " " 835

" " أكثر من عدد الإناث حيث بلغ عدد الذكور 68% في حين بلغ عدد الإناث

.%32

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي. (2011). الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية، ط1، الأردن: دار وائل للنشر، ص 183
² تم استرجاعها بتاريخ 24 جانفي 2012 من Socialbackers.com



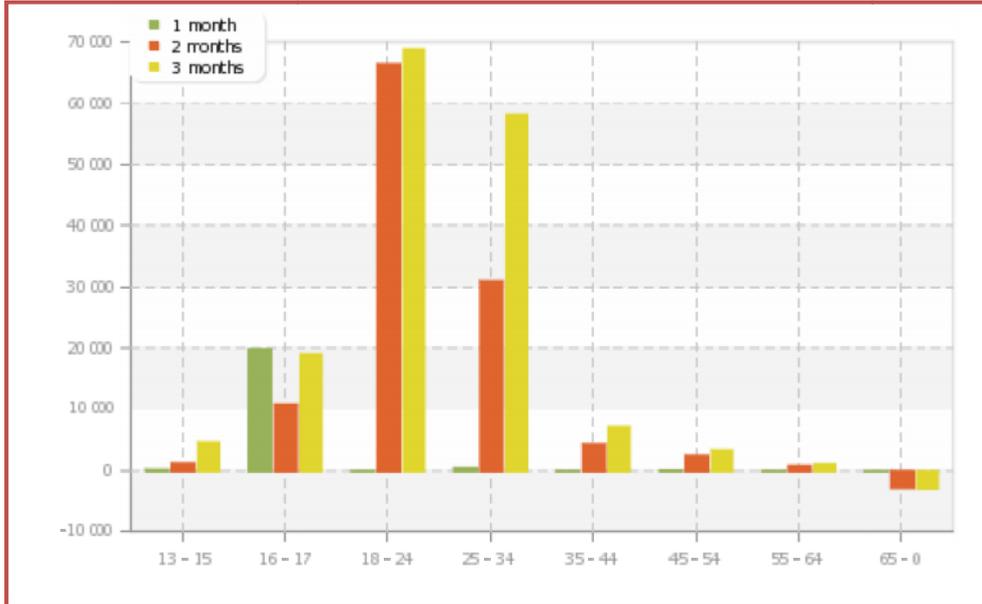
شكل (3) يبين إحصائيات استخدام "الفايسبوك" في الجزائر حسب الجنس

الإستخدام الأكبر كان لفئة من

" "

18 إلى 24 سنة فيما تتفاوت النسب بين بقية الفئات العمرية، كما يوضح ذلك المخطط أدناه.

19 2012



شكل (4) يبين إحصائيات استخدام "الفايسبوك" في الجزائر حسب السن

جماهيرية خاصة مع تطور خدماته يوما بعد يوما

" ويعتبر "

مما يستميل مزيدا من المشتركين.

2. موقع تويتر Twitter.com

"تويتر" هو شبكة اجتماعية يستخدمها ملايين الناس في جميع أنحاء العالم للبقاء على اتصال مع

الخاصة بهم والهـ

"تويتر" بنشر رسائل قصيرة تصل إلى 140

يعلن متابعته لأحد الشخصيات وفي هذه الحالة يبلغ هذا الشخص في حال ما ذا هذه الشخصيات قد

1

ويمثل تويتر شبكة معلومات آنية مدعومة من الناس في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة واكتشاف "

يحدث الآن" الموقع في واجهته السؤال : ماذا يحدث الآن What's happening

now ويجعل الإجابة تنتشر إلى الملايين عبر العالم على الفور.²

"تويتر" من بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام التي تسمح بنشر

على الأنترنت من مصادر رسمية وغير رسمية، ويعتبر "تويتر" تدوين مصغر برز في نشر وتنظيم

المعلومات حول الأحداث الكبرى مثل حرائق كاليفورنيا 2008 والانتخابات الرئاسية الأمريكية في نفس العام

³2009.

"تويتر"

4

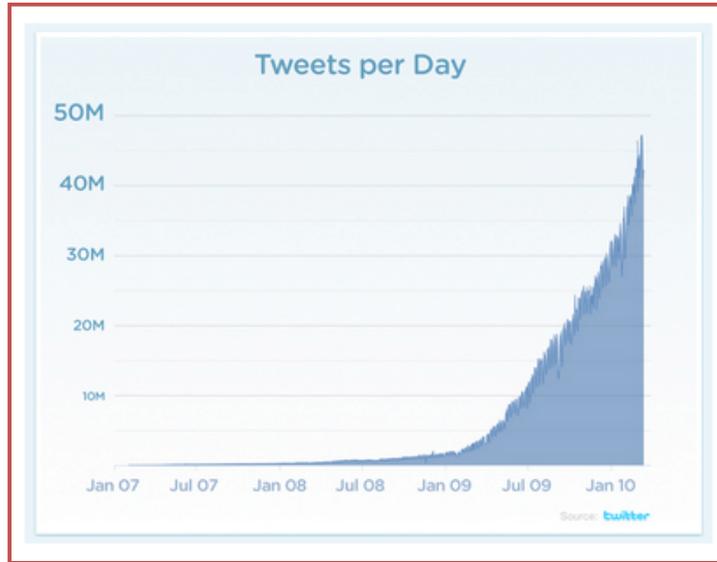
¹ Bernardo A. Huberman and al (2008): **Social networks that matter: Twitter under the microscope**, Social Computing Lab, Cornell University, [online] http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1313405&http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1313405

² Jeffrey Bellin. (2012): **Facebook, twitter, and the uncertain future of present sense impressions**, University of Pennsylvania Law Review, Vol.160, p 331.

³ Alfred Hermida .(2010): **Twittering the News: The Emergence of Ambient Journalism**, Journalism Practice, Vol.4, (3), pp. 297-308

⁴ Alfred Hermida .op cit

وحسب الإحصائيات التي نشرها موقع "تويتر" في ذكرى تأسيسه الخامسة فإن هناك أكثر من 106
 مستخدم في 300 ألف مشترك كل يوم. وفي حين تم تحديد عدد حروف
 "tweet" "تويتر" 140 55 مليون تغريدة في
 460 تغريدة في الدقيقة "تويتر"
 %20 10 تغريدات أو أكثر في اليوم في حين أن
 41% من المستخدمين لم ينشروا ولا تغريدة منذ فتحهم حساب على الموقع.
 "تويتر" فإنه في 2011 وحده بلغ متوسط التغريدات التي تم إرسالها حوالي 140
 . وفي جوان 2011 التي أ "تويتر" 200 مليون تغريدة في



شكل¹ (5) يوضح تضاعف عدد التغريدات "Tweets" في اليوم من 2007 إلى 2010

2 thesocialskinny.com %55 "تويتر" عن طريق الهاتف

500 تويتر، 21% من الأندونيسيين يدخلون إلى موقع "تويتر"

¹ تم استرجاعها بتاريخ 15 01 2012 من <http://www.marketinggum.com/twitter-statistics-2011-updated-stats>
² تم استرجاعها بتاريخ 24 جانفي 2012 من <http://thesocialskinny.com/100-social-media-statistics-for-2012>

. في حين أن اليابان هو البلد الوحيد الذي يستخدم فيه

"تويتر" " " .

التي تتمتع بجمهورية عالية والتي تميل

"تويتر" إلى يومنا الحالي من أهم

الشخصيات المهمة إلى استخدامها حتى تكون أقرب إلى الجماهير والتعرف على مدى اهتمام الجماهير بنشاطاتهم وذلك من خلال كسب أكبر عدد من المتابعين.

3. موقع لينكدن LinkedIn.com

المحترفين والمحترفات في

مختصة

مجموعة

"myspace" " " "

للمهنيين بإنشاء ومن تم الحفاظ على علاقات في المجال العملي وكذا تعزيز خدماتهم ومهاراتهم المهنية.

ورغم بداياته في 2002

*

مثل الخلفية التعليمية، التاريخ الوظيفي والعملي وكذا قائمة المشاريع المهنية الكبرى إلى جانب الشهادات

المهنية والعضوية المهنية وكل هذه المعلومات توضع في الملف الشخصي الذي يمثل دليل المستخدم¹.

ومن بين خصائص موقع لينكدن:

• يمكن للمستخدمين وضع صور ومشاهدة الملفات الشخصية والصور الخاصة بالآخرين.

•

¹تم استرجاعها بتاريخ 19.01.2012 من <http://www.techopedia.com/definition/26940/linkedin-li>
*موقع تكنوبديا من بين المواقع المهنية المهمة جدا خاص بالمعلومات المهنية وهو موقع مجاني أسسه كل من دال جانسن وكوري جانسن ويتيح الموقع العديد من الخدمات المهنية.

- يمكن لأصحاب العمل وضع قائمة وظائف البحث عن مرشحين محتملين.
- يسمح بتضمين عدد من التطبيقات وكذا عرض الكتب التي يمكن شراءها عبر الأنترنت.
- الدخول في ن

136

Socialbacker.com

787 ألف مستخدم، وتنصدر الولايات المتحدة الأمريكية القائمة بعدد مشتركين بلغ أكثر من 59 مليون مستخدم تليها الهند بأكثر من 13 مليون مستخدم ثم المملكة المتحدة بأكثر من 8 أما في الوطن العربي فتصدر الإمارات المتحدة القائمة بعدد مستخدمين بلغ أكثر من 873 ألف مشترك ثم السعودية بما يقارب 600 ألف مستخدم ثم تأتي مصر، وحسب ذات الموقع فإنه لا يوجد ولا مستخدم من الجزائر في لينكدن إلى غاية 15¹ 2012.

4. موقع فليكر Flickr.com

خاص بتبادل الصور ومقاطع الفيديو على الأنترنت، ويستخدم الموقع بشكل كبير في تبادل الصور الشخصية بين الأصدقاء، وكذا من طرف الخبراء أو الهواة الذين يرغبون في نقل الصور التي التقطوها إلى العالم.

ludicorp

" " في فيفري 2004

بتأسيس لعبة جماعية عملاقة على الأنترنت ثم تم التخلي على اللعبة ولكن مشروع " "

" "

اليوم إلى أكبر قاعدة لتبادل الصور. وفي مارس 2005

¹ تم استرجاعها بتاريخ 14 01 2012 من <http://www.socialbakers.com/linkedin-statistics>

1 لمستخدميه بتنظيم صورهم كمجموعات شخصية أو مجموعات عامة تشترك في

برنامج المنظم فهو يقوم بتنظيم الصور الموجودة في حساب " "

ضافة الصور في مجموعات شخصية وإضافة الصور في مجموعات

عامة وإضافة صور على خريطة للعالم.

" "

يستطيع حمل الصور جعلها خاصة فلا تتوفر إلا لصاحب الحساب او من يسمح لهم بمشاهدتها، يستطيع

المستخدم عند تحميل الصور أن يحدد من يستطيع مشاهدة الصور أو لا، الصور الخاصة يشاهد

يستطيع تحديد الصور المسموح مشاهدتها للعامة او من يختارهم هو، ايضا

الخاصة في المجموعات العامة لو اراد².

" " التحديث الجديد في مدونتها الرسمية³ : "اليوم نعلن تحديثا جديداً

يضاف إلى وظائف موقعنا لمساعدتك على جعل " " مركزا لصورك على الإنترنت، ربما لديك عدة أماكن

" "

تزورها على شبكة الإنترنت حيث يمكن التعبير عن نفسك.

الأصدقاء في كُ "تويتر"

إلى العالم الآن في " " مرة واحدة فقط، وأعد نشرها عبر كل

"

¹تم استرجاعها بتاريخ 01 45 - 2012 من <http://www.cases.public.lu/fr/publications/dossiers/flickr/flickr.pdf>

²عباس مصطفى صادق:مرجع سبق ذكره، ص216

³ <http://blog.flickr.net/2011/03/30/upload-once-share-everywhere/>

ويحظي الموقع

2010

3000 صورة يتم رفعها في الدقيقة، مما يجعله المخزن الأول للصور في شبكة الانترنت وفق وصف

5. موقع اليوتيوب Youtube.com

" " اختلقت الآراء حول موقع "

الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو video sharing site غير أن

نظرا لاشتراكه في عدد من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظرا للأهمية

الكبير التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع.

" " كموقع مستقل في الرابع عشر من فبراير من عام 2005

الأمريكي تشاد هيرلي والتايواني تشين والبنغالي جاود كريم الذين يعملون في شركة pay pal المتخصصة في

التجارة الإلكترونية بيد أن جاود كريم ترك رفقاءه للحصول على درجة علمية من كلية ستانفو .

الفضل الحقيقي في " " الذي نراه اليوم للثنائي الآخرين اللذان نجحا في تكوين أحد أكبر

الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي¹.

Broadcast yourself :

يوضع هذا الشعار في الصفحة لي، وهو يعتبر اهم مكان في شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو المجاني

الشعبي، إذ تحمّل عليه يوميا أفلام من صنع الهواة من حول العالم بعضها تم تصويره بكاميرا جهاز الهاتف

المتحرك لنقل حدث ما غريب أو مضحك أو مثير، وكثير منها تم

جمالية أو حتى لإيصال رسالة شخصية حول مسألة ما تم منتج الفيلم. ويتضمن الموقع أنواعا لا حصر لها من

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص 194

Videoblogging " " :1

- يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم، وتصفح ملايين صلية التي قام بتحميلها المستخدمون الأعضاء.

- العثور على جماعات فيديو

والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء وحفظ المقاطع المفضلة ووضع قوائم

- دمج مقاطع الفيديو الخاصة بـ " مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة وأيضاً جعل

- يحتوي الموقع على المقاطع: الأحداث والحاصلة على أعلى تقييم والتي تحظى بأكبر قدر من النقاش

- أيضاً مقاطع الفيديو إلى أبواب مختلفة من الكوميديا والفن والرسوم المتحركة إلى

وتخضع خدمات " لعدد من الشروط² :

- يكون للأفلام حقوق نشر محفوظة من دون إذن صاحب العمل.

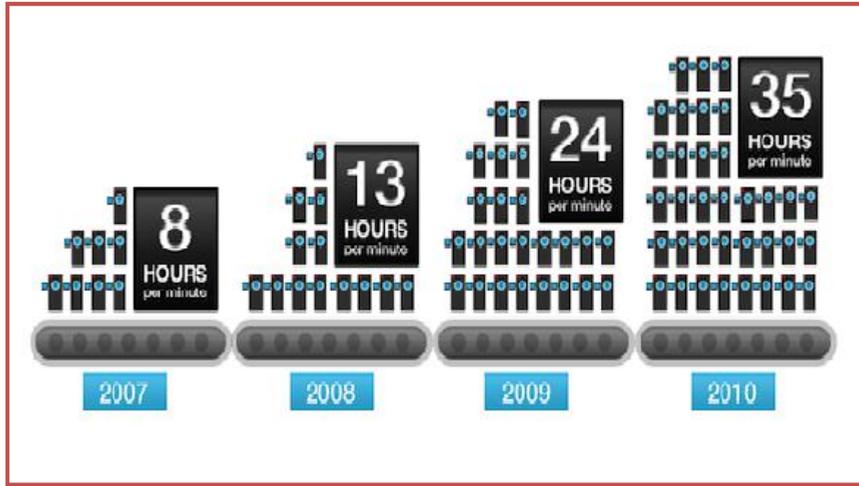
¹عباس مصطفى صادق: مرجع سبق ذكره، ص216
²عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص195

- الأفلام التي تشجع على الإجرام.
- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تسيء لشخصيات معينة أو الأفلام الفاضحة أو الإعلانات
- 1

" في كثير من البلدان بسبب ما تضمنه الموقع من مخالفة للنظام الأخلاقي وما ساءة لشخصيات مهمة أو الحكومات في هذه البلدان. لكن هذا لم يمنع تزايد عدد

Youtube

في 2011 ارتفع عدد ساعات الفيديوها التي يتم تنزيلها على الموقع إلى 48 ساعة في الدقيقة 35. إلى جانب ارتفاع عدد مشاهدي الموقع إلى 3 بليون مشاهد في اليوم¹.



شكل (6) يوضح تطور ساعات الفيديوها التي يتم تنزيلها على يوتيوب في الدقيقة منذ 2007

" هو واحد فقط لمجموعة كبيرة من المواقع الشبيهة التي تع"

وإذ توجد بعض المواقع العربية التي تفرد جانبا لمشاركات الفيديو مثل موقع العربية نت، لكنها لا تصل إلى

¹ New youtube statistics :25 may 2011, earchenginewatch.com/article/2073962/New-YouTube-Statistics-48-Hours-of-Video-Uploaded-Per-Minute-3-Billion-Views-Per-Day

الحجم الهائل الذي يجمه " " من مشاركات المقاطع المصورة ومن ضمنها الكثير من مقاطع الفيديو

1

تشير الإحصائيات أن استخدام الشبكات

2011 حوالي 200 مليون حساب أضيف في " " وحده في حين وصل موقع " "

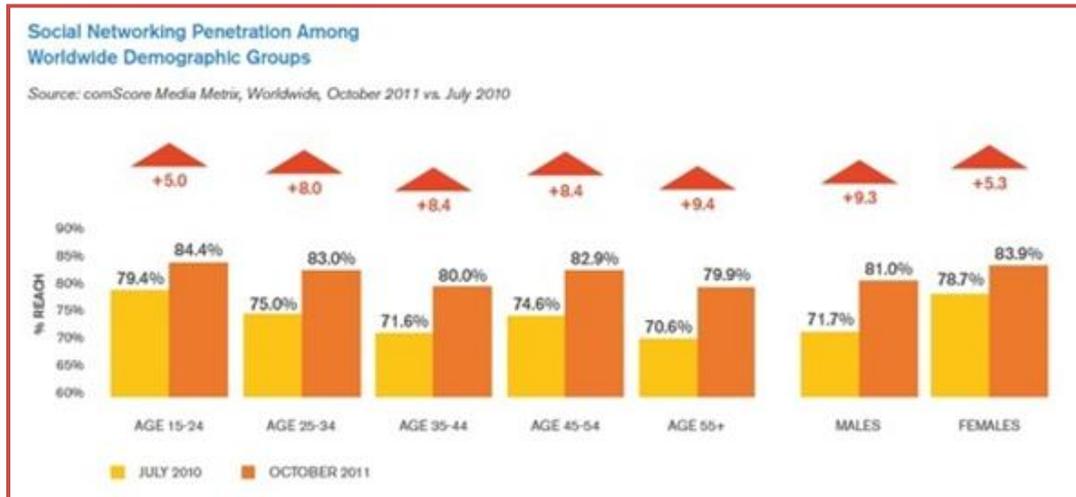
Google plus إلى 10 (تويتر بلغ هذا العدد خلال 780

" " (852) وكان غوغل بلس قد كشف في إحدى تقاريره أن عدد الم

بلغ 62

نلاحظ من خلال هذه أصبح لها جماهيرية كبيرة وبالرغم من

مين تضاعف بشكل كبير وهذا ما



شكل (7)² يوضح تزايد عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية في العالم حسب السن والجنس

تشير الإحصائيات أن عدد مستخدمي الشبكات (55%) في العالم أكثر من عدد المستخدمين

(45%) وتختلف من بلد إلى آخر ومن موقع إلى آخر فـ " " مثلا في الجزائر تستخدمه ناث

¹عباس مصطفى صادق: مرجع سبق ذكره، ص 217

²تم استرجاعها بتاريخ 16 جانفي 2012 من <http://thesocialskinny.com/100-social-media-statistics-for-2012>

.Socialbacker.com

Thesocialskinny.com 57% يتحدثون مع آخرين عبر الأنترنت أكثر

15% تتراوح أعمارهم بين 16

24

8% فقط من الذين تتراوح أعمارهم بين 25 34 3% من الذين تتراوح أعمارهم بين 35 44

وتشير كل هذه الإ يتزايد بشكل كبير حتى بين مختلف

(7) .

III. استخدامات الشبكات الاجتماعية والقضايا التي تثيرها

شهدت مواقع الشبكات الاجتماعية استخداما واسعا منذ بدايات ظهورها الأولى ونجحت هذه المواقع

في كسب المزيد من المستخدمين من خلال تنوع الخدمات التي تتيحها، هذا بدأ يجر معه العديد

تي تؤثر في المستخدم ويختلف التأثير باختلاف ساعات الاستخدام والجنس وطبيعة

، لكن في المحمل هناك عدد من القضايا المهمة التي يثيرها موضوع

استخدام الأنترنت بصفة عامة ومواقع الشبكات بصفة خاصة نظرا لطبيعة الخدمات التي تتيحها

هذه الشبكات، وسنركز في هذا الجانب عن ثلاث قضايا أساسية وهي: الهوية، الخصوصية والعزلة

1. استخدامات مواقع شبكات التواصل الاجتماعية:

الفضاء الافتراضي الذي يتيح للمستخدم العديد من الممارسات والنشاطات المختلفة وذلك من خلال مجموعة

من الخدمات والتي يمكن أن ندرج أهمها فيما يلي¹:

¹وردت هذه الفكرة بتصريف من تقرير تم استرجاعه بتاريخ 15 11 2011مقدم من طرف:

- الاتصال مع أفراد العائلة والأصدقاء: لا تتيحه من خلال الاستمرارية في والفوري مع مختلف أفراد الأسرة .
- الممارسات السياسية: حيث أصبحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعية تُ سياسية من عن طريق إبداء آرائه وتوجهاته، ومختلف الممارسات كعملية قضايا عبر تلك المواقع.
- تكوين العديد من الأصدقاء: البيئة الافتراضية التي يستطيع أن يُكَ ن من خلالها المستخدم أصدقاءه وفقا للمعايير التي يختارها هو.
- التسلية وممارسة الهوايات: مختلف مواقع الألعاب والتسلية، بالإضافة إلى ذلك أصبحت هذه الأخيرة تتيح للفرد إمكانية اشتراكه في نفس اللعبة مع أفراد آخرين و البيئة التي يقوم من خلالها المستخدم بممارسة مختلف هواياته و .
- التسويق والإعلان: حيث أصبحت مختلف المؤسسات الاقتصادية تعتمد على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ذلك من اجل الترويج والدعاية لمختلف منتجاتها عن طريق الومضات الإشهارية المتنوعة،
- الخدمات الطبية: مختلف الخ... الخ...
- شباكات التي يسعى إلى أو ثقافية وغيرها.

هذه الشبكات يقضي فيها العديد من الشباب والمراهقين وقتا طويلا جدا في التفاعل مع بعضهم البعض، وعبر هذا التفاعل الثابت مع مجتمعات كبيرة يستطيع الشباب تطوير فهم ثقافي أفضل وصفات قيادية . ومن الممكن أن تكون المواقع الشهيرة مثل " " .

للإسهام بجدية في المجالات السياسية ،¹ غير أ وإلى جانب الخدمات الإيجابية التي يقدمها استخدام هذه المواقع، يقود المفرط إلى عدد من القضايا.

2. القضايا التي يثيرها استخدام الشبكات الاجتماعية

أ. الهوية

تلعب الهوية دورا رئيسيا على مواقع الشبكات لخطوة الأولى التي تم ذلك انها تعتبر غامضة نوعا ما إذا ما عدنا إلى محددات الهوية التي اعتدنا عليها في العالم وتعتبر صدقاء التي يقوم المستخدم بخلقها جوهر مواقع الشبكات فبِ عبر الانترنت . بخلق صفحته الشخصية التي تُح التي وفي نفس الوقت يتيح للمستخدم اختيار ما إذا كانت هذه المعلومات ستكون عامة أو خاصة.

شخصية إلى جانب بعض التفاصيل مثل: "عني" لتقديم تفاصيل أكثر.

عضوا في المجتمع ويقوم بإنشاء قائمة الاصدقاء التي ستكون اساسا لهذه الشبكة.²

¹عباس مصطفى صادق: مرجع سبق ذكره،ص 213

² Richard Harrison and Michael Thomas, op cit.P111

غير أنه ومع زيادة استخدام مواقع الشبكات من قبل مختلف الفئات أصبح موضوع الهوية من

بين أهم القضايا التي أثارها هذا الاستخدام

الشبكات فإن البعض يتجه اتجاهها آخر بانتحال الشخصيات أو خلق هويات جديدة ولأغراض مختلفة.

العديد من الهويات الإلكترونية به كأصل مشترك لها والتي

على الرغم من انها غير مرئية إلا انها ذات اهمية كبرى في العالم الافتراضي مما يجعلنا نطرح

التساؤلات حول العلاقة التي تجتج الهويات التي لها أصل واحد وهل هذه الشخصيات والهويات تأخذ

او انها تتنوع حسب طبيعة التفاعل؟ ومثل هذه التساؤلات تُ

إلى تحقيق مقارنة جديدة للاستفسار عن التساؤلات المطروحة منذ القدم عن العلاقة الكامنة بين الذات

والتي تهدف لفهم طبيعة ، والتي تضعنا أمام صورة

الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت بشكل جدّ بينما يواجه المشتركون الفعل

من القضايا التي تؤخذ على انها مجرد بحارب افتراضية بينما هي في الواقع محض بحارب يخوضونها في حياتهم

هذه الفضاءات الافتراضية يم لمرجل إنشاء هوية الكترونية على انه امرأة

يقوم متصفحون آخرون بتطوير

بالأحرى مجهولة التي الافتراضات.

ويختلف التعامل مع الهوية في مواقع الشبكات وهناك من يُ

ولا يكشف عنها وبالتالي يكون بوسعه أن يقوم بالعديد من الأدوار في

الافتراضي وفي كل مرة حسب الهوية الإلكترونية التي وبالتالي تتعدد التفاعلات التي يقوم بها

والعلاقات التي يتفاعل من خلالها حسب طبيعة الهوية.

لذا فإن الهوية في المجتمع الافتراضي ليست موثوقة دائما، يمكن تزيف اسم الحساب وتسجيل محددات

هوية كاذبة وبالتالي الملامح¹.

إن الهوية الشخصية تعتبر بمثابة مقياس في المجتمع الافتراضي

وأي ذلك مقياسا للحفاظ على

الفرد وسمه² لذلك فهي تم القضايا على الإطلاق التي أثارها استخدام

ب. الخصوصية

إن الخصوصية هي حق الأفراد في عدم نشر معلومات عن أنفسهم، فثمة أمور تدخل في عداد

الأمر الخاصة مثل الإدلاء بصوتك في الانتخابات وماذا تقول في خطاب مرسل من خلال البريد

حال فإن السهولة التي قد تتوحد بها قواعد البيانات وخطوط الاتصالات قد وضع الخصوصية تحت ضغوط

2.

ونقصد بالخصوصية المعلومات الشخصية التي تتضمن اسم الشخص، عنوانه ا

يميل الخاص به وغيرها من المعلومات التي يعرف من خلالها الشخص بنفسه في الشبكات

التي يعتبر عضوا فيها.

وتعتبر الخصوصية من بين القضايا التي أثارها استخدام مواقع الشبكات

لم الأولى هذه التي تأثيرها

¹ Judith S. Donath,(1998) . **Identity and deception in the virtual community** , London: Routledge,p13

²شريف درويش اللبان.(2000) تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات التأثيرات الاجتماعية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص 175

على انها حق الافراد في

(1997) Ferencz Reszmierski

فكل المعلومات التي يضعها الاشخاص على صفحاتهم يضعونها تلقائيا

لصالح الموقع¹ وبإمكان هذه المواقع أن تنقل المعلومات الشخصية إلى طرف ثالث دون أن تخبر المستخدم وهنا

تهد

وما يخص تهد

بأكثر مما يجب، في

التغييرات في مؤسساته . مما في كثيرة بدءاً

" "

في

² وتختلف

حتماً

في

ففي إحدى الدراسات التي أجريت على موقعي Facebook My space

. ونتج عنها دلائل على أن

على الشبكة لا يحتاج إلى نفس مستوى الثقة (Trust level) التي

يحتاجونها عندما يكون التفاعل وجهها لوجه بل اقل بكثير

في الشبكة أكثر من الواقع³.

*إعدادات الخصوصية في بعض الشبكات الاجتماعية

¹ Dianne M. Timm, Carolyn J. Duven. (2008): Privacy and Social Networking Sites, Wiley InterScience, no. 124 ,p90

² ملاك بنت عبد الله: الخصوصية في الشبكات الاجتماعية، مركز التميز لأمن المعلومات، تم استرجاعها بتاريخ 11 01 2012
<http://coeia.edu.sa/index.php/ar/asuurance-awarness/articles/47-data-privacy/1494-privacy-in-social-networks.html>

³ المرجع نفسه.

وتختلف إعدادات الخصوصية من شبكة اجتماعية إلى أخرى فموقع " "

1.

-
- سيرتك واقتباساتك المفضلة.
-
- صور ومقاطع الفيديو التي (Tagged in).
-
- لأماكن التي قمت بتسجيل الدخول منها.

وبإمكانك أن تعطي هذه الصلاحية إلى مجموعات مصنفة، وهي:

-
-
-
-
-
-

أما موقع "تويتر" فيقدم إعدادات الخصوصية التالية:

- خاصية البحث عن طريق البريد الإلكتروني تمكن المستخدمين من الوصول إلى صفحتك عن طريق لبحث عنك عن طريق البريد الإلكتروني.
- تسمح هذه الخاصية بإضافة المكان الذي تواجد فيه أثناء نشرك لهذا
- احمي تحديثاتك. وتسمح هذه الخاصية للأشخاص المصرح لهم فقط (Followers)

¹ملاك بنت عبد الله، مرجع سبق ذكره.

إذا كان يرغب في أن تبقى هذه المعلومات خاصة فيتيحها لأشخاص محددين أو أن

ويُ " هي العملة الأكثر تداولاً على الإنترنت في عام 2020 هذه هي النتيجة التي وصلت إليها دراسة أمريكية هذا العام، والمقصود بالعبارة أنه إذا كان المقابل المادي هو العملة Business Currency التي تستخدم للحصول على الخدمات وشراء الأشياء في عالم الإنترنت اليوم، فإنه في عام 2020 سيكون هناك تغيير مهم، حيث تتحول المعلومات الشخصية إلى طريقة أساسية يتم على أساسها مقايضة الخدمات على الإنترنت بين الأفراد والشركات أو الشركات والشركات¹.

سات الأخيرة في مجال الشبكات إعطاء أهمية كبيرة لموضوع الخصوصية على

نظراً لمخاطر نشر المعلومات الشخصية بشكل كبير على الشبكة وذلك بحثاً عن

السبل الأمثل لاستخدام هذه المواقع دون أية مشاكل.

ج. العزلة الاجتماعية

مستحدث للإنترنت

يحدث كثير الترويج

إلى تدمير

آخر

إلى

ومعايير،

في

2.

والضغوط

¹ أعمار بكار: وبدأت معارك المعلومات الشخصية، صحيفة الاقتصادية الإلكترونية، عدد 6611 http://www.aleqt.com/2011/11/17/article_598932.html

² محمد عبد الهادي وآخرون، (2005): إدمان الأنترنت وعلاقته بكل من الإكتئاب والمساندة الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، القاهرة:مجلة كلية التربية ببني سويف، العدد4، يوليو، ص04

وتعتبر العزلة التي أفرزها استخدام الانترنت

الكبير للشبكات الاجتماعية عبر الأنترنت أصبح الأفراد يتعلقون بشكل كبير بالعلاقات التي عبرها ويقضون وقتا كبير امام الشاشة اكثر من الوقت الذي يخصصونه للأشخاص الواقعيين في حياتهم والذين علاقات مختلفة وهو ما يؤدي إلى العزلة .

ونظرا للوقت الكبير الذي يقضيه الأفراد وهو يتصلون مع آخرين عبر الشبكة أكدت الكثير من الدراسات الانترنت، كلما قل الوقت الذي يقضيه الأفراد مع الأشخاص الحقيقيين في ويتسبب في العديد من المشاكل يأتي في مقدمتها .

" نجد أن كل فرد في الأسرة أصبحت له وسائله المنفصلة للوصول إلى مصادره الاتص¹ .

يزداد اهتمام المواطن العربي لاسيما الجيل الجديد بما تحويه الشبكة العنكبوتية من مزايا وخدمات كثير منهم على استثمارها كأحد الشروط المطلوبة للحصول على المواقع والوظائف والتقدم الاجتماعي² .
لكن حتى وإن إلى شبكة الإنترنت وغرف الدردشة تعبيراً عن صيحة علمية وتكنولوجية باهرة، فإنها في وجهها الآخر تعبير عن فراغ عاطفي ونفسي ووجداني لدى بعض الافراد، وخصوصاً في هذا الع

والدردشة عبر الانترنت يعبر- في أحيان عديدة- عن غياب الضبط الأسري والهروب من العلاقات

¹ شريف درويش اللبان: مرجع سبق ذكره، ص 195
² عبد الرزاق محمد الدليمي: مرجع سبق ذكره، ص 88

الاجتماعية المباشرة والواضحة إلى علاقات محكمة بالسرية ومحاطة بالكتمان ومأمونة العواقب في ظاهرها إلا انها قد تقود في النهاية إلى مزالق خطيرة تعصف بحياة الافراد ومستقبلهم¹.

ونظرا للخدمات المتعددة التي أتاحها 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 الانسحاب من المجتمع المادي. فكان للشبكات الاجتماعية على الأنترنت دور كبير في تشكيل المجتمعات الافتراضية وبالتالي بروز العلاقات الاجتماعية الافتراضية التي تختلف عن نظيرتها في الواقع بدءاً من طبيعة الاتصال ونوعه ووصولاً إلى البيئة التي تنشأ فيها هذه العلاقات والمجتمع الذي تتفاعل ضمن كيانه.

¹ إبراهيم إسماعيل عبده(2009):العلاقات الاجتماعية عبر الأنترنت دراسة في الفرص الكامنة والمخاطر المستترة،مركز أسبار للبحوث والدراسات والإعلام،تم استرجاعها بتاريخ 20/03/2011 من <http://www.asbar.com/ar/contents.aspx?c=779>

الفصل الثالث

المجتمعات الافتراضية و العلاقات الاجتماعية

- .I مفهوم العلاقات الاجتماعية و أنواعها
- .II المجتمعات الافتراضية المفهوم و الخصائص
- .III العلاقات الاجتماعية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية

Login



تمهيد

لقد دخل عالمنا منذ عقدين من الزمن عملية التحوّل الهيكلي، وبرزت هذه العملية المتعددة الأبعاد من خلال ظهور نماذج تكنولوجية جديدة تتخذ من المعلومات وتكنولوجيا الاتصال قاعدة لها، وفي الوقت الذي يصنع فيه المجتمع التكنولوجي وفقا لاحتياجاته الأساسية وتلبية لرغبات مستخدمي هذه التكنولوجيا تعتبر هذه الأخيرة حساسة جدا نظرا لتأثيراتها المحتملة على الفرد والمجتمع.

وأمام التطورات السريعة لتكنولوجيا الانترنت فُتِحَ المجال امام العديد من المفاهيم والمصطلحات الجديدة التي يتقدمها مفهوم المجتمع الافتراضي الذي يحاكي المجتمع الطبيعي؛ في العلاقات الاجتماعية المتفاعلة في فضائه، وفي الجماعات الاجتماعية وغيرها، وبالرغم من الفوارق التي تظهر جلية بين الاثنين إلا ان المجتمع الافتراضي استطاع مع الجيل الثاني للانترنت وتطور مواقع الشبكات الاجتماعية أن يجعل الفرد يندمج فيه أكثر، فغالبا ما يدفع نمط الاتصال القائم على الاستثمار المكثف للانترنت الكثير من الأفراد إلى الإحساس بالانفلات من الواقع وإكراهاته المتعددة، بل الأمر قد يتجاوز ذلك ليخلق عند البعض نوعا من اليقين بإمكانية الإقامة في واقع مواز ومغالبة الواقع الفيزيائي¹، ومع انتشار ما يعرف بالعلاقات الافتراضية احتدم الجدل بين اتجاهين إحداهما يعتقد بان هذه العلاقات الافتراضية من شأنها تعزيز العلاقات الكلاسيكية والحفاظ عليها، في حين ظهر اتجاه ينادي بضرورة أخذ الحيطة والحذر من مفرزات الاعتماد الكبير على هذه العلاقات في المجتمع نظرا لتأثيراتها السلبية على العلاقات الكلاسيكية وهو ما سنناقشه في هذا الفصل.

¹الصادق رابح،(2008):التكنولوجيات الاتصالية الحديثة وإشكالية الروابط الاجتماعية،الشارقة الإمارات العربية المتحدة: شؤون اجتماعية العدد99.

I. مفهوم العلاقات الاجتماعية وأنواعها

إنّ التفاعل مع الآخرين في المجتمع هي الغاية النهائية للطبيعة البشرية، وبذلك تكشف حاجة الإنسان الملحة إلى المجتمع عن سمات الطبيعة البشرية المتمثلة في الرغبة في التفاعل مع الآخرين والميل للعيش معهم يؤكد ما تنطوي عليه الطبيعة البشرية من الألفة والاستئناس بيني البشر. الحاجات التي تولدها الحياة الاجتماعية لدى الإنسان مثل حاجته إلى الشعور بالانتماء والاتصال بالآخرين إنما هي من صلب طبيعته البشرية، وبالتالي تكون الطبيعة البشرية حصاد التفاعل بين . وذلك يشير إلى أن يوفر للإنسان شبكة من العلاقات تساعد

1

1. تعريف العلاقات الاجتماعية

يشير مفهوم "العلاقة الاجتماعية" إلى ترتيب أو تنظيم ثابت للعناصر التي تظهر في الفعل الاجتماعي

"

2

(التأثير والتأثر أو الأخذ

العلاقات الاجتماعية

3

(

العلاقات الاجتماعية : " الروابط والاتار المتبادلة بين الافراد في المجتمع، والتي تنشأ نتيجة

اجتماعهم وتبادل مشاعرهم واحتكاكهم ببعضهم البعض ومن تفاعلهم في بوتقة المجتمع . وتعتبر العلاقات

¹ السيد علي شتي. (1995): المجتمع البشري، الجزء الرابع، مصر: مؤسسة شباب الجامعة، ص34

² السيد عبد العاطي، علم الاجتماع الحضري، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ص329

³ معن خليل (1999): البناء الاجتماعي أنساقه ونظمه، ط3، الأردن: الشروق، ص77

- الاجتماعية التي تتبلور بين الأفراد في مجتمع ما بناء على علاقات إيجابية أو سلبية

وقد ذهب ماكس فيبر إلى أن مصطلح "العلاقة 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

خاصة وتعتبر خاصية عامة للعلاقات الاجتماعية. فرما يختلف محتوى العلاقة على أساس الصراع أو العداوة

1 ..

يمكننا تبني التعريف التالي

معينة، وهي مجموعة من الروابط والآثار التي

نتيجة احتكاكهم وتفاعلهم في بوتقة المجتمع.

ر العلاقات الإنسانية على عدد من المراحل يحددها " : 2 ثم

التي بين هؤلاء الأشخاص وتحديد اهم ميولاتهم واهتماماتهم تم تبدا مرحلة توثيق

، ثم مرحلة التقنين التي يتم من خلالها وضع الحدود الفاصلة التي لا

ينبغي تجاوزها، أي أن هذه العلاقة تخضع لقواعد معايير، وبعد ذلك تبدأ مرحلة إعادة النظر، وأخيرا مرحلة

التدهور التي يتم فيها الا

¹ غريب محمد سيد أحمد. (2003): علم الاجتماع ودراسة المجتمع، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 332

² ابراهيم بعزیز، مرجع سبق ذكره، ص35

REX قائمة تمثل هذه الظواهر على النحو

التالي¹:

-
-
-
- المعايير التي يعرفها الفاعل ويتقبلها الآخرون.
- رغبة الآخرين في الفوز والحصول على موافقة الفاعل.

وايت ثلاثة مفاهيم أساسية في تحليله للعلاقات الاجتماعية

الاجتماعي ويمكن إجمالها فيما يلي²:

النفاعل: إلى "أ"

"ب"

النشاطات: التي تشير إلى الأعضاء داخل الإطار الكياني والخاضعة للملاحظة والقياس.

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 أغلب الأحيان. أي هناك تأثيرات من المحيط . وللعلاقات الاجتماعية ثلاث مستويات رئيسية هي³ :

- المستوى الأولي (الأسرة، جماعات اللعب، والصداقة والجيرة)
- المستوى الثانوي (...)

¹ غريب محمد سيد أحمد. (2003): علم الاجتماع ودراسة المجتمع، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ص333

² معن خليل (1999): البناء الاجتماعي أنساقه ونظمه، ط3، الأردن: الشروق، ص78

³ ابراهيم عثمان: مقدمة في علم الاجتماع ، الشروق ، عمان، 1999، ص119

- المستوى المرجعي)

.)

2. القواعد الأساسية لبناء العلاقات الاجتماعية وكوامن تشكيلها

علاقات الاجتماعية الجانب الأكبر من اهتمامات العلوم الاجتماعية العامة والأنثروبولوجيا خاصة،

تكون هناك بعض المبادئ الأولية في تحليل بنائية العلاقات داخل المجتمع المحلي منها ما يلي¹:

. قاعدة البناء Structure: تشير إلى كافة متضمنات ومستويات الفهم التنظيمية الخاصة بأي

نسق اجتماعي بما في ذلك نسق*

المقرة والمعترف بما لمختلف الاشخاص داخل النسق الاجتماعي.

. قاعدة أو مبدأ المحتوى أو المضمون Content: وتشير إلى كافة الخصائص والسمات التي تميزت

بصفة التماسك والجدية والشرعية لاداء ادوار الافراد داخل المواقف التفاعلية في المجتمع المحلي.

. العلاقات السائدة أو المسيطرة: وهي علاقات ذات الأهمية والدلالات الحيوية والتي غالبا ما تحدث بين

شخصين أو أكثر ويكون لها في التأثير والفعالية ما يؤثر في الآخرين.

وغالبا لا تقام العلاقة من فراغ بل هناك كوامن تشكيلها هي ما يلي²:

- الإرضاء الذاتي:

حاجات ذاتية لكلا الطرفين المشتركين في العلاقة إذ يجدون أنفسهم م رغبون في إنمائها

¹ محمد عباس ابراهيم: التنمية والعشوائيات الحضرية، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ص 185 186

² معن خليل، مرجع سبق ذكره، ص 77

- الأهداف والمصالح العامة:
 - أ إذا كان المساهمون في عملية التفاعل الاجتماعي مهتمون ببعضهم البعض فإن هناك مصالح واهتمامات مشتركة على تقارب لإنجاز أهداف مشتركة.
 - الالتزامات والتوقعات: في كل عملية تفاعل هناك التزامات وتوقعات يشعُر
 - أ يؤدي ذلك إلى تكوين علاقة اجتماعية فيما بينهما وتكون بينهما علاقة قائمة على الالتزام.
 - التساند المشترك:
 - الهيكل كالصناعة المتقدمة والرأسمالية
- ساند لعناصر الحياة الاجتماعية الواحدة مع الأخرى ونجد هذا التساند في العلاقات الاقتصادية التي تتضمن سلسلة من العلاقات التي لا تسبقها معرفة اجتماعية .

3. أنواع العلاقات الاجتماعية

وتختلف من باحث لآخر وسنورد في :

ة والثاني العلاقات الأولية والثانوية.

1.3. العلاقات المفتوحة والعلاقات المغلقة

ماكس فيبر يقصد بالمفتوحة رتباطات التي

أو غير الأقارب أو غير المنتمين إلى طبقة اجتماعية معينة أو طائفة دينية خاصة أو نقابة

د والاحترام المتبادل. بينما عنى

(العلاقات المغلقة) —دموية وقرابية أو المنتمين إلى طبقة اقتصادية أو

العلاقة الموقعية التي تملك السلطة أو التي تربط بين أصحاب ذوي المصالح المتبادلة من

1

2.3. العلاقات الأولية والعلاقات الثانوية

¹معن خليل عمر، مرجع سبق ذكره، ص81

" "

كنكزلي

:

جدول(2): الفروق بين العلاقات الأولية والعلاقات الثانوية¹

II. المجتمعات الافتراضية المفهوم والخصائص

علاقات ثانية	علاقات أولية	القيم المعيارية
تضم عددا كبيرا من الأفراد، لا تدوم لفترة زمنية طويلة،	الأفراد، تدوم لفترة زمنية	*
تتباين في أهدافها، القيم الاجتماعية التي تنشأ من خلالها تكون عرضية وغير جوهرية.		*
منهم للآخر محدودة من خلال اختصاصهم المهني وبذلك تكون من النوع الرسمي ومكلفة ومحاملة.	واضح وصريح ويشعر كل منهم بحرية وتلقائية تجاه الآخر. غياب التعامل الرسمي فيها.	
		*علائق محدودة وصغيرة
	مثل جماعة اللعب والأسرة والقرية والجيرة وفريق	*جماعات صغيرة

¹معن خليل عمر. (2001) ثنائيات علم الاجتماع، الأردن: الشروق، ص235

صال في جميع المستويات وفي جميع مناحي الحياة وكافاً
 الفضاءات التي يتحرك ضِ
 حيث أتاحت بذلك أنماطاً . هذه التكنولوجيا
 تأثيرات عميقة في بنية المجتمعات المعاصرة وعلى مستويات كثيرة كتغيير انماط الاتصال السائدة، تغيير
 في القيم؛ في الذهنيات والنفسيات، في أساليب التربية والتعليم، ساهمت كذلك في خلق فضاءات
 تديات النقاش والمدونات على رغم تباعد الفضاءات الجغرافية التي يتواجدون فيها،
 أعادت تشكيل بنية المجتمع إذ عملت على تهديم عادات اجتماعية كانت سائدة كالتواصل الفيزيقي بين
 سر أو الأصدقاء أو مختلف الجماعات تلتقي ببعضها البعض جسمانيا بل يكاد

1.

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

وقبل التطرق لمفهوم المجتمع الافتراضي؛ ر بنا الخوض في فهم المجتمع المحلي
 والتعرف على خصائصه لإمكانية تحديد الخصائص التي تميز المجتمع الافتراضي عن نظيره المجتمع

1. تعريف المجتمع

¹يامين بودهان.(2012). تحولات الإعلام المعاصر، عمان: دار اليازوري، ص12

ليس هناك تعريف محدد ومقبول لمصطلح المجتمع حسب ما ورد في " رجع في مصطلحات العلوم

" امات الثلاثة الشائعة له تشير إلى ة من الحياة الاجتماعية فالمعنى العام

يعني مجموع العلا كل تجمع

المستويات العمرية يرتبطون معا داخل جماعة اجتماعية لها كيان ذاتي ونظمها وثقافتها المميزة¹.

" عدد من الجماعات أو مجموعة من الناس يقيمون في منطقة جغرافية

تلقائيا لفترة دائمة نسبيا مما ينجم عنه تفاعل اجتماعي وعلاقات اجتماعية ينشأ عنها وجود جماعات

"2

ويشار إلى المجتمع باعتباره نسقا اجتماعيا يشتمل على عددٍ كافٍ

لأفراد وجماعات وتنظيمات يسه

"3

يعرف المجتمع مجموعة من الأفراد والجماعات تعيش في موقع جغرافي واحد وترتبط بينها

. ومن ذلك نجد ان العناصر التي تكون المجتمع تتمثل في⁴ :

● ق جغرافي يجمع افراد المجتمع وجماعاته.

● وجود نظام يسمح لاعضاء المجتمع بالتعبير عن ارائهم.

● المجتمع من إشباع الاحتياجات الاساسية لافراده إلى

¹ عزام أبو الحمام.(2011): الإعلام والمجتمع، ط1، الأردن: دار أسامة،ص68
² محمد بن صالح الخليلي.(2001):تأثير الأنترنت في المجتمع، الرياض: عالم الكتب،ص 473
³ سامية محمد جابر.(2003):علم الاجتماع العام، ط1، بيروت:دار النهضة العربية، ص 235
⁴ عزام أبو الحمام، مرجع سبق ذكره، ص66

يلاحظ المتأمل لمفهوم المجتمع بأنه يتكون من العناصر الأساسية التالية: مجموعة من الأفراد يتفاعلون في . يتميزون بكيان ذاتي وثقافة متميزة. في الأدوار والسلوك والقيم بما ذلك مكانات السلطة، إنه مستمر لفترة طويلة من الزمان أما عنصر الإقليم فهذه مسألة خلافية. بمعنى فراد قد يشكلون مجتمعا يتمتع بمختلف العناصر أو الشروط الأساسية دون أن يكون الإقليم من ضمنها، ومن خلال التعريف السابق الذي أوردناه للمجتمع الطبيعي يمكننا تعريف المجتمع الافتراضي.

Dictionary of media and communication

الافتراضي على أنه "مجموعة من الأشخاص يتفاعلون في الأنترنت مثل غرف الدردشة¹."

ف سيرج بروكس " الافتراضي " :مجموعة

النقاش، أو مجموعات ... إلى جماعة واحدة ويتقاسمون نفس

الاهتمامات ولهم أهداف مشتركة²

وتتعد تعريفات المجتمع الافتراضي؛ غير ان نقطة الانطلاق التي اعتمدها عدد من الباحثين للوصول إلى هذا المفهوم كانت تحديد مفهوم المجتمع المحلي الطبيعي والانطلاق منه للوصول إلى هذا المجتمع الذي يحاكيه ولكن بخصائص وسمات جديد .

م العناصر التي تميز المجتمع الحقيقي صارت متوفرة في مجتمع اخر من نوع جديد يعيش في

" بري " ويتصف بقدر واضح من النظم والقواعد والأدوار، بقدر من الملامح الثقافية المميزة "

¹ Marcel danesi(2009), **dictionary of media and communication**, United States of America : **Library of Congress Cataloging-in-Publication Data**,p300

² Serge Proulx(2004) , **les communautés virtuelles, construisent-elles du lien social ?**, colloque international:L'organisation media, dispositifs médiatiques, sémiotiques et des médiations de l'organisation, université Jean moulin, Lyon.

التي تدور حول الاستخدامات المختلفة لنظم الأنترنت ومهارات جديدة يجري اكتسابها بطرائق عديدة مثلما يحدث في التنشئة الاجتماعية في المجتمع الفع¹.

ويعتبر ما قدمه راينغولد نقطة ابتداء مهمة لدراسة المجتمعات الافتراضية، من الناحية الاجتماعية؛ والتي " إن المجتمعات الافتراضية هي مجتمعات اجتماعية تنشأ من الشبكة NET.

كاف في مناقشاتهم علنيا لوقت كاف من الزمن بمشاعر إنسانية كافية لتشكيل شبكات من العلاقات الشخصية في الفضاء السيبري "Cyberspace"²

(Karasar) المجتمع الافتراضي " مجموعة اندمجوا في والتفاعلات عبر الأنترنت في النقاش الالكترونية، Schramm فيرى أن الافتراضي في

في (انها افتراضية) وهو عبارة عن جمهور من كل أنحاء العالم، جالسون أمام شاشة الكمبيوتر³.

وعرف بسبوني إبراهيم حمادة المجتمعات الافتراضية . "مجتمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الإنترنت تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة ويشعرون كماهم في مجمع حقيقي"⁴.

أمام هذه مجتمع الافتراضي نلاحظ أن كل باحث اتخذ ؛ من قام باسقاطا لتعريف المجتمع الطبيعي وعناصره على هذا المفهوم التي تتمثل اساسا في

¹عزام أبو الحمام، مرجع سبق ذكره، ص90

²علي محمد رحومة(2008): علم الاجتماع الآلي: عالم المعرفة، عدد 347، ص65

³إبراهيم بعزیز. مرجع سبق ذكره، ص73

⁴بسبوني إبراهيم حمادة.(2001): حرية الإعلام الإلكتروني الدولي وسيادة الدولة، مع إشارة خاصة إلى الوضع في الدول النامية، كراسات التنمية، القاهرة:مركز الدراسات وبحوث الدول النامية، ص34 53.

وغيرها غير ان البعض من خلال تعريفه حصر تعريف المجتمع الافتراضي وما يقود إلى تكوينه أو تشكله في عدد من الاستخدامات الأساسية راف الدردشة والحوار وغيرها في حين أن المجتمع الافتراضي ومع تطور الانترنت أصبح له العديد من الاسس التي يتجسد من خلالها مثل مواقع الشبكات الاجتماعية التي بحثت من خلال خدماتها في محاكاة المجتمع الطبيعي والتأسيس لمفهوم المجتمع الافتراضي بشكل واضح وواقع وذلك من خلال العلاقات الاجتماعية الافتراضية والهويات الافتراضية والتفاعل الافتراضي والروابط التي تجمع بين المستخدمين، وفي دراستنا هذه نتبنى تعريف هارولد راينغولد

بحده ربما جامعا لتعريفات عدة فهو يركز على المقومين الاجتماعي والتكنولوجي لهذه المجتمعات ذلك أن هذه المجتمعات () في بيئة ()؛
في - في

في

لهم

الافتراضي الكوني¹.

(الافتراضي) لم يكن ليظهر فجأة ولكن حدث نتيجة عدد من العوامل التي مهدت لظهوره أهمّ ومع ذلك فإن هذا المجتمع لم تكتمل وبمجتمع المعلومات العالمي وهذا المجتمع اخذ في

التشكل ولا يستطيع أحدٌ التكهن بالصورة الأساسية للمجتمع الافتراضي في المستقبل

:

■ سرعة التغيرات التي تطرا علي هذا المجتمع, وارتباط تحولاته بصناعة البرمجيات التي تتطور في علمنا بشكل ملحوظ.

¹ علي محمد رحومة،(2009): تنمية المجتمعات الافتراضية عوامل نجاح جديدة للتطوير الشبكي التكنو اجتماعي،ليبيا:معهد النفط الليبي،ص4

- كثرة المتفاعلين في السياق الافتراضي, إذ أن هذه التفاعلات بدأت علي المستوى النخبوي معها كل من يجيد أساسيات التعامل مع الكمبيوتر.
 - تفاوت أعمار المتزددين عل تفاعلات المجتمع الافتراضي إذ انه لا يرتبط بشريحة عم الأعمار منذ الطفولة حتى الشيخوخة تتفاعل في هذا السياق.
 - تعدد الصور والايات التي يتواصل بها الافراد في التفاعلات الافتراضية ما بين غرف محادثات مجموعات ومدونات وغيرها من طرق التفاعل.
- لقد بحسدت المجتمعات الافتراضية بشكل كبير في السنوات الاخيرة مع ظهور الجيل الثاني للانترنت وأصبحت وسيلةً للأشخاص حتى يتفاعلوا مع بعضهم البعض؛ في الوقت الذي ظلّ وجود المجتمعات الافتراضية او عدمه محل نقاش في حين يرى المؤيدون لوجود المجتمع الافتراضي ان عدم الموافقة على وجود مجتمع افتراضي هي مسألة ذات صلة فقط بمن لم يختبروا هذا المجتمع. حيث الكبير للتكنولوجيا في الحياة اليومية العملية والاجتماعية للأشخاص ستصبح المجتمعات الافتراضية الوسيلة التي يتصل بها الافراد مع بعضهم البعض¹.
- ه من الواضح ان مثل هذا المفهوم للمجتمع الجديد، المجتمع السايبري أو الافتراضي الذي تشكل فيه نترنت بيئة التفاعل، أصبح ينبئ بتفاعلات وتعاملات جديدة تميزها طبيعة الاتصال في حد ذاته الأمر الذي أنتج العديد من المفاهيم الجديدة سواء فيما يتعلق بالاتصال والتفاعل أو حتى الهويات والمشاعر وطبيعة العلاقات الاجتماعية في حد ذاتها.

3. خصائص المجتمعات الافتراضية

¹ Anita L. Blanchard : Definition, Antecedents, and Outcomes of Successful Virtual Communities, USA : university of north carolina.p05

إن أهم ما يميز هذه التجمعات الافتراضية هي انها متاحة للأفراد الذي يريدون المشاركة في احد انماطها

Jenkinson Alberta Ropert روبرت حد قول البرتا روبرت

Michael . فهناك دائما أفراد مشتركون في التفاعلات الافتراضية حتى في منتصف الليل

غرابية في ذلك فلقد أصبح الإنترنت بشكل عام جزءا من حياة الناس والجماعات الافتراضية بأنماطها المختلفة

Maria باتت تشكل أهمية للعديد من المهتمين بالإنترنت عا

Bakardjieva إلى أن تعلن أن الحاسوب أصبح أسلوب حياة وذلك في الفصل الذي أعدته بعنوان

التكنولوجيا في حياتنا اليومية¹

■ للمجتمعات الافتراضية أن الأفراد ينتظمون دون علاقة محددة تربطهم

2.

■ الاتصال والتفاعل: إن ما يميز المجتمعات الافتراضية هو طبيعة التفاعل الذي يكون من خلال الاتصال

الفيري(Weberians) أن هذه الوسائط أداة فاعلة في

(Rationalism) التي هي برأيهم السبب الرئيس في التغير الاجتماعي في

الرأسمالية الغربية؛ هذه على تخفيف التي

. ورغم هذه وتختصر الكثير

الرؤية الايجابية لهذا النوع من الاتصال فإن في الإلكتروني

وانتشاره في غير

¹ وليد رشاد زكي. (2009): المجتمع الافتراضي. نحو مقاربة للمفهوم، تم استرجاعها بتاريخ 2012/01/11 من <http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=96350&eid=897>

² Jan A.G.M ,VAN Dijk.the reality of virtual communities.utrecht,p55, [online]university.p55http://www.utwente.nl/gw/vandijk/publications/the_reality_of_virtual_communi.pdf

الاجتماعيين إلى هذه مزيداً إلى في وتأثيراتها في

■ التعبير عن المشاعر في المجتمعات الافتراضية: على الرغم من أن التعبير على المشاعر عادة يكون بالعديد من الميكانيزمات غير اللغوية مثل الضحك، الابتسام، تعابير الوجه وغيرها، يكون هذا التعبير في المجتمعات الافتراضية من خلال الرسائل النصية التي قد تكون أحياناً متبوعة بما يعرف بالإيموتيكونات² Emoticons أو سمايليز Smilies.

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

■ معلومات وتوفرها للجميع والدعم والخدمات بين الاعضاء امر مهم في حركة المجتمع .

■ هناك إطار مشترك للتقاليد الاجتماعية واللغة والبروتوكولات المتبعة. إضافة إلى ذلك فقد كان هناك بشأن نقاط أخرى تكثف وتؤثر في التفاعلات على الخط، وهي³:

● وجود دليل على أن المشتركين الأعضاء لديهم أدوار مختلفة.

● ووعي بحدود العضوية وهوية الجماعة.

● المعايير المبدئية للاشتراك في المجتمع المعني.

● تاريخ المجتمع ووجوده على مدى فترة من الزمن

● الأحداث الملحوظة والطقوس التي يمارسها الأعضاء.

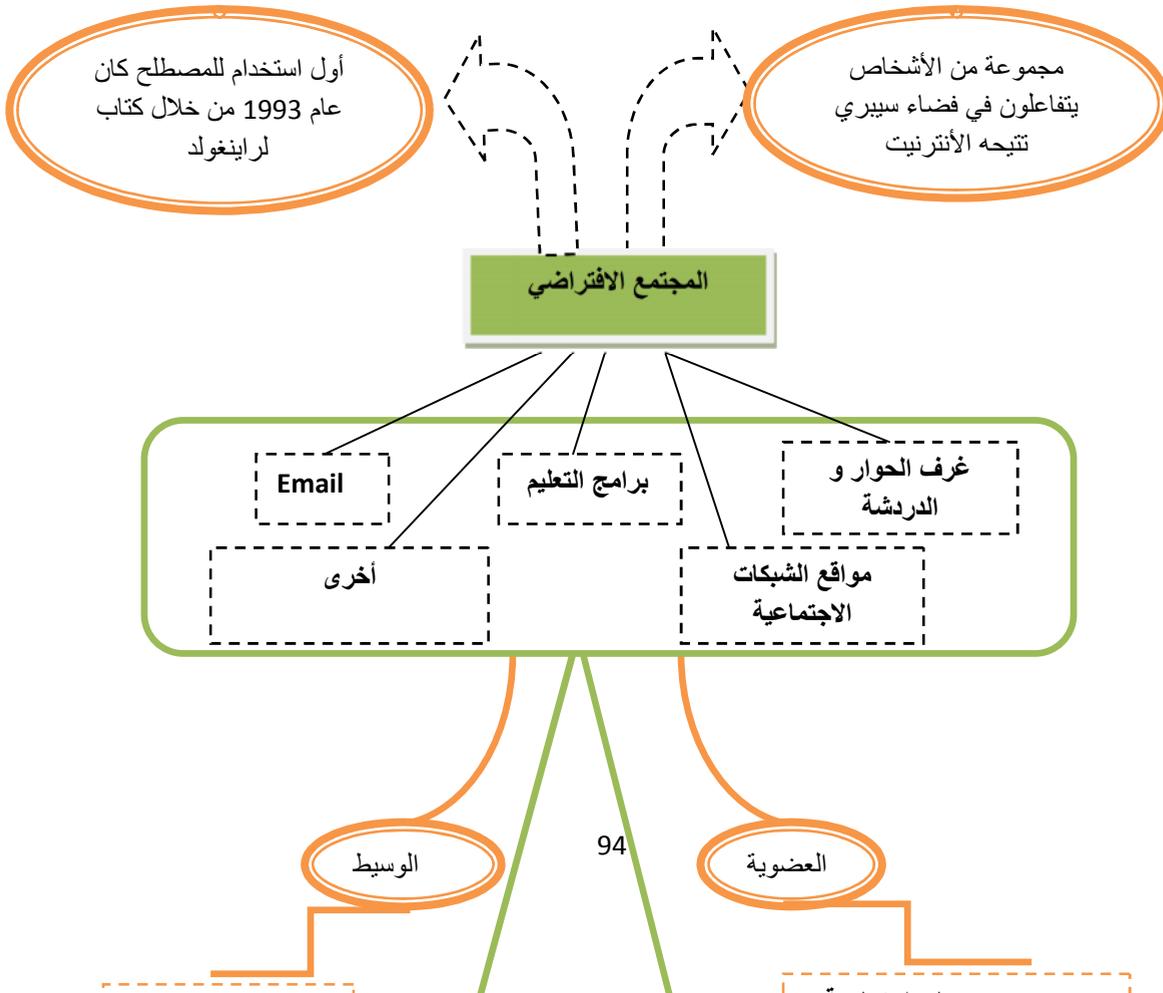
● البيئات الطبيعية المشتركة.

¹ حلمي خضر ساري. مرجع سبق ذكره ، ص303

² Anna Chmiel and al,(2011) **Collective Emotions Online and Their Influence on Community Life** , PLoS ONE.vol6 (7) ,

³ علي محمد رحومة: علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص74

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





شكل (8)¹: المجتمع الافتراضي

4. الفوارق بين المجتمع الطبيعي والمجتمع الافتراضي

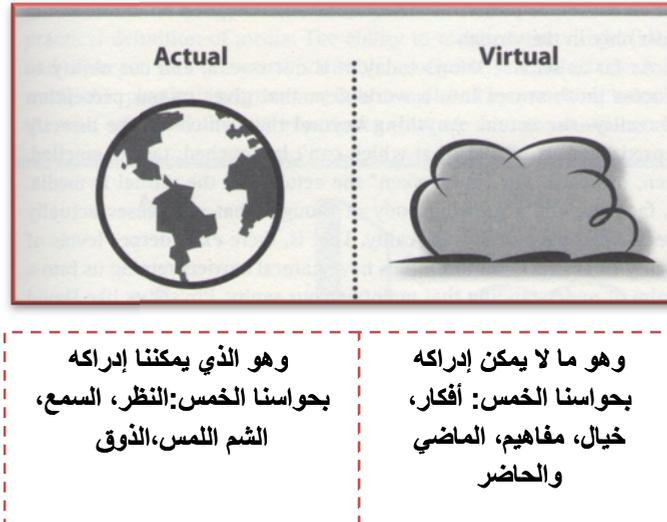
رغم محاكاة المجتمع الافتراضي بـ ل كبير للمجتمع الطبيعي إلا أن هناك العديد من الفوارق التي يمكن

من خلالها التمييز بينهما:

- من أهم صفات المجتمع الطبيعي انه مجتمع يدوم لفترة طويلة في حين نجد بان المجتمع الافتراضي بالزوال في أي لحظة مع مجرد انقطاع في الاتصال بالإنترنت أو انقطاع في الكهرباء.
- التقارب الجغرافي في المجتمع الطبيعي يقابله غياب المكان في المجتمع الافتراضي.

¹ إعداد الطالبة

- يتميز المجتمع الافتراضي بالعالمية والكونية في حين يعتبر المجتمع الطبيعي محليا، ومن جانب آخر نجد ان الاشخاص في المجتمعات الافتراضية غالبا ما تجمعهم مصالح مشتركة عكس المجتمع الطبيعي فلا يشترط الاتصال في المجتمع الطبيعي يكون مواجهي اما في المجتمع الافتراضي فهو اتصال وسيطي.
- من خلال حواسنا الخمس في حين ندرك المجتمع الافتراضي من خلال مجموعة من الأفكار والمفاهيم والآراء وغيرها." (09)
- في المجتمع الواقعي الطبيعي بعدد من الصفات إلى جانب الاتصال المواجهي مثل الرموز غير اللغوية والتعبير عن المشاعر مثل الضحك والقلق والإضراب وتعبير الوجه إلى جانب لغة الجسد غيرها في حين يجدها في المجتمع الافتراضي تحولت إلى مجموعة من الرموز التي يطلق عليها إيموتيكونات يعتمد عليها



شكل (09): الواقع والافتراض¹

¹ Jim Banister.(2004) word of mouse, the new age of networked media, Chicago :Agate, p53

المجتمع المحلي الافتراضي حقق ما لم يحققه المجتمع المحلي الطبيعي. بما توفره تكنولوجيا

. فهو مجتمع على الخط يتفاعل في بيئة الكترونية

افتراضية ويشترك أعضاؤه في الكثير من الروابط والاهتمامات والأنشطة الاجتماعية المشتركة.

() أي مجرد حضور افتراضي -برامجي، في

. فالبيئة البرمجية للتفاعل تتقاسم أنماطا متنوعة للتفاعل وأحجاما صغيرة أو كبيرة من المشاركين

وفترات زمنية غير مقيدة كل ذلك يتيح الفضاء السيبراني بدلا من الفضاء الطبيعي، فتتفاعل جماعات النقاش

والحوار ويحدث التآلف وتنمو المصالح الشخصية الاجتماعية والاهتمامات النفسية والثقافية والسياسية

والاقتصادية والأدبية المشتركة إلى جانب كون المجتمعات المحلية الافتراضية هي عمليا جماعات لتبادل المعلوما.

والاتصال التقني المفيد معرفيا واجتماعيا، والذي بدوره يكتسب نوعا من العادات والتقاليد واللوائح

المشتركة من الجماعة او المجتمع الافتراضي المعني.¹

بالطبع قد يجادل البعض- من جانب آخر وهم على حق في ان المجتمع الافتراضي لا ولن يكون بديلا

للمجتمع الفعلي، فالحاجات الفيزيولوجية الفطرية وغير الفطرية لن يجري إشباعها من خلال المجتمع

الافتراضي، كحاجة الفرد للغذاء والكساء والزواج والتناسل والصراع ، صحيح ان المجتمع الافتراضي

سيساهم بشكل كبير في توفير هذه الحاجات من الناحية اللوجستية لكن ذلك لن غني

تلك الحاجات أو لتصنيعها أو للقاء تحت سقف واحد والعيش معا لفترة طويلة

..الخ. لذلك فإن المجتمع الافتراضي لن يكون بديلا بقدر ما سيكون موازيا للمجتمع الحقيقي².

جدول(03) أهم الفروق بين المجتمع الطبيعي والمجتمع الطبيعي

العلاقات	الاتصال	الإدراك	المحلية/العالمية	المكان	البقاء
----------	---------	---------	------------------	--------	--------

¹ علي محمد رحومة: علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص65

² عزام أبو الحمام، مرجع سبق ذكره، ص91

				محصور بمجال جغرافي	المجتمع الطبيعي
افتراضية		...		غير محصور بمجال جغرافي	المجتمع الافتراضي

الدراسة العلمية للجماعات الافتراضية م تفسيراً لفهم نتائج التقنية الإلكترونية عل

الرغم من أن ما يواجهه هذا النوع من الجماعات من صعوبات في دراستها قد لا تتوفر في

- فهذه العلاقات الكونية الجديدة وليدة التقدم في وسائل

الاتصالات فقد اتخذت هذه التجمعات من الإنترنت آلية للاتصال والتفاعل وذلك بعد

منها البريد الإلكتروني خدمة النقاش صفحات الويب وأن هذه التجمعات تفتقد إلى الإطار المكاني وهذه

1

التجمعات يجمع بين أفرادها فضاء مشترك لا يعتمد بالأساس عل

خدمات الانترنت تأسست بشكل واضح علاقات اجتماعية افتراضية ساهم التزايد الكبير في استخدام

الشبكات الاجتماعية في انتشارها ليصبح لها دور مهم في المجتمع الافتراضي.

III. العلاقات الاجتماعية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية

لا يختلف اثنان في أنّ الرغبة في التواصل مع الغير هي نزعة متأصلة لد

حوار الإنسان والآلة والإبحار في محيطات الإنترنت

إنسان غيره عل الطرف الآخر يشاركه اهتماماته وهمومه ويتبادل معه معارفه وخبراته. ولقد اقترب اليوم الذي

يشارك فيه غيره وذلك بفضل تكنولوجيا المعلومات

¹ C. Kinnelly Susan (2000). **problems and promises in the study of virtual community: A case Study, university of Pennsylvania, USA : school of social works [online]** www.isoc.org/linet2000/cdproceedings/29/29-.1.htm.

أن تنمو الرغبة في التواصل مع ما نشهده في زماننا هذا من ظاهرة الاغتراب والانكفاء على

يفسر لنا سرعة انتشار الجماعات الافتراضية على الإنترنت¹

انتشار الاستخدام المفرط لمواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت أصبح الأفراد يميلون إلى قضاء

وقتهم في عالم يوازي عالمهم الفيزيائي الأمر الذي دفعهم إلى الانقطاع عن العديد من النشاطات الاجتماعية

والتقليل من العلاقات الاجتماعية التقليدية والاستغناء أكثر بنظريتها الافتراضية.

وفي هذا الصدد لم يتردد الكثير من علماء النفس في تقديم تشخيص سوداوي غالباً ما يتجلى في السلوك

2.

- الاستخدام المكثف للإنترنت يميل إلى فصل الأترناتي عن الحياة الفعلية أو الحياة الحقيقية.
- الروابط التي تتيحها الانترنت للفرد (الروابط الالكترونية)
- الهوية الافتراضية التي تمنحها الانترنت للفرد تبدو كوهم لا علاقة له بهويته وشخصيته الفعلية.

1. الشبكات الاجتماعية وتشكيل المجتمعات الافتراضية

في

جماعات مختلفة، لها اهتماماتها الخاصة ومميزاتها. هذه حيث تغير

إلى في

مشتركة

¹نبيل علي(2001) الثقافة العربية وعصر المعلومات, رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي. عالم المعرفة, عدد 265, 2001, ص501
²الصادق رابح,(2008):التكنولوجيات الاتصالية الحديثة وإشكالية الروابط الاجتماعية،الشارقة الإمارات العربية المتحدة: شؤون اجتماعية العدد99،ص3

في هذه عبر إلكترونية
تخلص . في بعده
يصبح، في في تمثله إلى الأعطال التي هذه
بالتالي 1 .

من خلال خصائصها التي تتيح التفاعل بين مختلف مكونات
سد بشكل واضح معايير المجتمع الافتراضي الذي ينمو مع مختلف المحددات التي تتيحها هذه
حيث يقتضي التحليل الموضوعي القول بأن العلاقات الاجتماعية على الإنترنت، أو استخدام
الخدمات الإلكترونية للتواصل مع الآخرين والتفاعل معهم حول الاهتمامات أو النشاطات المشتركة في ظل
عالم افتراضي؛ هو أمر يمكن أن يقدم وسيلة ممتازة لمتابعة الهوايات وتأسيس الصداقات الجديدة وتعزيز تلك
المكونة أصلاً، وممارسة الألعاب والتشارك بالأفكار².

أفراد وجماعات نجحت من خلال دخولها إلى
الاجتماعية أن تخلق أنماطاً اتصالية جديدة، فالفرد أصبح يتصل مع فرد آخر اتصالاً وسيطياً وأصبح التفاعل
افتراضياً تغيب فيه حدود الزمان والمكان وتملأه الهويات الإلكترونية الافتراضية، وتحول الأفراد في المجتمع
الكلاسيكي الذين بدأوا ينسحبون إلى الشبكات الاجتماعية إلى أفراد افتراضيين يتفاعلون افتراضياً وينتمون
لجماعات افتراضية ويشاركون في نشاطات حياتية متنوعة تدور كلها في عالم واحد هو العالم الافتراضي.

من أفراد وجماعات تتفاعل فيما بينها فإن الشبكات الاجتماعية
تتيح عدداً عدداً من المعايير والقواعد التي تسهل هذا التفاعل وتردع في الوقت ذاته أي تجاوزات كالتعدي على
الآخرين بالسب أو مضايقة شخص ما أو الإساءة لديانة، هذه التفاعلات الواقعية انتقلت من خلال

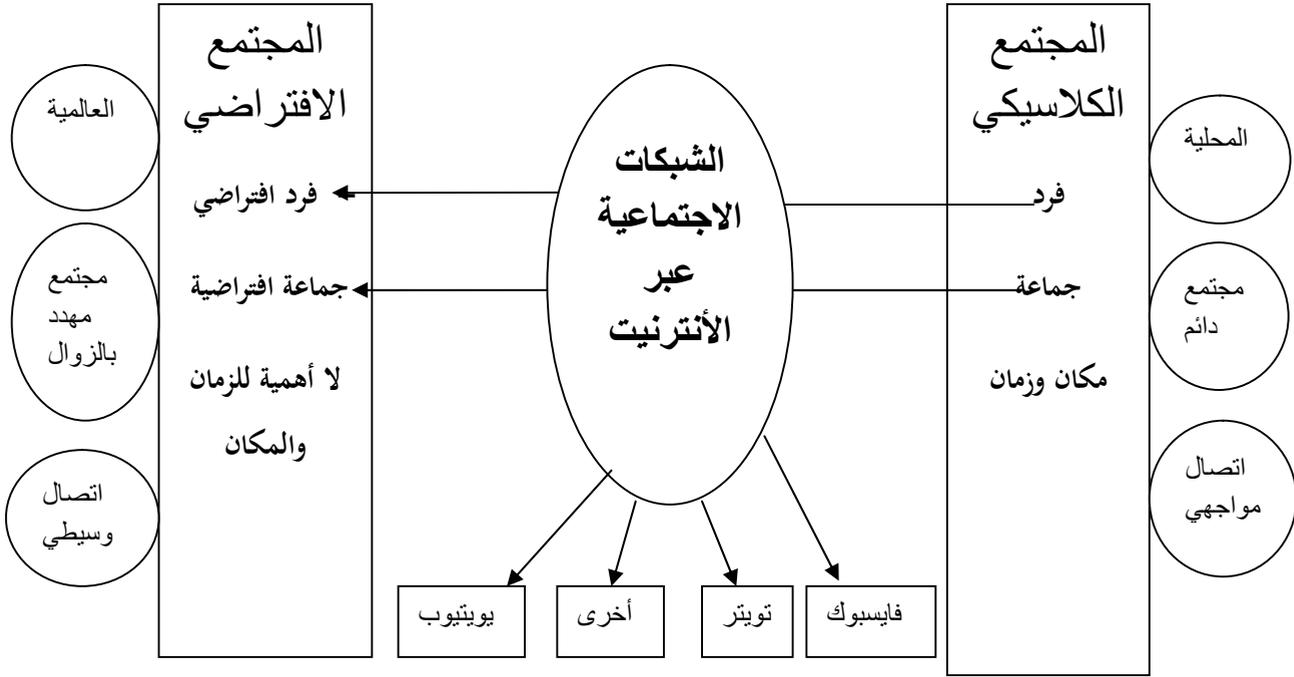
¹الصادق رايح. (2007) الأترنيت كفضاء مستحدث لتشكل الذات، المجلة المصرية لحقوق الرأي العام، 8(2)، ص 265 286
²ابراهيم اسماعيل عبده. مرجع سبق ذكره.

اجتماعية إلى العالم السيبري مجسدة بذلك خصائص المجتمع الافتراضي من حيث التفاعل، طبيعة

الاتصال، حدود الزمان والمكان وغيرها. (10) ليصبح الفرد يعيش من خلال

الاجتماعية في مجتمع آخر مواز للمجتمع الحقيقي. حيث ساهمت هذه الأخيرة بشكل كبير في الانتشار

لهذا جود على شبكة الأنترنت.



شكل (10)¹: الشبكات الاجتماعية وتشكيل المجتمعات الافتراضية

2. الفوارق بين العلاقات الافتراضية والعلاقات الكلاسيكية

بحر الأنترناتي في الفضاء الإلكتروني بحثا عن معلومات من مصادر متنوعة، فإنه ليس مفصولا

. فإذا كانت الشاشة باعتبارها وسيطا تقنيا، تحيل في أذهاننا على معنى

() فإنها تتيح لنا إمكانية استثمار مساحة حميمة تكون

¹ إعداد الطالبة

أداتنا في توصيل المعلومات التي نرى أنه¹ هذه المساحة الحميمة وإن كنا نعتمد فيها على الوجود الافتراضي فإنها كثيرا ما تتحول إلى علاقات رغم طبيعتها الافتراضية إلا انها ذات قوة كبيرة واهمية كبيرة في حياة العديد من الأشخاص الذين لم يعد

الانترنت، إلى تغيير في
النسيج
تغيرت المعايير التي
هذه
في
الجغرافي يلعب
كبيراً في
الجغرافي
في مختلف
أصبح
أساسه هذه
في
والانترنت مختلفاً
مختلف أنحاء العالم
حتى
وحتى لم
ير
في
تخضع
المعايير.

ويمكننا أن نفرق بين العلاقات الافتراضية والعلاقات الكلاسيكية من خلال ب²
القرب الوظيفي والبعد الثاني

● البعد الأول : القرب الوظيفي جدلية العلاقة : الإنسان والمكان

أهمية
- في عصر
وهي
خلال الفراغ المكاني - افتراضي بدلاً

● البعد الثاني : الاتصال والتفاعل جدلية العلاقة : الإنسان والزمان

¹الصادق رايح،(2008):التكنولوجيا الاتصالية الحديثة وإشكالية الروابط الاجتماعية،الشارقة الإمارات العربية المتحدة: شؤون اجتماعية العدد99،ص5
²نوبي محمد حسن.(2003):ثورة المعلومات والعلاقات الاجتماعية،الرياض:جامعة الملك سعود، الجمعية السعودية لعلوم العمران

محدد وفي محدد -

في المعلوماتية غير بدلاً . فالفاعل يكون في أي مكان وفي أي

وتظهر الفروق الأساسية بين العلاقات الافتراضية والعلاقات الكلاسيكية فيما يلي :

جدول(04) الفروق بين العلاقات الاجتماعية والعلاقات الكلاسيكية

العلاقات الاجتماعية الافتراضية	العلاقات الاجتماعية الكلاسيكية
ليس بالضرورة أن يكون هناك تقارب جغرافي	هناك تقارب جغرافي بين الأفراد في أغلب الأحيان
أغلبية هذه العلاقات قد تكون مبنية على معلومات مزيفة وليس من السهل الوصول إلى معلومات عن الذين يتم التفاعل معهم.	.
كون هنا الاعتماد على الهوية الافتراضية من خلال تقديم معلومات عن الشخص في صفحات البروفايل مثلا والتي لا تمت بصلة للمستخدم. وبالتالي قد يتفاعل الشخص من خلال المجتمع الافتراضي مع شخص اخر لا وجود له في الواقع.	الهوية حقيقة في أغلب لديها محددات معينة
علاقة مؤقتة وغير وطيدة نظرا للشكوك التي تحيط بالطرف الآخر وطبيعة التفاعل في بيئة المجتمع الافتراضي.	بحكم الاتصال وجها لوجه والاحتكاك الدائم تكون
وجود وسيط تقني "شبكة الأنترنت"	عم وجود وسيط تقني
يمكن التعبير على المشاعر من خلال الاعتماد على ما يعرف بالإيموتيكونات أو من خلال الرسائل النصية التي يتبادلها	التعبير على المشاعر يكون من خلال تعابير

الأولى

الافتراضية

هذه

بخصائص

لها رغم التخوفات المقترحة

"محمد محفوظ"

عبر

التي

"التاريخي

في

يعني

في

توفير

¹. لكن وإن آمنة بتكاملية هذه العلاقة فإن

يחס

الانتشار الواسع للعلاقات الافتراضية في حياة الأشخاص سواء كانت نتيجة للتفاعل الاجتماعي عبر الأنترنت بغرض ربط علاقات اجتماعية او بهدف التعليم الالكتروني او التجارة الإلكترونية وغيرها بدأت تطرح العديد من تساؤلات حول مستقبل العلاقات الاجتماعية التقليدية.

3. العلاقات الافتراضية عبر الشبكات الاجتماعية ومستقبل العلاقات الاجتماعية التقليدية

مخوفاتهم من

التي قلبت التواصل في المجتمع

هذه الطرق

الزميني، الجغرافي،

. حيث أصبح الأفراد داخل البيئة الاتصالية

الثقافي، يشترط

الجديدة يتمتعون بقدرة على خلق فضاءات اتصالية افتراضية يلتقون فيها ظرفيا تعبيرية جديدة

² ومع تزايد الاعتماد على هذه الفضاءات الافتراضية بدأت تتجلى العديد من

التساؤلات حول ما إشار العلاقات الافتراضية الناتجة عن استخدام الأنترنت يؤثر سلب

العلاقات الاجتماعية التقليدية في المستقبل أو يساهم في دعمها وتقوية روابطها.

¹ابراهيم بعزیز، مرجع سبق ذكره، ص71

²يامين بودهان. (2010): المواقع التواصلية لشبكة الأنترنت نحو ميلاد بيئة اتصالية جديدة، بحث مقدم لملتقى وطني حول تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على الأفراد والمجتمعات، جامعة سطيف، 19/18 أكتوبر 2010

في دراسة على 895 مفردة من مستخدمي الإنترنت توصل Pew Research Center's Internet American Life Project إلى أ: 85% في عام 2020

وغيرها من العلاقات سيجدون بأن الإنترنت كان لها قوة إيجابية على علاقاتهم الاجتماعية في حين يرى 14% عكس ذلك، ويعتقدون بأنهم في عام 2020 عندما ينظرون إلى وغيرها من العلاقات الإنترنت كان لها قوة سلبية على
¹ .أمام هذه التصورات ظهر اتجاهين أساسيين برؤية مستقبل العلاقات الاجتماعية في ظل انتشار العلاقات الافتراضية. (11)

1.3. الاتجاه الأول: الاتصال عبر الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية يدعم العلاقات الاجتماعية

Barry (2001) كتب بان المجتمع الافتراضي كشبكة من العلاقات الشخصية تقدم

المؤانسة والدعم، المعلومات، الشعور بالانتماء والهوية الاجتماعية، ويقول Gulia Wellman يدعم الشبكات الاجتماعية من خلال مجموعة متنوعة من الخدمات مثل ..وغيرها. ولقد استطاعت المجتمعات الافتراضية من خلال الشبكات الاجتماعية ان توفر العديد من للأشخاص لمشاركة حياتهم الخاصة مع اخرين في نموذج اخر

الافتراضي.² أشخاص الذين يعتبرون بأن الإنترنت تمثل قوة إيجابية في علاقاتهم

سمحت لهم بإنشاء العديد من العلاقات سواء كانت قوية أو ضعيفة، حيث لم يعد البعد الجغرافي يمثل عائقا أمام الحفاظ على هذه العلاقات وتقويتها.³ العديد ممن يدعمون هذا الاتجاه إلى أن الشبكات

الاجتماعية عبر الإنترنت والتواصل من خلالها يساهم في والحفاظ عليها ومثال

¹ Janna Quitney Anderson, Lee Rainie(2010): **The future of social relations**, Washington : Pew Research Center's Internet & American Life Project.p2

² Anonymous (2011) : **Do-virtual-communities-and-social-networks-enhance-andor-destroy-peoples'-relationships-in-reality**, [online] <http://networkconference.netstudies.org/2011/05/do-virtual-communities-and-social-networks-enhance-andor-destroy-peoples%E2%80%99-relationships-in-reality/>

³ Janna Quitney Anderson, Lee Rainie :op cit

" " اليوم في شخص حيث يرى العديد من مستخدميهم بأن
 قع ساعدهم في الحفاظ على علاقاتهم الاجتماعية القديمة والقائمة وهو الهدف من الموقع منذ بداية إنشائه،
 حيث سمحت هذه المواقع مثل " " "تويتر" للمستخدمين أن يبقوا على اتصال مع الأصدقاء في
 أوقات فراغهم حتى في الوقت الذي يجلس فيه في المكتب أو ينتظر القطار ..¹

" " مؤخرًا أصبح يضم أكثر من 47000 وغيرها، وتساهم
 الاجتماعية من خلال مساهمتها في العمليات التعليمية في جمع العديد من ذوي

الاهتمامات المشتركة. وتجدر الإشارة بأن زوكر بيرغ من خلال تصميمه لـ " "
 المنفعة الاجتماعية التي تربط الناس ببعضهم البعض في جميع أنحاء العالم وليس تركيزه على جعل
². يُعتقد بأن الأشخاص الذين بإمكانهم التعبير عن أنفسهم عن طريق الإنترنت أكثر مما

يتيح لهم الواقع هم الأكثر قدرة على بناء علاقات اجتماعية مقربة من خلال الإنترنت، ويم
 عن طريق الإنترنت؛

الأشخاص الذين يحسون والنوع الثاني هم الأشخاص الذي
 هؤلاء الأشخاص بإمكانهم تطوير علاقاتهم عبر الإنترنت بسرعة كبيرة ويمكن لهذه العلاقات

أن تتحول إلى علاقات ³. John.Thompson

التطور الحاصل في مجال تكنولوجيايات الاتصال لم يبلغ التفاعل المباشر وجهها لوجه وإنما جاء ليكملة ويتمه⁴

2.3. الاتجاه الثاني:الاتصال عبر الأنترنت والشبكات الاجتماعية يؤثر سلبا على العلاقات الاجتماعية

¹ Angelo Antoci and al.(2010) See you on Facebook: the effect of social networking on human interaction,p02

² Ibid

³ Katlyn Y.A Mackenna(2002) :relationship formation on the internet : what's the big attraction,journal of social issues, vol 58,(1),p 9-31

⁴ John B.Thompson , (2000) : transformation de la visibilité, réseaux n. 100,p.193

يشير إسماعيل¹ إلى أن نترنيت لها دور كبير في عزل الأفراد اجتماعياً وتفكيك العلاقات بين الافراد في المجتمع، فالافراد اصبحوا يقضون وقتاً طويلاً في التعامل مع الكمبيوتر والإنترنت بطريقة لافته ينطوي عليه ذلك في كثير من الأحيان من حاجة إلى العزلة عن الآخرين خلال فترة الاستخدام، الأمر الذي يؤدي بدوره إلى إشاعة حالة من العزلة الاجتماعية، وبالتالي إيجاد نوع من التفكك الاجتماعي، خاصة في ظل انتشار انماط جديدة من القيم والسلوكيات المستحدثة في المجتمع العربي كله. ويشير المتخصصون في هذا الصدد، إلى ما بات يطلق عليه Computer Phyliac وتوجد هذه الحالة عندما يستمر الشخص في الجلوس أمام الحاسوب ساعات طويلة كل يوم بشكل يشبه مدمني القمار، طبعاً مع استثناء

مد توجد هذه الحال لدى الأفراد

او الاشخاص الذين يرغبون في الهروب من ظروفهم ومشاكلهم الحياتية فيلجأون إلى الحاسوب ليفرغوا فيه طاقتهم وهمومهم، فضلاً عن الإجهاد والتوتر النفسي الذي ينتج من استخدام الحاسوب لفترات

Wellman وآخرون أن استخدام الأنترنت قد يتدخل في الكثير من الأحيان في الاتصال داخل

" ، عندما يصبح

² هو وجه من تأثير السلبي على التفاعل داخل الأسرة. حيث

Pew Research Center's Internet & American Life Project

الذي يقضونه مع الأنترنت يسرق الكثير من الوقت الذي يفترض أنه مخصص للاتصال وجها لوجه والأنترنت

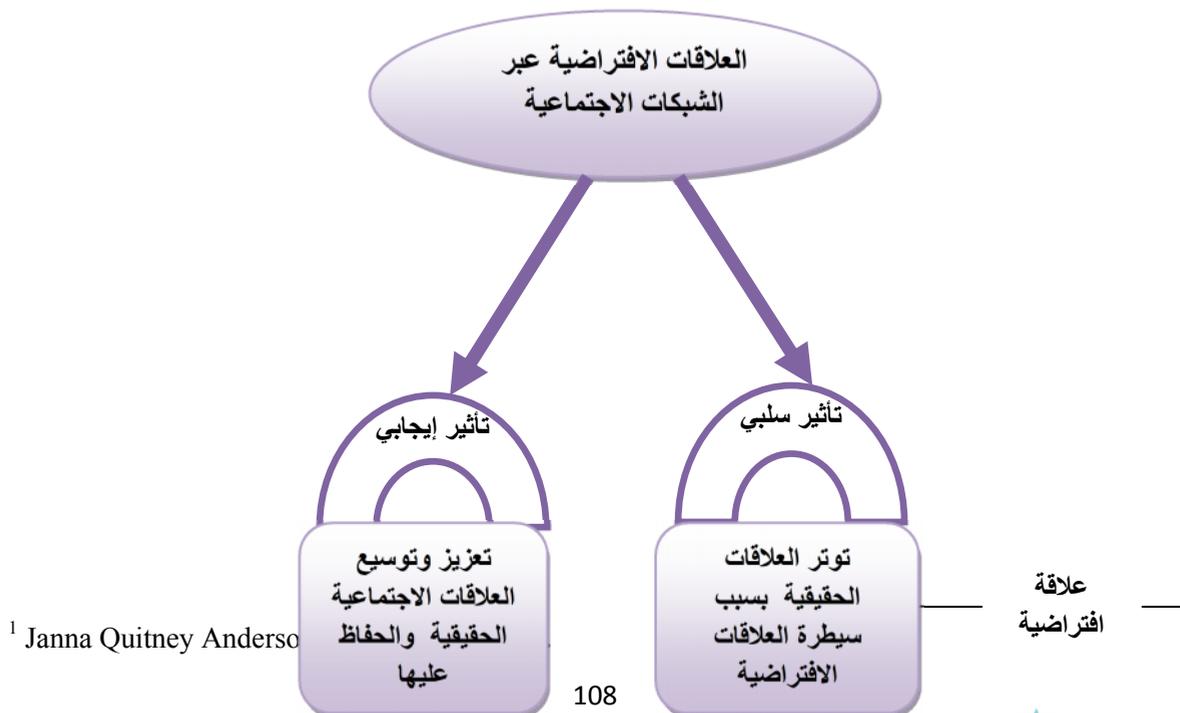
¹ إبراهيم إسماعيل عبده، مرجع سبق ذكره.

² Angelo Antoci and al.(2010) See you on Facebook: the effect of social networking on human interaction,p06

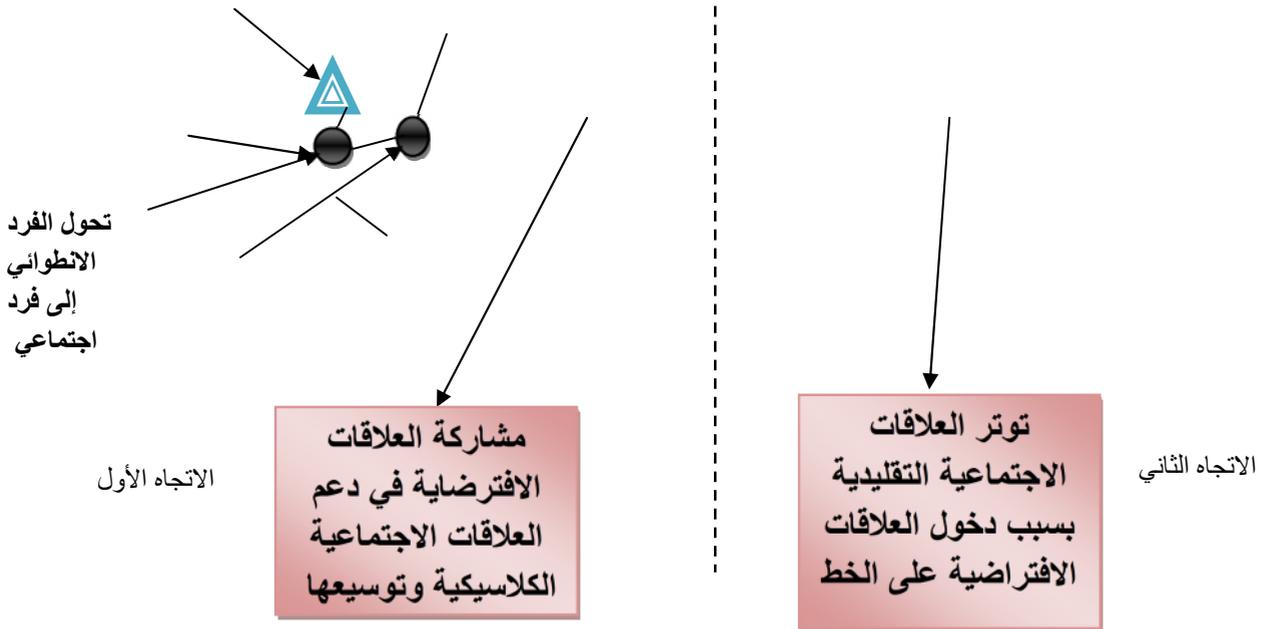
في العادة معزز علاقات غير قوية، هذا إلى جانب أن الدخول إلى الأنترنت يعرض المعلومات الشخصية إلى

ومن خلال هذين الاتجاهين يمكننا الوصول إلى اتجاه وسط يدعم التفاعل عبر الشبكات الاجتماعية من خلال المجتمع الافتراضي الذي تتيحه ولكن على ان يدرك المستخدم طبيعة الاستخدام الامثل فيحافظ على مع محاولة دعمه وتطويره من خلال هذه المواقع بدلا من الانسحاب الكلي

يشكل مخاطر كبيرة على منظومة العلاقات الاجتماعية.



¹ Janna Quitney Anderson



شكل (11): العلاقات الافتراضية عبر الشبكات الاجتماعية ومستقبل العلاقات الاجتماعية¹

¹ نموذج من إعداد الطالبة

الفصل الرابع

الجانب التطبيقي للدراسة

- I. عادات و أنماط استخدام موقع الفايسبوك
- II. الدوافع و الحاجات التي تكمن وراء استخدام الفايسبوك
- III. الفايسبوك و العلاقات الاجتماعية

Login



I. عادات وأنماط استخدام موقع "الفايسبوك"

جدول (5) : مدة استخدام المبحوثين لموقع "الفايسبوك"

سؤال (1) : منذ متى تستخدم موقع "الفايسبوك"؟

النسبة المئوية	التكرار	
23.01	61	منذ أقل من سنة
52.07	138	من سنة إلى ثلاث سنوات
24.90	66	أكثر من ثلاث سنوات
100	265	المجموع

يمثل الجدول أعلاه مدة استخدام أفراد العينة لموقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك"، وتشير نتائج الجدول إلى أن أكثر من نصف العينة بدؤوا يستخدمون الموقع منذ "سنة إلى ثلاث سنوات" وذلك بنسبة 52.07%، يليهم 23.01% يستخدمونه منذ أقل من سنة في حين يستخدمه 24.90% منذ أكثر من ثلاث سنوات. ويمكن إرجاع سبب تأخر العديد من الجزائريين في تسجيل الدخول في "الفايسبوك" إلى الأسباب التالية:

- رغم إنشاء الموقع في فيفري 2004 إلا أن استخدامه كان محدودا. ولهذا نجد أن عدداً قليلاً فقط من الجزائريين أفراد العينة يستخدمون الموقع منذ أكثر من ثلاث سنوات.
- في الثلاث سنوات الأخيرة تنوعت أدوار "الفايسبوك" وخدماته مما جعله يستميل العديد من الشباب.
- تناول وسائل الإعلام التقليدية لموضوع الشبكات الاجتماعية بكثرة وتحديداً "الفايسبوك" في السنوات الأخيرة مما جعل العديد من الشباب يسجلون في الموقع.

جدول (06) يبين الوقت المستغرق في استخدام أفراد العينة لموقع "الفايسبوك"

سؤال (2) ما هو عدد الساعات التي تقضيها على شبكة "الفايسبوك" بشكل يومي؟

النسبة المئوية	التكرار	
23.01	61	أقل من ساعة
26.03	69	من ساعة إلى ساعتين
23.77	63	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
27.16	72	أكثر من ثلاث ساعات
100	265	المجموع

يبين الجدول (07) عدد ساعات استخدام "الفايسبوك" بشكل يومي بالنسبة لأفراد العينة،

ونلاحظ بأن أغلبهم يقضون في تصفحهم للموقع أكثر من ثلاث ساعات وذلك بنسبة 27.16% في حين

يقضي 26.03% منهم من "ساعة إلى ساعتين" في استخدام "الفايسبوك" يليهم 23.77% من ساعتين إلى

ثلاث ساعات فيما يستغرق 23.01% أقل من ساعة.

ويمكن تفسير ذلك بأن المتعة التي يشعر

يجعلهم يعيرون أهمية في . التي

إبراهيم بعزیز في¹ وتأثيرها إلى

إلى - التي

كبير التي " - إلى

الكثير وإهمال الكثير . ويشير في إلى

" Computer Phylia² هذه في

¹ إبراهيم بعزیز، مرجع سبق ذكره. ص 126
² إبراهيم إسماعيل عبده، مرجع سبق ذكره.



جدول (07) يبين الوقت المستغرق في الاستخدام حسب متغير الجنس

المجموع الكلي		إناث		ذكور		الجنس
						الفئات
%		%		%		
23.01	61	26.78	30	20.26	31	أقل من ساعة
26.03	69	38.39	43	16.99	26	من ساعة إلى ساعتين
23.77	63	16.07	18	29.41	45	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
27.16	72	18.75	21	33.33	51	أكثر من ثلاث ساعات
100	265	100	112	100	153	المجموع
كا ² الجدولية: 2.24		درجة الحرية: 3		كا ² المحسوبة: 2.99		

" " في (07)

%33.33 " " في

%18.75 في في

. %26.78 . إلى %38.39 ، الفترة،

. " " إلى %29.41

" ويخصصون " هذه

2 أكبر 2.99 2 2 تؤكد

2.24 3 0.05¹ وبالتالي

التي

جدول (08) يبين الوقت المستغرق في الاستخدام حسب متغير السن

المجموع الكلي		37		36 26		25 15		السن
		%		%		%		الفئات
23.01	61	58.53	24	17	17	16.12	20	
26.03	69	4.87	02	29	29	30.64	38	من ساعة إلى ساعتين
23.77	63	26.82	11	18	18	27.41	34	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
27.16	72	9.75	04	36	36	25.80	32	
100	265	100	41	100	100	100	124	

36 26 تتراوح (08)

%36

" "

37 %9.75 25 15 تتراوح %25.80

37

إلى . وتشير

%58.53

إلى في

25 15

%27.41

إلى

" "

36 26

¹تمثل نسبة 0.05 نسبة الخطأ في النتائج المتوصل إليها حيث أن $5 = 100 \times 0.05$ بما يعني أن نسبة الخطأ في النتائج تمثلها نسبة 5% لتعتبر 95% نتيجة صحيحة. ولقد اعتمدنا في كل نتائج الدراسة على مستوى ثقة 0.05 نظرا إلى أنه المستوى المعتمد في العلوم الاجتماعية عموما وهذا حسب ما أورده أحمد بن مرسل في كتاب: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ص473



(09) عدد مرات تصفح أفراد العينة لموقع "الفايسبوك" في اليوم الواحد

سؤال (03) كم مرة تتصفح حسابك في "الفايسبوك" في اليوم الواحد

النسبة المئوية	التكرار	
26.79	71	مرة واحدة
42.64	113	من مرتين إلى ثلاث مرات
30.56	81	أكثر من ثلاث مرات
100	265	المجموع

أعلاه " " إلى

في 42.64%، في 30.56%، في 26.79%

وتأتي هذه " " في

" " 1

التي في

في

¹ Jamie Lober . (2011) : are you addicted to facebook is the internet causing you to avoid the real life, [online] ; <http://www.familytimemagazine.com/articles/AreYouAddictedToFacebookweb.pdf>



جدول (10) يبين عدد مرات تصفح "الفايسبوك" في اليوم حسب متغيري السن والجنس

المجموع الكلي	إناث						ذكور								
	أكثر من 37		36 26		15.25		أكثر من 37		36 26		25 15				
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
26.79	71	50	08	12.5	05	44.64	25	20	05	20	12	23.52	16	مرة واحدة	
42.64	113	31.25	05	72.5	29	28.57	16	44	11	33.33	20	47.05	32	من مرتين إلى ثلاث مرات	
30.56	81	18.75	03	15	06	26.78	15	36	09	46.66	28	29.41	20	أكثر من ثلاث مرات	
100	265	100	16	100	40	100	56	100	25	100	60	100	68	المجموع	
كا ² الجدولية: 3.94				درجة الحرية: 10				كا ² المحسوبة: 3.17							

36 26

تتراوح

في

%46.66

" "

إلى

25 15

تتراوح

%47.05

. %33.33

37

(%44.64)

25 15

لآتي تتراوح

في

%23.52

إلى

%28.57

في

"

"

36 26

(10)

. 37

%31.25

إلى

%72.5

في

2

وتشير

10

(3.17)

2

أكبر

(3.94)

2

.0.05



جدول (11) الفترات المفضلة لاستخدام "الفايسبوك" لدى أفراد العينة

سؤال (4): ما هي الفترات المفضلة لديك لتصفح "الفايسبوك"؟

النسبة المئوية	التكرار	
13.96	37	صباحا
18.49	49	مساء
61.50	163	ليلا
6.03	16	هنزيعا
100	265	المجموع

" "

%18.49

في %61.50،

إلى

6.03

%13.96

التي

والفترة

الفترة

الترتيب

نترنت

إلى

نترنت،

الإبحار في

الفترة

في فترة الهزيع

تبرير

بالفترات

جدول (12) يبين الأوقات المفضلة لاستخدام "الفايسبوك" حسب متغير الجنس

المجموع الكلي		إناث		ذكور		الجنس
%	ت	%	ت	%	ت	الفئات
13.96	37	18.75	21	10.45	16	صباحا
18.49	49	33.03	37	7.84	12	مساء
61.50	163	44.64	50	73.85	113	ليلا
6.03	16	3.57	04	7.84	12	هزيعا
100	265	100	112	100	153	المجموع
كا ²		درجة الحرية: 3		32.64		كا ² المحسوبة:
الجدولية: 24.48						

(12)

الذين يميلون إلى استخدام الموقع ليلا أكثر من نسبة الإناث حيث بلغت %73.85

. %44.64

في حين نجد بأن " " في الفترة المسائية بنسبة %33.03

الذين يستخدمونه في نفس الفترة بنسبة %7.84.

للموقع في الفترة الصباحية بنسبة %18.75 %10.45 في

نفس الفترة.

وما نستنتجه من هذه الملاحظات أنه ليس هنالك فروق كبيرة في تفضيل الاستخدام بين الذكور والإناث

لمون الاستخدام ليلا، غير أننا نلمس بأن الذكور أكثر تفضيلا للفترة الليلية

كثيرا ما يقضون اغلبية اوقاتهم خ إلى تصفح

الأنترنت في تلك الفترة في حين أننا نجد بأن الإناث توزعن استخدامهن ل" " على مختلف الفترات

وهي الأوقات التي تنا أوقات فراغهن التي قد تكون صباحا أو مساء أو ليلا، خاصة وأن الاستخدام



متاحا في مختلف الفترات بالنظر إلى أن أغلبية المستخدمين لديهم الأنترنت في المنزل وهذا ما سنلاحظه

² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في تفض

² (32.64) كانت أكبر من χ^2 الجدولية التي قدرت ب 24.48

03 .0.05. وبالتالي هنالك فروق ذات دلالة إحصائية بين تفضيل أوقات

المجموع	37		36 26		25 15		السن الفئات	
	%		%		%			
13.96	13.96	12.19	05	28	28	3.22	04	صباحا
18.49	18.49	2.43	01	26	26	17.74	22	مساء
61.50	61.50	73.17	30	42	42	73.38	91	ليلا
6.03	6.03	12.19	05	04	04	5.64	07	هزيعا
100	100	100	41	100	100	100	124	المجموع

جدول (13) يبين الأوقات المفضلة لاستخدام "الفايسوك" حسب متغير السن

(13) مختلف

25 15 %42 %73.38

37

%73.17

36 26

(36 26)

وتأتي الفترة

%2.43

37

%17.74 ثم

25 15

الأولى

" في الفترة

"

36 26

37

%12.19

25 15

%3.22

%28

مختلف

مختلف

36 26



في

في

. وتأتي

في الأول 15 25 في هذه الفترة. في وبالتالي في

جدول (14) أماكن استخدام أفراد العينة "للفايسبوك"

سؤال (05) من أين تدخل لشبكة "الفايسبوك"؟

النسبة المئوية	التكرار	
61.50	163	المنزل
21.88	58	مقهى الانترنت
9.43	25	الجامعة
7.16	19	مكان العمل
100	265	المجموع

تبين نتائج الجدول أعلاه أن

61.50% 21.88% يدخلون للموقع من مقهى الانترنت ثم 9.43% 7.16%

ويمكن تفسير هذه النتائج بالتطور الكبير الذي عرفته الانترنت في الجزائر في السنوات الأخيرة

4 نترنيت العالمية Internet World Stats عدد مستخدمي الانترنت في

ديسمبر 2011، في الوقت 700 %13.4

الذي كان فيه عدد الأنترنتيين في الجزائر سنة 2000 50 . وتزايد الاستخدام في الجزائر

1.

اشترابات الأنترنت في المنازل ارتفاعا كبيرا في السنوات الأخيرة،

شترك بالانترنت ذات التدفق العالي لجواب 3754.84 مشترك².

ليلا يدل على وجود الأنترنت في (13) (14)

ة نسبة الدخول إلى " من الجامعة نظرا إلى أن العديد من

الأقسام في الجامعة لا توفر خدمة " التي تمكن الطلبة من الاتصال. نشير أن الأنترنت في

متوفرة بشكل كبير وفي مختلف المؤسسات وهذا ما يتيح استخدامها في أي مكان.

(15) مع من يستخدم أفراد العينة "الفايسبوك"

سؤال (06) حين تستخدم الفايسبوك هل تكون لوحده، مع أصدقائك، مع أحد أفراد عائلتك؟

النسبة المئوية	التكرار	
87.92	233	لوحده
6.41	17	مع أصدقائك
5.66	15	احد أفراد عائلتك
100	265.	المجموع

%87.92 " " (15)

إلى تفسير إلى %5.66 %6.41

إلى

¹ تم استرجاعها بتاريخ 2012/04/05 من :

[/http://www.algerie360.com/algerie/internet-en-algerie-un-taux-de-penetration-de-13-4](http://www.algerie360.com/algerie/internet-en-algerie-un-taux-de-penetration-de-13-4)

² تم استرجاعها بتاريخ 2012/04/07 من موقع اتصالات الجزائر:

<http://www.algeriatelecom.dz/AR/?p=chiffres>

(14) %21.88 نترز

في

إلى

" "

وغيرها.

جدول (16) يبين مع من يستخدم أفراد العينة "الفايسوك" حسب متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكور		الجنس
%	ت	%	ت	%	ت	الفئات
87.92	233	82.14	92	92.15	141	لوحدهك
6.41	17	8.92	10	4.57	07	مع أصدقائك
5.66	15	8.92	10	3.26	05	مع أحد أفراد عائلتك
						المجموع
37.83		كا ² الجدولية:		درجة الحرية: 2		56.75
						كا ² المحسوبة:

" "

%82.14 %92.15

" "

تمّ لن

(%8.92)

%8.92

%3.26

%4.75

" " إلى

في

في

ويشير

يجلس

غير



2

0.05

03

56.75

والتي

2

وبالتالي

2

جدول (17) يبين خدمات "فايسبوك" المفضلة لدى لأفراد العينة

سؤال (07) ما هي خدمات "فايسبوك" المفضلة لديك؟

النسبة المئوية	التكرار	
15.38	102	
15.23	101	مشاركة الروابط
12.21	81	
5.88	39	
22.17	147	
3.92	26	
25.18	167	
100	663	

أكثر

(17)

إلى

في 22.17%

147

التي

25.18%

ثم 15.23%

الروابط

(15.38%)

3.92%

في

5.88% وتأتي

12.21%

26

تجاه مختلف

للتعبير

تفسير

التي

يجدونها في مختلف

التي



في الافتراضي
 التي لهم
 الافتراضية والتي لهم

جدول (18) يبين خدمات "فايسبوك" المفضلة حسب متغير الجنس

المجموع الكلي		الجنس		الفئات	
		%		%	
15.38	102	11.58	27	17.44	75
15.23	101	12.87	30	16.51	71
12.21	81	9.87	23	13.48	58
5.88	39	6.43	15	5.58	24
22.17	147	23.17	54	21.62	93
3.92	26	4.29	10	3.72	16
25.18	167	31.75	74	21.62	93
100	663	100	233	100	430
كا ² الجدولية: 11.46		درجة الحرية: 06		كا ² المحسوبة: 13.37	

(18) " " متغير وتشير إلى
 في يؤكده 2 2 (13.37)
 06 (11.46) 2 وبالنتالي 0.05
 في
 %21.62 في %31.75
 وتميل إلى %23.17
 وتشير إلى %21.62 الروابط



(%5.58)

(%6.43)

تظهره

جدول (19) يبين خدمات "فايسوك" المفضلة حسب متغير السن

المجموع الكلي	أكثر من 37		36 26		25 15		السن	الفئات
	%		%		%			
15.38	102	9.09	07	14.77	39	17.39	56	مشاركة الصور
15.23	101	16.88	13	16.66	44	13.66	44	مشاركة الروابط
12.21	81	15.58	12	12.12	32	11.49	37	مشاركة الفيديو
5.88	39	1.29	01	7.57	20	5.59	18	الألعاب
22.17	147	20.77	16	19.31	51	24.84	80	الدردشة
3.92	26	00	00	3.03	08	5.59	18	التطبيقات
25.18	167	36.36	28	26.51	70	21.42	69	التعليقات
100	663	100	77	100	264	100	322	المجموع

في مختلف

37 (26.51%) 36 26 (19)

25 15 80 الأولى في (26.36%)

.21.42% 24.84%

إلى 25 15 إلى وتشير

36 26 في

الأولى في يُعتبر 20 %7.57

36 26 3.03 %5.59

37

" " هذه

TheSocialSkinny.com والتي هذه التي

163

Posted comments

510 فقط

60

Uploaded photos. وبينما تختلف تفضيلات أفراد العينة لبقية الخدمات فإن نسبة تفضيل

تشير إلى 20

يومياً في موقع " ."

جدول (20) يبين أكثر خدمة يستخدمها أفراد العينة وقت تصفحهم "للفايسوك"

النسبة المئوية	التكرار	
10.38	32	تكتفي بقراءة مشاركات الأصدقاء
24.67	76	تضع مشاركات على حائطك
23.37	72	تدردش مع أصدقائك
28.24	87	تقرأ وتعلق على مشاركات أصدقائك
4.22	13	تجرب عدد من التطبيقات
9.09	28	تلعب مع أصدقائك
100	308	المجموع

"

"

أعلاه

%24.67

ممة

76

%28.24

يقرؤون

%10.38

في

%23.37 ويدردش

"

"

%9.09

%4.22

في

(17)

هذه

.

في

التي

في .

التي

يجعل

"

"

وتم

غيرها

جدول(21) يبين عدد أصدقاء أفراد العينة في موقع " الفاييسوك "

سؤال(09): كم عدد أصدقاتك في " الفاييسوك "؟

%		
64.15	170	أقل من 150
15.09	40	من 150 إلى 300
20.75	55	أكثر من 300
100	265	المجموع

في متوسط في " " 130

أعلاه 170 مبحوثا اجابوا باهم يملكون اقل من 150 صديق في "

64.15% في حين يملك 55 300 20.75% 15.09%

150 إلى 300 صديق وتمثلها إجابات 40 .

وتعتبر طلبات الإضافة في " " من أهم الخدمات التي يقدمها والتي تدعم بناء علاقات الصداقة

عبر الموقع، في حين يُتيح الموقع للمستخدم خاصية الموافقة أو رفض طلبات الصداقة وهو ما يجعل عدد

ء محدود بالنسبة للبعض ممن لا يضيفون أي أحد إلى قوائمهم في حين يكون العدد كبير

بالنسبة لمن يسعون للتعرف على أكبر عدد من الأشخاص وحسب الإجابات التي تلقيناها في الاستمارة كان

أكبر رقم حدده المبحوثون لعدد أصدقاتهم يفوق 1500 صديق في حين كان أقل عدد ثلاثة أصدقاء.

تفسير الكبير في 20.75% في مجال

الكبير في الافتراضي

في " " والتي

جدول(22) يبين عدد أصدقاء أفراد العينة على موقع "فايسوك" حسب متغيري الجنس والسن



150 25 15 (22)
 . ويأتي في 82.14% 67.64%
 في 300 في 150 إلى 300
 . 25 15

المجموع الكلي	إناث						ذكور							
	أكثر من 37		36 26		15.25		أكثر من 37		36 26		25 15			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
64.15	170	68.75	11	72.5	29	82.14	46	40	10	46.66	28	67.64	46	أقل من 150
15.09	40	31.25	05	10	04	10.71	06	08	02	25	15	11.76	08	من 150 إلى 300
20.75	55	00	00	17.5	07	7.14	04	52	13	28.33	17	20.58	14	أكثر من 300
100	265	100	16	100	40	100	56	100	25	100	60	100	68	المجموع
كا ² الجدولية: 3.94				درجة الحرية : 10				كا ² المحسوبة: 16.17						

300

37

.%68.75 150 اللاتي %52

والتي 300 (36 26)

.%17.5 لاتي لاتي %28.33

" "

كبير كبيرة إلى مَ

2 يؤكده . في

2 (3.94) 2

.10 0.05 (16.17)



جدول (23) معايير اختيار أفراد العينة لأصدقائهم في موقع "الفيسبوك"

سؤال (10) على أي أساس تختار أصدقاءك في "الفيسبوك"؟

النسبة المئوية	التكرار	
31.23	109	المستوى المعرفي والثقافي
38.68	135	علاقة القرابة والصداقة
21.20	74	الاهتمام المشترك
8.88	31	لا يوجد أي معيار
100	349	المجموع

(23) 135 يختارون

المعرفي والثقافي

يختار 31.23% في 38.68%

21.20% يجمعهم المشترك تمثله 74 في

31 8.88%

" "

في الثقافي يميلنا

لهما في بتأثير " : " يجعله يحافظ

هذه ؟

جدول (24) معايير اختيار أفراد العينة لأصدقائهم حسب متغيري السن والجنس

المجموع الكلي	إناث				ذكور				
	أكثر من 37		36 26		أكثر من 37		25 15		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت



31.23	109	21.05	04	21.42	09	32.35	22	24	06	32.98	32	36.73	36	المستوى المعرفي والثقافي
38.68	135	57.89	11	47.61	20	45.58	31	28	07	28.86	28	38.77	38	علاقة القرابة والصدقة
21.20	74	21.05	04	26.19	11	14.70	10	40	10	25.77	25	14.28	14	الاهتمام المشترك
8.88	31	00	00	4.76	02	7.35	05	08	02	12.37	12	10.20	10	لا يوجد معيار
100	349	100	19	100	42	100	68	100	25	100	97	100	98	المجموع

كاف الجدولية: 7.26

درجة الحرية: 15

كاف المحسوبة: 9.35

في

متغيري

37 تختار

الثقافي والمعرفي

في 57.89% تختار

تختار

هذه

في 21.05%

المشترك ممثلة

37 في

يختلف

28%

المشترك

يختار 40%

إلى

8%

22%

المعرفي والثقافي

ثم

يختار 36 26

وتختلف 28.86%

32.98%

المعرفي والثقافي

اللاتي تختار

المعرفي والثقافي

ثم 26.19%

المشترك

47.61%

21.42%.



الأولى (15 25) فترتيب

المعبرة	المعبرة	المعبرة	المعبرة	المعبرة	المعبرة
فقط في					
هذه	هذه	هذه	هذه	هذه	هذه
" "	" "	" "	" "	" "	" "
المعرفي والثقافي					
المشترك،	المشترك،	المشترك،	المشترك،	المشترك،	المشترك،
المشتركة.	المشتركة.	المشتركة.	المشتركة.	المشتركة.	المشتركة.
2	2	2	2	2	2
معايير	معايير	معايير	معايير	معايير	معايير
2	2	2	2	2	2
9.35	9.35	9.35	9.35	9.35	9.35
15	15	15	15	15	15
.0.05	.0.05	.0.05	.0.05	.0.05	.0.05

جدول (25) مشاركة أفراد العينة في المجموعات

سؤال (11) هل أنت عضو في مجموعات معينة على "الفايسبوك"

72.07	191	نعم
27.92	74	لا
100	265	المجموع



39.57	129	30	03	29.41	15	42.5	17	40.62	13	47.47	47	36.17	34	ثقافية
25.76	84	20	02	31.37	16	27.5	11	15.62	05	20.20	20	31.91	30	ترفيهية
10.42	34	30	03	13.72	07	10	04	21.87	07	5.05	05	08.5	08	إعلامية
100	326	100	10	100	51	100	40	100	32	100	99	100	94	المجموع
كافة الجدولية: 10.85				درجة الحرية: 20				كافة المحسوبة: 14.14						

في مجموعات (25) (%72.07)

في مجموعات (26) " "

الثقافية 39.57% 129 الترفيهية 25.76% ثم

وتأتي 18.40% 34 في 10.42% وتأتي

في 5.82%

وتشير إلى مختلف

الثقافية في 37 إلى

(30%).

التي " "

يحدد لهم التي

وغيرها،

في الافتراضية التي يجمعهم المشترك.

ومجموعات إلى الاشتراك في " "

الهدف الثقافي محاولة في

الافتراضية الترفيه والهروب . في

في



	t^2	t^2	t^2	في
التي	2	2	10.25	
		.20	0.05	14.14

النسبة المئوية	التكرار

II. الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام "الفايسبوك"

جدول (27) دوافع استخدام أفراد العينة لـ"الفايسبوك"

سؤال (13) مالذي يدفعك لاستخدام "الفايسبوك"؟



12.71	112	الترفيه والتسلية
14.75	130	التشقيف
13.84	122	زيادة المعلومات والمعارف
14.75	130	للتواصل مع الأصدقاء والأهل
6.24	55	لتمضية الوقت
9.30	82	للتعرف على اشخاص جدد
9.53	84	للتعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية
3.29	29	للهرب من الواقع
7.26	64	للتخلص من الفراغ الاجتماعي والعاطفي
8.28	73	للتخلص من القلق والملل
100	881	المجموع

" "

13.84 ثم

14.75%

الترفيه والتسلية بنسبة 12.71% في حين أجاب 84

9.30 9.53%

التخلص من القلق والملل في

. وتشير نتائج الجدول أن 8.28%

6.24%

7.26%

أن دافع الهروب من الواقع كان آخر دافع ممثلاً 3.29%.

" "

وتأتي هذه النتائج لتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة

صدقاء وهو ما يجعلنا على الحيز الكبير الذي يشغله الاتصال الوسيط في حياة الأفراد اليوم،

(26) التي بأن أغلبية أفراد العينة مشاركين في مجموعات

39%



يلجأون إلى بسبب خلل ما في علاقاتهم

المجموع	إناث	ذكور	
---------	------	------	--

لمدخل إلى " أو غيره من الشبكات الاجتماعية بحثا عن

هذا الفراغ الذي كثيرا ما يكون عن طريق بناء علاقات اجتماعية افتراضية. حيث يأتي دافع

" إلى التواصل التي تأتي "

من بين أهم الدوافع التي تدفعهم لاستخدام

جدول (28) دوافع استخدام أفراد العينة لموقع "الفايسبوك" حسب متغير الجنس

تختلف دوافع الاستخدام بين الإناث والذكور

الموقع لزيادة المعلومات والمعارف والتثقيف في المراتب الأولى

الأهل والأصدقاء إلى جانب الترفيه والتسلية، وتشارك دوافع استخدام المبحوثات مع الدوافع التي توصلت إليها

بنان علي دخيل ومشاعل البشر في " وتأثيرها

"1 إلى 36% " " في

31% 18% التي

Mark Grindeland وCathy Harisson في دراستهما "

لدراسة بحوث ا² والتي وجدت أن أغلبية " "

63% وتبين لنا هذه النتائج أن أغلبية الإناث تملن لاستخدام³.

" " بدافع الهروب من الفراغ الاجتماعي

والعاطفي مقارنة بالذكور، في حين نلاحظ بأن الذكور أكثر استخداما للموقع للهروب من الواقع مقارنة

بالنسبة الضئيلة للإناث اللاتي . في حين تتقارب نسبة الذكور والإناث الذين

يستخدمون الموقع للهروب من الملل والقلق ويأتي استخدام " بهذا الدافع ليؤكد الخصائص التي يتمتع

بها والتي تجعل المتلقي لا يحس بالملل وقت إبحاره في الموقع نظرا لتنوع المشاركات والخدمات التي يُقدّمها والتي

. وتظهر هذه الفروق في الدوافع بين الذكور والإناث من خلال اختبار كا²

0.05 09 2

7.10 وبالتالي فاقت قيمة كا² الجدولية التي كان 6.39.

¹ بنان علي دخيل، مشاعل البشر: مرجع سبق ذكره.

²Mark Grindeland.Cathy Harisson,(2009). Op cit

³مقارنتنا لنتائج الدراسة مع ما توصلت إليه الدراسة العربية والأجنبية الهدف منه معرفة استخدام المرأة عموما للموقع بغض النظر عن البيئة التي تقطن فيها ونحن على يقين أن الاستخدام والتأثير يختلف من مستخدم لآخر ويتأثر بالبيئة والظروف المحيطة ببيئة المستخدم الجزائري تختلف عن بيئة المستخدم في أمريكا أو السعودية وغيرها.

جدول (29) دوافع استخدام أفراد العينة "للفايسوك" حسب متغير السن

يُتَبَيَّن من نتائج الجدول أعلاه أن هنالك فروق واضحة في الاستخدام بين مختلف الفئات العمرية،

المجموع الكلي		أكثر من 37		36 26		25 15		السن
		%		%		%		
12.71	112	12.90	16	11.01	40	14.21	56	الترفيه والتسلية
14.75	130	20.16	25	15.42	56	12.43	49	التثقيف
13.84	122	12.90	16	15.15	55	12.94	51	زيادة المعلومات والمعارف
14.75	130	14.51	18	17.35	63	12.43	49	للتواصل مع الأصدقاء والأهل
6.24	55	4.83	06	04.68	17	08.12	32	لتمضية الوقت
9.30	82	4.83	06	09.36	34	10.65	42	للتعرف على اشخاص جدد
9.53	84	20.96	26	08.26	30	07.10	28	للتعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية
3.29	29	00	00	03.58	13	04.06	16	للهرب من الواقع
7.26	64	04.03	05	06.88	25	08.62	34	للتخلص من الفراغ الاجتماعي والعاطفي
8.28	73	04.83	06	08.26	30	09.39	37	للتخلص من القلق والملل
100	881	100	124	100	363	100	394	المجموع

15 25 سنة يستخدمون الموقع بدافع الترفيه والتسلية في المرتبة الأولى بنسبة

12.94% ثم

14.21%

التثقيف في المرتبة الثالثة بنفس النسبة 12.43%.

36 26

15.42% ثم دافع

17.35%

زيادة المعلومات والمعارف في المرتبة الثالثة بنسبة 15.15%.

وتأتي الدوافع الثلاثة الأولى بالنسبة لأفراد العينة أكثر من 37

أغلبية أفراد العينة من هذه الفئة يستخدمون

20.96% في حين تستخدمه نسبة 20.16% بدافع التثقيف ثم التواصل مع الأهل والأصدقاء بنسبة 14.51%.

لاستخدام الموقع للترفيه والتسلي 25 15

37

الأولى والثانية حيث نجد بأن أغلبية أفراد العينة من هذه الفئة يستخدمونه للتعرف على

بين هذه النتائج الدور الكبير الذي يلعبه موقع "كوسيط إعلامي. في حين نجد

36 -26 25 15

37

ويستخدم أفراد العينة من الفئة الأولى (25 15) (36 26)

(37) .

من خلال هذه النتائج إلى عدد من الملاحظات:

37

25 15 سنة إلى الترفيه والتسلية أكثر من غيرهم من المستخدمين من الفئات

العمرية الأخرى وهذا ما يحيلنا على الدور الذي يقوم به الموقع في حياة الشباب والترفيه من خلال

" "

الأصدقاء عليها إلى جانب خدمات

يعتبر دافع التواصل من أهم الدوافع بالنسبة لمختلف الفئات العمرية رغم التفاوت الملاحظ في

37

36 26 25 15

يستخدمون الموقع للهروب من الواقع في حين نجد أنه ولا فرد أكثر من 37

جدول(30) الهوية التي يدخل بها أفراد العينة إلى "الفايسبوك"

سؤال(14) هل تدخل إلى حسابك في "الفايسبوك" باسمك الحقيقي أو باسم مستعار

النسبة المئوية	التكرار	
66.03	175	الاسم الحقيقي
33.96	90	الاسم المستعار
100	265	المجموع

(30) إلى

90 اسمهم " " 66.03% في

ممثلين 33.96%.

هذه إبراهيم بعزيز¹ في

بأسمائهم 62% 36%

في . تتعارض يامين بودهان² في (66%)

عبر الأنترنت في 34%

الهوية في تمكن

محددات الهوية في العالم

¹إبراهيم بعزيز، مرجع سبق ذكره، ص131

²يامين بودهان. الآثار النفسية والاتصالية لتعرض الشباب الجزائري لمضامين الأنترنت مرجع سبق ذكره،

في نترنت تمكين

افتراضية

ممكنا، في تاريخ إلى " ومحاوره

غير 1 .

حتى النقاط التي في أهمية هذه

في التي لهوية

وراءه

في

جدول(31) الهوية التي يدخل بها أفراد العينة إلى "الفايسوك" حسب متغيري الجنس والسن

المجموع الكلي	إناث				ذكور										
	أكثر من 37		36 26		15.25		أكثر من 37			36 26		25 15			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
66.03	175	68.75	11	82.5	33	53.57	30	80	20	70	42	57.35	39	الاسم الحقيقي	
33.96	90	31.25	05	17.5	07	46.42	26	20	05	30	18	42.64	29	الاسم المستعار	
100	265	100	16	100	40	100	56	100	25	100	60	100	68	المجموع	
كا ² الجدولية: 1.14				درجة الحرية: 05				كا ² المحسوبة: 6.97							

في (30) " " بأسمائهم (31) الهوية التي إلى متغيري

36 26 أسماءهم 70% :
 30% أسماء وتستخدم الأكبر هذه (82.5%) أسماءهن
 في 17.5% أسماء (37)

¹الصادق رايح.(2007):الانترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات،المجلة المصرية لبحوث الراي العام،8(2)،ص 265



	20%	هذه	80%
	31.25%	37	68.75%
	لأسماء	25 15	
	37.35%	الأسماء	كبيرة
		42.64%	أسماءهم
	46.42%	بأسمائهن	هذه
	" "	25 15	(29) إلى
	إلى الترفيه	إلى هذه	الأولى، وبالتالي الترفيه
	" كعالم افتراضي	" الهوية	لهم
	الترفيه	الهدف،	يُخْتَلَف
	في هذه	افتراضيا،	الافتراضية التي
	هذه الهوية	إلى الهوية التي	إلى
		في	بها محاوره
		في	بها
	في	كبيرا في	

	الهوية التي	2		2
05	(1.14)	2	(6.97)	2
	للأسماء			0.05
	في		محيطهن	
	.			الهوية

جدول (32) أسباب استخدام أفراد العينة للأسماء الحقيقية والمستعارة

النسبة المئوية	التكرار		
60.57	106	حتى يجدرك معرفك بسهولة	تفضل استخدام اسمك الحقيقي
39.42	69	حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك	
100	175	المجموع	
57.77	52	التصرف بكل حرية	تفضل استخدام اسم مستعار
23.33	21	الخوف من أن يعرف الآخرون هويتك	
18.88	17	تقمص شخصية غير شخصيتك	
100	90	المجموع	

" " في " أسماءهم %66.03 حتى يجدهم في %39.42 حتى %60.57

يـ



	أسماء	%33.96
	في	%57.77
	غير	%18.88
	تفسير	:
-	الأسماء	
	حتى يجدوهم	وبالتالي الحفاظ
	اسمه في	
	في	باسمه
	في).
	(
-	يحقق	في " " الأسماء
	التي	
	.	
-	الأسماء	إلى ال
	الترفيه	في
	الهوية	
	يتعرض	.

جدول (34) أسباب استخدام الهوية الحقيقية حسب متغيري السن والجنس

المجموع الكلي	إناث						ذكور							
	أكثر من 37		36 26		15.25		أكثر من 37		36 26		25 15			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
60.57	10 6	72.72	08	66.66	22	53.33	16	55	11	69.04	29	51.28	20	حتى يجدرك معارفك بسهولة
39.42	69	27.27	03	33.33	11	46.66	14	45	09	30.95	13	48.71	19	حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك
100	17 5	100	11	100	33	100	30	100	20	100	42	100	39	
كا ² الجدولية: 1.14				درجة الحرية: 05				كا ² المحسوبة: 3.44						

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه اختلاف كبير في أسباب استخدام الهوية الحقيقية بين

مختلف الفئات العمرية 51.28% 15 25 سنة تدفعهم الرغبة في التواصل

معارفهم إلى استخدام اسمائهم الحقيقية إذ اجابوا بانهم يستخدمونها حتى يجد .

36 26 69.04% وأكثر من نصف أفراد العينة في الفئة الثالثة

(37) يستخدمون هويتهم الحقيقية حتى يجدهم معارفهم بس 55%.

- ن الأسماء الحقيقية حتى يجد 53.33%

25 15 66.66% 36 26 سنة في حين بلغت نسبة

37 سنة اللاتي تستخدم اسماء الحقيقية بهدف التواصل مع ا

72.72%.

- لا توجد فروق كبيرة في النسب بين إجابات الباحثين الموزعة على

"الأول حتى يجدرك معارفك بسهولة والثاني حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك. في حين 2

.0.05

05

جدول (35) أسباب استخدام الهوية المستعارة حسب متغيري السن والجنس

المجموع الكلي	إناث				ذكور									
	أكثر من 37		36 26		15.25		أكثر من 37			36 26		25 15		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
57.77	52	57.14	03	42.85	03	50	13	100	05	61.11	11	58.62	17	النصرف بكل حرية
23.33	21	42.85	02	42.85	03	30.76	08	00	00	16.66	03	17.24	05	الخوف من أن يتعرف الآخرون على هويتك
18.88	17	00	00	14.28	01	19.23	05	00	00	22.22	04	24.13	07	تقمص شخصية غير شخصيتك
100	90	100	05	100	07	100	26	100	05	100	18	100	29	المجموع
كا ² الجدولية: 3.94				درجة الحرية: 10				كا ² المحسوبة: 3.44						

الأسماء

:

شم	أسماء	25	15	58.62%	-
				24.13%	غير
				17.24%	
الأسماء	الأكبر	مقاربة			-
			50%	شم	
		الترتيب	في	غير	ليأتي 30.76%
		19.23%	غير	هذه	-
في					



جدول (36) تصرف أفراد العينة حيال طلبات الصداقة من الغرباء
سؤال (17) هل توافق على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء؟

النسبة المئوية	التكرار	
44.90	119	نعم
55.09	146	لا
100	265	المجموع

" " " "

إلى " "

لأئمة من أصدقاء الأصدقاء في حال الضغط ، كما يقترح الموقع على المستخدم

" "

(36) وتختلف استجابات المستخدمين

%44.90 في %55.09

بجوفهم تفسير

أسماءهم هذه

في وبالتالي



جدول (37) تصرف ذكور وإناث حيال طلبات الصداقة من الغرباء

المجموع الكلي						
		%		%		
44.90	119	23.21	26	60.78	93	نعم
55.09	146	76.78	86	39.21	60	لا
100	265	100	112	100	153	
4.42: ك ² الجدولية:		1: درجة الحرية:		8.84: ك ² المحسوبة:		

(37)

في 60.78%

39.21%

23.21% 76.78%

بين تعامل الذكور مع الغرباء في "

فقد تشعر الكثير من الإناث المحرج من إضافة غرباء إلى قائمتها وبالتالي تتعامل بحذر مع طلبات

Bitdefender

، وتتوافق هذه النتائج مع

الرائدة في حلول الحماية على الانترنت حيث التي اجرها 64.2%

55.4%

حوالي 24.5% من الرجال يتركون حساباتهم قابلة للبحث من

21.8%

25.6%

16%

George Petre باحث في من الإعلام الاجتماعي في بتديفندر Bitdefender "

1"

التي قام بها Mark Grindeland و Cathy Harisson إلى أن 93% أن التحكم في إعدادات الخصوصية من أهم خصائص الشبكات الاجتماعية بالنسبة لمن².

2

2

(8.84) (4.42) 01 .0.05

جدول (38) دوافع موافقة أفراد العينة على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء

سؤال (18) ما هي دوافع موافقتك على طلبات الصداقة من الغرباء؟

54.2	77	التعرف على أشخاص جدد
14.08	20	التسلية وتمضية الوقت
31.69	45	تكوين علاقات غرامية
100	142	المجموع

31.69% ثم

54.2%

14.08%.

وتمضية

¹ تم استرجاعها بتاريخ 20/01/2012 من: <http://www.bitdefenderme.com>

² Mark Grindeland.Cathy Harisson,op cit



هذه

¹ في

%54

.%27

- هذه في (30) " "

هذه . التي

التي " " والتي في كبير

الافتراضية ويخصصون لها في هذه الروابط

الترفيه

واتخاذ لهم في .

¹ يامين بودهان: الآثار النفسية والاتصالية لتعرض الشباب الجزائري لمضامين الأنترنت مرجع سبق ذكره، ص 257



جدول (39) دوافع موافقة ذكور وإناث العينة على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء

المجموع الكلي				الجنس		الفئات
		%		%		
54.2	77	62.06	18	52.21	59	التعرف على أشخاص جدد
14.08	20	17.24	05	13.27	15	التسلية وتمضية الوقت
31.69	45	20.68	06	34.51	39	تكوين علاقات غرامية
100	142	100	29	100	113	المجموع
كا ² الجدولية: 5.04		درجة الحرية: 02		كا ² المحسوبة: 7.57		

يوافق ذكور العينة على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء بدافع التعرف على أشخاص جدد في

المرتبة الأولى بنسبة 52.21%

34.51% ثم التسلية

وتمضية الوقت بنسبة 13.27%. ومن جهة أخرى تميل أغلبية الإناث (62.06%)

جدد في حين توافق 20.68%

17.42% بدافع التسلية وتمضية الوقت.

(39) الإناث أكثر ميلا للتعرف على أشخاص جدد من الذكور في حين نجد

ويمكن تفسير هذا الانجذاب نحو تكوين العلاقات الغرامية بالنسبة للموقع بالنظر إلى ما يتيح من خدمات

فبالإضافة إلى خدمة الدردشة تأتي خدمة التعل "Like" أو الإعجاب التي يمكن

للمستخدم أن يضغط عليها في حال إعجابه بمشاركة معينة. إلى جانب خدمة Poke " " التي

تستخدم عادة للفت انتباه شخص معين، وأيضاً خدمة "Tag" كل هذه الخدمات توفر نوع من



الاجاذبية في تكوين علاقات غر
والتعليقات والرسائل وغيرها.

2

2

(7.57) ² (5.04) 2 .0.05

جدول (40) الحاجات التي يليها موقع "الفيسبوك" لأفراد العينة

سؤال (19): ما هي الحاجات التي يليها لك موقع "الفيسبوك"؟

النسبة المئوية	التكرار	
26.35	107	التنفس والتعبير بكل حرية
26.35	107	اشباع الفضول والحصول على معلومات
08.37	34	الهروب من الواقع
38.91	158	التواصل والتفاعل مع الآخرين
100	406	المجموع

" " التي (40)

والتعبير %38.91

(%26.35) ثم في

إلى

.%08.37

الهروب

في " "

" " في

التي

عبر

(27).



في

مجموعات محددة

افتراضية تلي

هذه المواقع

Bonds-Raacke

Raacke

الأنترنت¹.

إيجاد

وبالتالي مجتمع كثيرون غير

في

يحملنا

افتراضيا

افتراضية،

يرتج

الافتراضية

إلى

"

"

سنؤكدده

والتعبير

في

كبيرة

في

بجامعة

وفي

" "

في

التي

لهم للتعبير

التعبير

. أسماء

¹ Augustin J. Gallion(2008): op cit

جدول (41) الحاجات التي يليها موقع "الفيسبوك" لذكور وإناث العينة

المجموع الكلي		إناث		ذكور		الجنس الفئات	
		%		%			
26.35	107	22.37	32	28.51	75	التنفس والتعبير بكل حرية	
26.35	107	21.67	31	28.89	76	إشباع الفضول والحصول على معلومات	
08.37	34	04.89	07	10.26	27	الهروب من الواقع	
38.91	158	51.04	73	32.31	85	التواصل والتفاعل مع الآخرين	
100	406	100	143	100	263	المجموع	
كا ² الجدولية: 7.83		درجة الحرية: 03				كا ² المحسوبة: 10.44	

:

في " " (51.04%)

في %32.31

وحسب ترتيب الحاجات بالنسبة لإناث العينة كانت الحاجة إلى التنفس والتعبير بكل حرية في المرتبة الثانية

%22.37 ثم إشباع الفضول والحصول على معلومات بنسبة %21.69 لتأتي حاجة الهروب من الواقع

في آخر الترتيب بنسبة %04.89.

المعلومات جاءت في المرتبة الثانية

(%28.89) مقارنة لحاجة التنفس والتعبير بكل حرية (%28.51). في حين يلي " " 27

حاجة الهروب من الواقع بنسبة %10.26.

وتؤكد لنا هذه النتائج أن الذكور أكثر ميلا للهروب من الواقع مقارنة بالإناث

الهروب من الواقع إلى الافتراض نجد أن إناث فقط اجابت بانها الحاجة التي 27

يلبيها لها " "

فروق بين الحاجات التي تسعى

2

2 (10.44) أكبر من كا² (7.83) 03 .0.05

جدول (42) الحاجات التي يليها موقع "الفاييسوك" لأفراد العينة حسب متغير السن

المجموع الكلي	37		36 26		25 15		السن	الفئات
	%		%		%			
26.35	107	21.33	16	24	36	30.38	55	التنفس والتعبير بكل حرية
26.35	107	40	30	30.66	46	17.12	31	اشباع الفضول والحصول على معلومات
08.37	34	00	00	11.33	17	09.39	17	الهروب من الواقع
38.91	158	38.66	29	34	51	43.09	78	التواصل والتفاعل مع الآخرين
100	406	100	75	100	150	100	181	المجموع

" يلي لهم " 25 15 (42)

والتعبير %43.09

%30.38 ثم %17.12

34% ثم في التي 36 26

والتعبير %30.66

24% ثم الهروب .%11.33

37

والتعبير (%38.66) ثم %40

هذه الهروب . %21.33 في يلي

(42) " " يتغير

الأولى إلى الافتراض

أكبر 37 هذه الأولى التي لهم " " 37 أكبر .

جدول (43) الاشباع الاجتماعية التي يحققها " الفايسوك " لأفراد العينة

سؤال (20) ما هي الاشباع الاجتماعية التي يحققها لك " الفايسوك "؟

النسبة المئوية	التكرار	
73.86	195	ربط علاقات صداقة
15.90	42	ربط علاقات مع الجنس الآخر
10.22	27	إيجاد حلول لمشاكلك الاجتماعية
100	264	المجموع

" " يقوم بدور مهم جدا في إشباع العديد من الحاجات لدى المستخدمين، ويتصدر قائمة الاشباع التي يحققها الموقع لأفراد العينة " ربط علاقات صداقة " 73.86% يليها ربط علاقات مع الجنس الآخر بنسبة 15.90% ثم إيجاد حلول لمشاكلهم الاجتماعية 10.22%.

وتتعدد عوامل استخدام الموقع والاشباع المتحققة منه غير أن ربط علاقات الصداقة تعتبر من أهم الإشباع التي توصلت إليها العديد من الدراسات، وهذا راجع إلى طبيعة الموقع في حد ذاته وتضمينه للقب " " لأشخاص المضافين إلى القائمة التي يطلق عليها قائمة الأصدقاء، Park (2009)

وغيرها.

ولقد كشفت العديد من الدراسات التي لها علاقة بالاستخدامات والاشباع بأن مستخدمي " يستخدمونه لتحقيق اشباع اجتماعية بالدرجة الأولى وذلك للحفاظ على العلاقات القائمة والتعرف على أصدقاء جدد وغيرها. في حين نجد أن ربط علاقات مع الجنس الآخر تأتي في المرتبة الثانية للإشباع المتحققة وبالعودة إلى الجدول (38) 31.69 %

العديد من مستخدمي الموقع يستخدمونه للدخول مغامرات عاطفية افتراضية .

جدول(44) الإشباع الاجتماعية التي يحققها موقع "الفايسبوك" لذكور وإناث العينة

المجموع الكلي	إناث		ذكور		الجنس	الفئات	
	%		%				
73.86	195	79.13	91	69.79	104	ربط علاقات صداقة	
15.90	42	6.08	07	23.48	35	ربط علاقات مع الجنس الآخر	
10.22	27	14.78	17	6.71	10	إيجاد حلول لمشاكلك الاجتماعية	
100	264	100	115	100	149	المجموع	
17.92		كاف الجدولية:		درجة الحرية: 02		26.89	كاف المحسوبة:

" ربط علاقات "

يختلف ت 69.79% 79.13% .

ففي الترتيب الثاني بالنسبة للذكور الإشباع المحقق هو ربط علاقات مع الجنس الآخر بنسبة 23.48%

إيجاد حلول لمشاكلك الاجتماعية بنسبة 6.71%.

في حين نجد أن الإشباع الثاني المحقق بالنسبة للإناث هو إيجاد حلول لمشاكلهن الاجتماعية بنسبة 14.78% ثم ربط علاقات مع الجنس الآخر بنسبة 6.08%.

- وتبين النتائج ان اغلبية الذكور يستخدمون الموقع بهدف تكوين علاقات غرامية وربط علاقات مع الجنس الآخر في حين نجد بأن الإناث أفراد العينة يعتقدون بأن استخدامهن للموقع ساعدهن في إيجاد حلول لمشاكلهن الاجتماعية بالدرجة الأولى أكثر من كونه وسيلة لتحقيق الإشباع المتعلق بربط علاقات مع الجنس

2 02

2

(26.89) كانت أكبر من كا² (17.92) 0.05.

جدول (45) ثقة أفراد العينة فيما يقدمه لهم موقع "الفيسبوك"

النسبة المئوية	التكرار	
5.28	14	نعم بشكل مطلق
76.60	203	حسب صاحب المشاركة
18.11	48	لا أتق
100	265	المجموع

أغلبية أفراد العينة يثقون فيما يقدمه لهم الموقع لكن حسب صاحب

76.60% في حين لا يثق 18.11% منهم فيما يقدمه لهم الموقع، ويثق 5.25%

المبحوثين فيما يقدم لهم بشكل مطلق.

إن هذه النتائج تبين لنا أن الثقة في ما يقدمه الموقع ترتبط بالدرجة الأولى بصاحب المشاركة بمعنى ليس

بالضرورة أن كل أصدقاء المستخدم في " " هم محل ثقة بالنسبة إليه.

" "

الصفحات والانضمام إلى المجموعات وبالتالي فهو يتلقى كمًا كبيرًا من المعلومات خلال زيارته والتي تصل إليه

عن طريق مشاركة الصور أو التعليقات أو غيرها من الخدمات، وهذا الكم الهائل من المعلومات الذي يتلقاه من الأصدقاء أو أصدقاء الأصدقاء أو الأعضاء المشتركين في المجموعات والصفحات ليس بالضرورة ان يكون صحيحا طالما أن المصدر يبق افتراضيا وغير معروف بالنسبة للمستخدم.

جدول(46): يوضح توقعات أفراد العينة حول استخدامهم لـ"الفايسبوك" مستقبلا

النسبة المئوية	التكرار	
15.09	40	أن تزيد من استخدامك للفايسبوك
27.92	74	تقلل من استخدامه
48.30	128	تتركه كما هو
8.67	23	تتوقف عن استخدامه
100	265	المجموع

15.09 مقابل 27.92% في التقليل من استخدام الموقع مقابل 48.30%

8.67%

يعيش العديد من المستخدمين حالة الاستقرار في استخدام الموقع فأغلبيتهم يفكرون في ترك الاستخدام اهم يستخدمون الموقع بطريقة مقبولة فلا هم مندمجون بطريقة سلبية في العالم الذي يقدمه كما ليس بإمكانهم التخلي عنه كئائيا، في حين بدأ عدد من المستخدمين يحسون بضرورة تقليلهم لاستخدام الموقع ربما إحساسا منهم أن الموقع يأخذ الكثير من وقتهم علما أننا توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أن متوسط ساعات استخدام " بالنسبة لأفراد العينة هو من ساعة إلى ساعتين في اليوم الواحد. في حين نلاحظ بأن 40 مفردة من أفراد العينة يفكرون في زيادة استخدام الموقع وهو على الأغلب من الفئة التي مازالت تعيش انبهارا بالموقع ومازالت تحديثات خدمات الموقع تنجح في جعلهم يتعلقون به أكثر.

جدول (47): يوضح توقعات أفراد العينة حول استخدامهم لـ"الفايسوك" مستقبلا حسب متغيري السن والجنس

المجموع الكلي	إناث						ذكور							
	أكثر من 37		36 26		15.25		أكثر من 37		36 26		25 15			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
15.09	40	00	00	10	04	21.42	12	00	00	16.66	10	20.58	14	أن تزيد من استخدامك للفايسوك
27.92	74	1	02	17.5	07	28.57	16	40	10	38.33	23	23.52	16	تقلل من استخدامه
48.30	128	68.75	11	60	24	39.28	22	52	13	40	24	50	34	تتركه كما هو
8.67	23	18.75	03	12.5	05	10.71	06	08	02	05	03	5.88	04	تتوقف عن استخدامه
100	265	100	16	100	40	100	56	100	25	100	60	100	68	المجموع
كا ² الجدولية : 7.26				درجة الحرية: 15				كا ² المحسوبة: 12.96						

أعلاه إلى النتائج التالية:

- ذكور وإناث الفئة العمرية الأولى (25 15) " "

يفكرون في ترك استخدامهم للموقع كما هو نلاحظ أن 20.58% من ذكور هذه العينة يفكرون في زيادة

26 21.42% بالنسبة لإناث نفس الفئة، في حين 16.66%

36 سنة يفكرون في زيادة استخدامهم للموقع و10%

الأخيرة أنه ولا مبحوث يفكر في زيادة استخدامه للموقع.

- وتشير نتائج الجدول إلى أن أفراد العينة أكثر من 37 " "

40% من ذكور هذه الفئة يفكرون في التقليل من استخدامه إلى جانب 12.5%

. في حين نلاحظ أن إناث هذه الفئة أكثر ميلا للتوقف عن استخدام الموقع بنسبة 18.75%

8%

- لفئات العمرية فنلاحظ أنه في حين يفكر 5.88%
 " " 10.71% من الإناث من نفس العينة تفكرن في ذلك.

12.5% نحن تفكرن في التوقف عن استخدام الموقع مقابل 5% من المستخدمين من نفس الفئة يفكرون في

وتبين لنا هذه النتائج أن الذكور أكثر تعلقا بموقع " "

الدراسات إلى جانب الإحصائيات التي كشفت بأن مستخدمي موقع " "

2

2

(7.26) ² المحسوبة والتي بلغت 12.96 15 15

وبالتالي هناك فروق ذات دلالة احصائية بين استخدام الذكور والإناث للفيسبوك.

جدول (48) يبين شعور أفراد العينة في حال عدم استخدامهم للموقع

سؤال (23) بماذا يشعرك غيابك عن " الفيسبوك " لفترة؟

النسبة المئوية	التكرار	
11.69	31	القلق والإضطراب
40	106	الفراغ
48.30	128	لا يشعرك بشيء
100	265	المجموع

اجاب اغلب افراد العينة اهم لا يشعرون بشيء في حال غيابهم عن " " لفترة

" " 48.30% في حين يشعر 40%

الذي يجعل المستخدم يحس بأنه يفتقد شيئاً ما في حال عدم دخوله للموقع حيث يعتبر

والتفكير المفرط في " " وما يحدث فيه عندما ر والإنترنت

- 11.69% يشعرون بالقلق والاضطراب عند غيابهم عن الموقع ويعتبر هذا من

بين أعراض الإدمان على " " الذي يجعل الشخص كلما استخدم الموقع أكثر كلما أحس بالرضا¹.

وتحليلنا هذه المؤشرات إلى أن نجح في جعل العديد من المستخدمين يتعلقون به ويدمنون عليه إلى

الحد الذي يجعل البعض بمجرد الخروج من الموقع يفكر في الدخول إليه، وهذا الإدمان من شأنه أن يؤثر على

في ممارسات أنترناتية افتراضية إلى

درجة الانطوائية والشعور أن الحياة خارج الانترنت هي حياة ثانوية ، على شاكلة الأوتاكوس (Otakus)

أدمنوا الانترنت إلى درجة أصبحوا يعتقدون الانترنت²

الي غيابهم عن استخدامها يؤدي بهم إلى الإحساس بالفراغ وكذا بالقلق والاضطراب وهي حالات يحذر

منها العديد من الباحثين والأخصائيين لما لها من تأثيرات سلبية على حياة الفرد.

جدول (49) يبين شعور ذكور وإناث العينة في حال غيابهم عن الموقع

¹ Jamie Lober, op cit, p11

² الصادق رابع. (2007):الانترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات،مرجع سبق ذكره.



المجموع للمجموع		إناث		ذكور		السن	
الكلّي		%		%			
11.69	31	14.28	16	09.80	15	القلق والإضطراب	
40	106	33.92	38	44.44	68	الفراغ	
48.30	128	51.78	58	45.75	70	لا يشعر بشيء	
100	265	100	112	100	153	المجموع	
كاف الجدولية: 7.11		درجة الحرية: 02				كاف المحسوبة: 10.67	

اغلبية الذكور والإناث لا يحسون بشيء في حال غيابهم عن الموقع وذلك بنسبة

45.75% بالنسبة للإناث، في حين نلاحظ بـ الذكور أكثر إحساسا بالفراغ في

44.44% من الإناث ، في حين تحس 14.28%

في حال الغياب عن الموقع في حين يشعر 9.80% .

وتبين لنا نتائج الجدول أن هنالك فروقا بين الذكور والإناث في

2 المحسوبة التي 10.67 2

(7.11) 2 .005

الكلي								الفئات
		%		%		%		
11.69	31	00	00	13	13	14.51	18	القلق والإضطراب
40	106	34.14	14	47	47	36.29	45	الفراغ
48.30	128	65.85	27	40	40	49.19	61	لا يشعر بشيء
100	265	100	41	100	100	100	124	المجموع

جدول (50) يبين شعور أفراد العينة أثناء غيابهم عن استخدام الموقع حسب متغير السن

" " شعورهم بشيء فإن هنالك اختلافا واضحا في النسب بين الخيارات

" " 25 15

37 %49.19

36 26 %65.85 في حين أن أقل من نصف أفراد الفئة

(%40)

في حال غيابهم عن 25 15

%13 %14.51

%47 36 26

وتؤكد لنا هذه النتائج ما توصلنا إليه من خلال الجداول السابقة وهو أن الأكبر سنا يستخدمون الموقع

بوعي أكبر ولا يؤثر على حياتهم وحالاتهم النفسية بشكل كبير وهذا ما نلاحظه من خلال نتائج الجدول

37 (50)

" ، في حين نجد أن عددا كبيرا من المبحوثين في الفئة الأولى والثانية يعانون من القلق

- " دورهم جدا في حياة ا " الافتراضية تملأ حياة الأفراد

ما جعل العديد من المستخدمين يحسون بالفراغ عندما لا يستخدمون الموقع وأفراد العينة بين 26 36

وتحويلنا هذه النتائج إلى

بين المتغيرين في مدى وعي المستخدم

ستمالات المتكررة من القائمين على الموقع التي تجعل في كل مرة يتعلقون به أكثر فأكثر

فيتحولون إلى مدمنين على التفاعل في العالم الافتراضي الوقت الذي يخصصونه

للتفاعل ضمن محيطهم

III. "الفايسبوك" والعلاقات الاجتماعية

يُعنى هذا المحور بدراسة تأثير الاتصال عبر موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" على العلاقات الاجتماعية، ولمعرفة هذا الأثر قمنا بتقسيم اتجاهات المستخدمين إلى أربع فئات أساسية تنطوي كل فئة على موضوعات فرعية تخدم الدراسة وتحقق أهدافها.

1. البعد المتعلق بتأثير الاتصال عبر "الفايسبوك" في الاتصال الشخصي وجها لوجه

يمثل جدول (51) البعد الأول المتعلق بتأثير الاتصال عبر "الفايسبوك" في الاتصال الشخصي، وتُظهر النتائج أن هنالك تبايناً في إجابات أفراد العينة حول مدى تأثير الاتصال عبر هذا الموقع في اتصالهم الشخصي بعائلاتهم وأصدقائهم، من حيث الوقت الذي يقضونه معهم وكذا طبيعة العلاقة التي تجمعهم بأصدقائهم عبر "الفايسبوك"، ومدى حميمية هذه العلاقة واختلافها عن نظيرها الواقعية، وسنقوم برصد استجاباتهم من خلال

:

1.1. استخدام موقع "الفايسبوك" وتأثيره في الاتصال المواجهي:

تأثير استخدام "

:

عبارة 01: تقضي وقتنا في التحدث مع معارفك وأصدقائك عبر "الفايسبوك" أكثر من الوقت الذي

تجلس فيه مع أسرتك

(51)

الذي يقضونه في " " حيث يمثل غير الموافقين نسبة 36.60% وغير الموافقين بشدة 27.92%

20.75% من الموافقين ثم الموافقين بشدة والذين عبر عنهم 28 10.56%.

- - - لم يوافقوا على هذه العبارة لكن بنسب متفاوتة، فالذكور بين 15 25

سنة لم يوافق 29.41% في حين يوافق 26.47%

بين الموافقين وغير الموافقين متقاربة، أما الذكور بين 26 36 %46.66

20% منهم موافقين على أن جلوسهم مع أسرهم قليل مقارنة بالوقت الذي يقضونه في

48% غير موافقين 37 " "

على هذا الاتجاه، في حين توزعت إجاباتهم بالتساوي بين الموافقين بشدة وغير الموافقين بشدة بنفس النسبة
20%.

- إناث العينة من جهتهن تؤكد أغلبهن أن الوقت المخصص لأسرهن أكبر من الوقت المخصص لأصدقاء

" " 37.5% 15 25 سنة لم توافق على الطرح المقترح، و30.35% غير

17.85% على ذلك في حين لم تُ 8.92%

- (26 36) لم توافق أغلبهن على أن الوقت الذي تقضيه مع أصدقاء " "

30% في حين بلغت نسبة عدم المو 27.5%

25% 37 سنة فنسبة غير الموافقات بشدة تصدرت الخيارات

37.5% 31.25% 25% غير موافق .

" نتبين من هذه النتائج أن الذكور يقضون وقتاً أطول من الإناث مع "

يخصصونه لأسرهم، في حين لا توجد اختلافات كبيرة بين إجابات مختلف الفئا

" " لافتة للنظر.

عبارة 2: الوقت الذي تقضيه في التحدث مع أصدقائك عبر "الفايسبوك" أكثر من الوقت الذي تجلس

فيه معهم وجها لوجه

الوقت الذي يقضونه معهم في " (بلغت نسبة غير الموافقين على العبارة 26.03%)، غير أن نسبة

21.88% بة من النسبة الأولى

يقضيه مع أصدقائه في " 17.35%

- نسبة لذكور وإناث العينة الموزعين عبر مختلف الفئات العمرية فنلاحظ بأن هنالك اختلاف في

29.41% 25 15

وقتا أقل مع أصدقائهم في الواقع مقارنة بالوقت الذي يقضونه معهم في " في حين يعارض

20.51% 39.28% في حين توافق

14.28%

- 33.33% 36 26 في أن الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم في

" أكثر من الوقت المخصص لهم وجها لوجه، في حين تساوى الموافقون بشدة وغير الموافقة

13.33% 20%

30% ثم غير الموافقات بنسبة 25% في 32.5%

10%. ونلاحظ بأن تساوي النتائج بين الموافقين وغير المو

واضحا في الاستخدام بين الأفراد.

م، فأكثر من نصف إناث هذه العينة لم توافق 37 -

ة على أن الوقت الذي تتحدث فيه مع أصدقائهن في " "

في حين توافق 18.75% منهن على ذلك وفي المرتبة الثالثة تساوى عدد المحادثات مع غير الموافقات 12.5%.

- مر بالنسبة لذكور هذه العينة كان مختلفا 40% في حين مثل الموافقون

28% في الوقت الذي لم يعبر فيه ولا فرد من هذه الفئة عن معارضته

الشديدة لهذا الطرح القائل بأن الوقت الذي يقضيه في التحدث مع أصدقائه عبر " "

الوقت الذي يجلس فيه معهم وجها لوجه.

وتؤكد هذه النتائج سيادة هذا النمط الاتصالي الجديد الذي من شأنه أن يؤثر على الاتصال وجها لوجه

علاقة بالبوخ بالمشاعر والتعبير ع .

عبارة 3: أصدقائك ومعارفك عبر "الفايسبوك" أكثر من أصدقائك ومعارفك الذين تعرفهم وجها لوجه

من خلال نتائج الجداول السابقة تبين لنا أن نسبة كبيرة من أفراد العينة لديهم أكثر من 300

وتشير نتائج الجدول (51) إلى أن أغلبية أفراد العينة يوافقون على أن أصدقاء " "

(26.79% 24.15%)، في حين لا يوافق 21.13%

إلى جانب 18.49% غير موافقين 25

09.43%.

- 35.29% 25 15 في " "

هم في الواقع 32.14% في حين يعارض 29%

17% باس بها من الموافقين بشدة من ذكور وإناث هذه العينة.

الحياة، في حين وافق 26.66%	36	26	-
20%	"	"	
32.5% في حين وافقت	"	"	32%
" "	37	40%	-
في حين توافق 31.25%			
ناث الموزعين عبر مختلف الفئات العمرية			
15 25 سنة يوافق أغلبهم بشدة على أن أصدقاءهم في			
37	"	"	
حظ أيضا بأن الذكور أكثر تأييدا لهذا الاتجاه من الإناث			
37 سنة ذلك بنسبة أكبر من ذكور نفس الفئة.			
، في حين تؤيد			
ونتبين بان اغلبية المبحوثين يستخدمون الاتصال الوسيطي بشكل كبير في حياتهم اليومية			
حظه من خلال تخصيص وقت كبير لأصدقائهم في الفايسوك-			
- اكثر من الوقت الذي يخصصونه لعائلاتهم واصدقائهم، وفي الوقت نفسه يميل العديد من افراد			
العينة إلى التحادث مع أصدقائهم عبر "			
ويمكن إيعاز ذلك إلى المتعة التي يشعر بها المستخدم وقت اتصاله مع اصدقائه خاصة من خلال الخدمات			
في			
هذه			
تأثير كبير	عبر	نترز	والتي
لم	حتى	كبير	في



			لهن	"	"	-
37	36	26	%37.5	25	15	%41.07
			إلى			
			%19.64	%23.21	غير	25 15
	36	26		في الترتيب الثاني	%8.92	اللاتي
			(ثم	%10 غير	%15 غير	غير %25
						%12.5
				مختلفا	37	اتجاه -
			%18.75	غير	%31.25	لهن " "
				إلى	لم	%12.5

2.1. الثقة في معارف "الفايسبوك" وحميمية العلاقة:

" في تلبيته حاجة التواصل

تعبيرات الوجه، والإيماءات

الجسدية وغيرها من لغات التواصل التي لها دور في إضفاء الحميمية على

كل هذه اللغات في الـ " " في كسب ثقة المتفاعلين ضمن حدود الشاشة؟ وهل هذه

؟

:

عبارة 5: تتق في معارفك وأصدقائك في "الفايسبوك" أكثر من تثق في معارفك وأصدقائك في الواقع

"	"	لا يوافقون بشدة على اهم يثقون في اصدقاء "	122	(51)
		أكثر من ثقتهم في أص	46.03%	23.01% غير
		في حين لم يُ	67	25.28%
		رأيه في الموضوع	0.75%	اتجاه الحياد
		(%4.90)		
-	لقد عبر	44.11%	15	25
	"	" وأيدهم في ذلك	26.41%	(غير الموافقين) في حين لم يبد
		في ذلك	46.42%	22.05%
		في ذلك	30.35%	
		فيما لم تعبر	19.64%	
-	لقد عبر	51.66%	26	36
		في حين اتخذ	15%	50%
		عن عدم موافقتهم الشديدة للطرح القائل باهم يثقون في		
		37 سنة فعبّر أكثر من نصفهم إناثا وذكور		
	"	" أكثر من معارف الواقع	56.25%	60%
		ويتبين لنا بأنه رغم الوقت الكبير الذي يقضيه أفراد العينة في استخدام الموقع، وعلى الرغم من العدد		
		الكبير لأصدقائهم إلا اهم لا يثقون في معارفهم ثقة كاملة تسمح لهم إن صرّحوا لهم بأسمائهم الحقيقية		
		بالحديث في خصوصياتهم، غير ان المسجل هو ان الذكور بين 15 25 عبر عنهما مبحوث		
		الشديدة على الطرح في حين لم يوافق ولا فرد من أفراد العينة من بقية الفئات على هذه العبارة.		

عبارة 6: تشعر أن العلاقات التي كونتها عن طريق "الفايسبوك" تعادل في حميميتها العلاقات التي

كونتها عن طريق الاتصال المواجهي

- عبر 29.05% " " تعادل في حميمتها

العلاقات التي كونوها عن طريق الاتصال المواجهي فيما وافق 23.77% ليأتي غير

بشدة في المرتبة الثالثة 21.13% 13.96%

.12.07%

- 15 25 سنة عبر

موافقتهم لهذا الطرح بنسبة 26.47% وبين الموافقين وغير الموافقين بشدة كانت

23.52% يليهم غير 20.58% وتأتي هذه النتائج في الوقت الذي تصدرت فيه الإناث غير

الموافقات الترتيب بنسبة 30.35% ثم غير الموافقات بشدة بنسبة

19.64% 14.28% 7.14%

ونلاحظ بأن ذكور هذه العينة أكثر إحساسا بحميمية علاقات " " مقارنة بإناث نفس الفئة.

- ذكور العينة الذين تتراوح أعمارهم بين 26 36 سنة لم يوافق 31.33%

26.66% بشدة في ذلك، ل 20% 14%

- (50%) 36 26 على أن حميمية علاقات " "

حميمية علاقات الاتصال المواجهي 22.5% 15% بشدة في الوقت

الذي لم تعبر فيه 5%

- 37 سنة عبر جميعهم عن تجاه (0%)

56% على أن العلاقات التي كو " " تعادل في حميمتها علاقات الاتصال المواجهي

فيما كانت نسبة غير الموافقين بشدة في المرتبة الثانية ب 24% غير الموافقين 20%

الفئة ففي الوقت الذي لم تعبر فيه 18.75% 31.25%

وعارضتها في ذلك 25% لتساوى نسبة الموافقات بشدة وغير الموافقات اللاتي مثلن نسبة 12.5%.

ونلاحظ أن هذه النتائج غريبة مقارنة بالاستجابات 37

بأن الذكور والإناث في هذه الفئة أكثر إيمانا بحميمية العلاقة التي تجمعهم بأصدقاء " "

عبارة 7: إحساسك بحميمية العلاقة مع أصدقائك في " الفايسبوك " دفعك للالتقاء بهم وجها لوجه

في الوقت الذي بدأ " " يتغلغل في كل منحي من مناحي حياة الأشخاص، وعلى الرغم من

أن مستخدميه اليوم يقضون وقتا طويلا في التفاعل من خلاله

الاتصال يفتقد للعديد من اللغات التي تعودنا عليها أثناء تواصلنا المباشر مثل ملامح الوجه وغيرها من الأمور

التي تضفي على هذه العلاقات طابع الحميمية، غياب هذه اللغات جعلنا نطرح هذا السؤال لمعرفة ما إذا كان

الاتصال الوسيط عبر " " نجح في خلق هذه الحميمية التي يغلّا

يدفع الأشخاص لجعل هذه العلاقات حقيقية بدلا من افتراضيتها، ولقد كانت استجابات أفراد العينة كما

:

- 81 مبحوثا على أن حميمية علاقات " "

30.56% في حين يعارض 26.41% 19.62% في حين يوافق

16.66% 6.79%

- 37 حميمية العلاقة التي تجمعهم بأصدقاء

" " 40% 37.5%



	28%	18.75%
		6.25%
	12%	
-	25 15	32.35% من الذكور في حين
	28.57%	احتلت نسبة المعارضات المرتبة الأولى (35.71%)
	26.47%	الثانية بالنسبة للذكور وإناث هذه العينة
	21.42%	
-	36 26	سنة أبدو موافقتهم على أن حميمية العلاقة بين أصدقائهم دفعتهم
	35%	31.66%
		(26.66%) في حين احتلت الموافقات بشدة المرتبة الثانية بالنسبة لإناث نفس الفئة
	7.5%	20% 22.5%
		اللاتي مثلن نسبة
-		أن أغلبية استجابات أفراد العينة كانت بالموافقة على هذا الطرح، في حين نلاحظ بأن
	19.62%	50 مبحوثا اتخذ موقف الحياد
		مقياس ليكرت -
	/	الاتجاه -
	بحيث	حتى
	1	وحدّ يجعلهم
	إلى	في
	يجدون	لم
	في	أهمية هذه
	مشتركة	مشترك
		ربما
		" "
		بعض
		بحميمية

¹ منال كيبور، (2009 2010): الفضائيات الإخبارية واتجاهات الأستاذ الجامعي الجزائري حيال عملية السلام مع اسرنيل، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال باتنة الجزائر، ص123



إلى هذه في
 (..) للاتصال الافتراضي محل محل
 في . وتعابير
 هذه غير ترجمة¹
 التي
 Rice and Love الأخير
 إلى هذه (نترز)² الاتجاه إلى
 " كتر " لها في
 هذه " مختلف " في
 " " للتعبير
 إلى " بدؤوا " إلى
 الكبير لهذه فإنه بإمكاننا
 لهذه إلى في
 "Like" يعبرون بقولهم "Like"
 "J'aime" " التي " في
 بمشاركة افتراضية عبر " حتى
 بعض " " في
 هذه
 بمستخدمي .

¹Kathleen .A,(2004) :face to face communication,USA :library of congress,
<http://www.axzopress.com/downloads/pdf/1560526998pv.pdf>

²حلمي خضر ساري، مرجع سبق ذكره، ص322



عموما فإن القانون الإحصائي لشدة الاتجاه¹ يسفر على أن الاتجاه الإيجابي تجاه هذا البعد "الاتصال عبر الفايبروك" يؤثر في الاتصال الشخصي وجها لوجه، لأن قيمة المصريحين بموافقهم بلغت 302.14 وبالتالي فهي تفوق مجموع إجمالي إجابات الحياد في هذا البعد والتي مثلت 248 محايد.

¹ توصلنا إلى عدد المعبرين عن موافقهم من خلال تطبيقنا للقانون التالي : x_1 تكرار +5 x_2 تكرار +4 x_3 تكرار /3 ن (عدد العبارات في البعد) . وجاء تطبيقنا لهذا القانون في كل عبارات العبارات نظرا إلى أن الإستبانة لا تحوي ولا عبارة سلبية .

جدول (51) متعلق بتأثير الاتصال عبر "الفايسبوك" في الاتصال الشخصي وجها لوجه

المجموع الكلي	إناث								ذكور								
	ت	أكثر من 37		36 26		25 15		أكثر من 37		36 26		25 15		ت			
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت				
10.56	28	06.25	01	25	10	5.35	03	20	05	06.66	04	7.35	05	1	1ع		
20.71	55	31.25	05	17.5	07	17.85	10	12	03	20	12	26.47	18	2	س		
04.15	11	00	00	00	00	8.92	05	00	00	00	00	8.82	06	0	25		
36.60	97	25	04	30	12	37.5	21	48	12	46.66	28	29.41	20	1 -			
27.92	74	37.5	06	27.5	11	30.35	17	20	05	26.66	16	27.94	19	2 -			
100	265	100	16	100	40	100	56	100	25	100	60	100	68		المجموع		
17.35	46	00	00	2.5	01	10.71	06	28	07	20	12	29.41	20	1	2ع		
21.88	58	18.75	03	30	12	14.28	08	28	07	13.33	08	29.41	20	2	س		
12.83	34	12.5	02	10	04	14.28	08	40	10	13.33	08	2.94	02	0	27		
26.03	69	12.5	02	25	10	39.28	22	04	01	33.33	20	20.58	14	1 -			
21.88	58	56.25	09	32.5	13	21.42	12	00	00	20	12	17.64	12	2 -			
100	265	100	16	100	40	100	56	100	25	100	60	100	68		المجموع		
12.07	32	12.5	02	15	06	7.14	04	00	00	20	12	11.76	08	1	س		
23.77	63	31.25	05	22.5	09	14.28	08	56	14	15	09	26.47	18	2	28		
13.69	37	18.75	03	05	02	28.57	16	00	00	6.66	04	17.64	12	0			
29.05	77	12.5	02	50	20	30.35	17	20	05	31.66	19	20.58	14	1 -			
21.13	56	25	04	07.5	03	19.64	11	24	06	26.66	16	23.52	16	2 -			
100	265	100	16	100	40	100	56	100	25	100	60	100	68		المجموع		
28.67	76	31.25	05	25	10	19.64	11	44	11	18.33	11	41.17	28	1	3ع		
29.05	77	37.50	06	37.5	15	41.07	23	08	02	35	21	14.70	10	2	س		
08.30	22	00	00	12.5	05	8.92	05	00	00	00	00	17.64	12	0	29		
19.24	51	18.75	03	15	06	23.21	13	44	11	26.66	16	2.94	02	1 -			
14.71	39	12.50	02	10	04	7.14	04	04	01	20	12	23.52	16	2 -			
100	265	100	16	100	40	100	56	100	25	100	60	100	68		المجموع		
26.79	71	25	04	30	12	33.92	19	24	06	26.66	16	20.58	14	1	4ع		
24.15	64	31.25	05	20	08	32.14	18	20	05	06.66	04	35.29	24	2	س		
09.43	25	06.25	01	00	00	03.75	02	00	00	33.33	20	2.94	02	0	31		
18.49	49	18.75	03	32.5	13	12.50	07	40	10	13.33	08	11.76	08	1 -			
21.13	56	18.75	03	17.5	07	17.85	10	16	04	20	12	29.41	20	2 -			
100	265	100	16	100	40	100	56	100	25	100	60	100	68		المجموع		

0.75	02	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	02.94	02	1	5ع
04.90	13	00	00	10	04	03.57	02	00	00	06.66	04	04.41	03	2	س 32
25.28	67	31.25	05	50	20	19.64	17	28	07	15	09	22.05	15	0	
23.01	61	12.5	02	12.5	05	30.35	17	12	03	26.66	16	26.41	18	-1	
46.03	122	56.25	09	27.5	11	46.42	26	60	15	51.66	31	44.11	30	-2	
100	265	100	16	100	40	100	56	100	25	100	60	100	68	المجموع	
16.60	44	12.5	02	22.5	09	5.35	03	12	03	21.66	13	20.58	14	1	6ع
30.56	81	15.75	03	35	14	28.57	16	28	07	31.66	19	32.35	22	2	س 33
19.62	52	06.25	01	15	06	21.42	12	12	03	20	12	26.47	18	0	
26.41	70	37.5	06	20	08	35.71	20	40	10	26.66	16	14.70	10	1 -	
06.79	18	25	04	7.5	03	8.92	05	08	02	00	00	5.88	04	2 -	
100	265	100	16	100	40	100	56	100	25	100	60	100	68	المجموع	

2. البعد المتعلق بتأثير استخدام "الفايسبوك" على التفاعل الاجتماعي لأفراد العينة مع عائلاتهم ومعارفهم

(52) بتأثير استخدام "

صنا لهذا البعد أربعة أسئلة نحاول من خلالها التعرف على مدى تأثير استخدام

التفاعل الاجتماعي لأفراد العينة، وجاء الطرح في شكل عبارات تقييمية، ليقيم من خلالها "

بتفاعلهم قبل استخدامهم للموقع، هذه "

:

عبارة 8: تشعر أن تفاعلك مع أسرتك قل منذ بدأت تستخدم "الفايسبوك"

(52)

و " " "تعبّر" 33.58% في حين يوافق 27.16%

في المرتبة الثالثة 50 ليأتي المحايدون في المرتبة الرابعة 18.86%

11.32% في حين 9.05%

- يعبر 33.82% 15 25 سنة على موافقتهم على أن اتصالحهم مع أسرهم قل منذ
- " " 27.94% من غير الموافقين، ليأتي المحايدون وغير الموافقين بشدة في
- 14.70% يعبر 06 .
- إناث هذه الفئة (15 25) 35.71%
- أن تفاعلهم مع أسرهم قلّ منذ بدأن في استخدام " " ضهن نسبة مقارنة للأولى 32.14%
- غير الموافقات على ذلك، 8.92% .
- عكس ذكور الفئة العمرية الأولى (55%) 26 36
- اتصالحهم " " 20%
- 13.33% 11.66% فاختاروا عدم التعبير عن رأيهم.
- أما إناث نفس العينة فالأمر مختلف 37.5%
- هذه الفئة موافقات 27.5% في حين
- 20% 26 36 15%
- 37 36%
- 24% في حين احتل المرتبة الثالثة الموافقون والمحايدون ممثلين نسبة واحدة
- 16%. من هذه الفئة ف 8%.
- 43.57% ثم تأتي المحايدات في المرتبة الثانية
- 25% ليتساوى عدد الموافقات وغير الموافقات (12.50%) في حين مثلت الموافقات بشدة نسبة
- 6.25%.

وتبين لنا هذه النتائج أن هنالك اختلافا واضحا في الاستجابات بين الذكور والإناث وبين مختلف الفئات

" نتائج الجداول السابقة أن الذكور أكثر تعلقا بموقع "

نجد أن إجابات الإناث تؤكد أن تفاعلهم مع أسرهم قلّ منذ بدأن في استخدام

عكس الذكور الذين عارضوا هذا الطرح، غير أننا نلاحظ بأن الإناث والذكور بين 15 25

ي مع أسرهم يعتبر الأكثر تأثراً

عبارة 9: تشعر بأن زيارتك لأقاربك قلت منذ بدأت تستخدم "الفايسبوك"

يؤدي الاستغراق في استخدام " لفترات طويلة إلى نوع من الإدمان يجعل المستخدم يعيد فتح

صفحته بمجرد إغلاقه، هذا إلى جانب بقاءه متصلا طول الوقت بحثا عن الجديد في صفحته أو صفحات

يجعل الشخص يميل إلى الب نترنت ويستغني عن زيارة أقر

:

- 37.35% 99 في حين عبر 27.54%

" " 19.24% على ان زيارتهم لاقاربهم قلت منذ

12.45% فاختارت موقف الحياد في حين وافق 3.39%

- 32.35% 26.47% 25 15 " "

لم يؤثر على () في حين لجأ 17.64% منهم إلى موقف الحياد

13.23% على ذلك وعبر 7 10.29% وفي المقابل نجد

33.92% 28.57% من الإناث غير الموافقات وغير الموافقت بشدة عبر عن معارضتهن لهذا الطرح

في حين وافقت في المرتبة الثالثة 17.85% منهم على ان زيارتهن لاقاربهن قلت منذ بدان في استخدام

" ، ولم تُ 16.07% منهم رأيتها في حين وافقت 3.57%

في الوقت الذي لجأ فيه العديد من الذكور في هذه العينة للحيداء نجد أن الإناث في المرتبة

الثالثة عبرن بالموافقة على هذا التأثير.

- لم يوافق 40% 26 36 ووا في استخدام

" " وأيدت هذا الاتجاه 72.5% 33.33%

في حين وافقت 25% 26.66%

- لم يوافق 40% 37 في حين لجأ 28% منهم إلى

ليعبر 20% ن عن عدم موافقتهم، في الوقت الذي عبر 12%

" " ولم يؤيدهم ولا مبحوث بشدة في ذلك .

- غير الما 37.5% وايدتهن في ذلك 12.5% من غير الموافقات، في

حين لم تعبر 31.25% 37 سنة عن موقفها ولجأت إلى الحيداء، في الوقت الذي وافقت

18.75%

عبارة 10: تشعر أن نشاطاتك الاجتماعية في المناسبات العائلية تراجعت منذ بدأت تستخدم

"الفيسبوك"

معرفة مدى تأثير " "

" " في مشاركة المستخدمين في النشاطات الاجتماعية والمناسبات العائلية مثل حفلات الزواج أو

وغيرها :

- لم يوافق 29.05% 28.67% من غير الموافقين، في

18.49% ل من نشاطاتهم الاجتماعية، في الوقت

14.71%

معتبر نسبةً

. 25 15

عبارة 11: تشكو منك أسرتك بسبب الوقت الطويل الذي تقضيه مع "الفايسوك"

يحملنا التذمّ	"	"	على إحساس
قد تغير بعد استخدامه لـ			الأمر الذي يؤدي إلى تذمّ
			: في الوقت الذي يوافق %25.28
	"	"	%23.77 فيما عبر
%20	"	"	
غير	%17.73	ثم المحايدون بنسبة %13.20.	
استجابات أفراد العينة كانت مختلفة تبعاً للفئات العمرية	25	15	سنة عبر أغلبيتهم بنسبة
%29.41	"	"	لدهم في
%23.59			يليهم غير الموافقين بشدة بنسبة %22.05 أما إناث نفس الفئة فعبر
%35.71	%25	%17.5	
%16.09			من غير الموافقات وغير الموافقات بشدة .
-	26	16	%33.33
%20			حيث لم توافق
%32.5	"	"	، وفي الوقت الذي أخذت في
%27.5	%22.5	%12	بموافقتها بشدة على الطرح.

- وفي الوقت الذي لم يعبر 40% 37 سنة عن موقفهم، لم يوافق 36%
- 16% من ذكور هذه الفئة، أما الإناث فأتجهت 56.20% منهن إلى خيار عدم
- " " بدخن في ذلك 25% فيما لم تُ
- 18% لها تجاه هذا الطرح.
- " " قد أثر بشكل كبير على حياة الأشخاص فإذا كان العديد من أفراد العينة أقرّ
- بأن أصدقاءهم في القرابة والصدقة فهذا يعني أن حتى زيارات الأقارب والتهاني
- " " يكتفي بنشرها في شكل مشاركة على حائطه، ويكتفي في
- " " ويقوم بإشارة "tag" لكل من هم في قائمة أصدقائه
- يجعله يستغني عن العديد من النشاطات ويفضّل الاستعاضة عنها بالنشاطات الافتراضية التي يختصر من خلالها
- طريق الزيارة والتهنئة في " "
- وتماشياً مع ما سبق، فإن القانون الإحصائي لشدة الاتجاه يُسفر على أن الاتجاه إيجابي تجاه
- هذه البعد"تأثير "الفايسبوك" على التفاعل الاجتماعي لأفراد العينة" ذلك أن عدد المعبرين عن
- موقفهم 321.5 يفوق عدد المحايدون الذي قدر عددهم بـ 137 في هذا البعد، وبالتالي فإن
- "الفايسبوك" يؤثر على التفاعل الاجتماعي لمستخدميه، ويدفعهم إلى ممارسة النشاطات
- الاجتماعية افتراضياً، كما يجعل المستخدم يستعيز عن التواصل مع أسرته بالتواصل عبر
- "الفايسبوك"، ويفضّل التفاعل عبر "الفايسبوك" على التفاعل مع أسرته وأصدقائه وأقاربه.

جدول (52) : متعلق بتأثير استخدام "الفايسبوك" في التفاعل الاجتماعي لأفراد العينة

المجموع الكلي	إناث								ذكور									
	%	ت	أكثر من 37		36 26		25 15		أكثر من 37		36 26		25 15					
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت				
9.05	24	06.25	01	27.5	11	07.14	04	08	02	00	00	08.82	06	1	ع 08			
27.16	72	12.50	02	37.5	15	35.71	02	16	04	13.33	08	33.82	23	2				
11.32	30	25	04	00	00	08.92	05	16	04	11.66	07	14.70	10	0				
33.58	89	12.5	02	20	08	32.14	18	36	09	55	33	27.94	19	1 -				
18.86	50	43.57	07	15	06	16.07	09	24	06	20	12	14.70	10	2 -				
100	265	100	16	100	40	100	56	100	25	100	60	100	68	المجموع				
03.39	09	00	00	00	00	03.57	02	00	00	00	00	10.29	07	1	ع 09			
19.24	51	18.75	03	25	10	17.85	10	12	03	26.66	16	13.29	09	2				
12.45	33	31.25	05	00	00	16.07	09	28	07	00	00	17.64	12	0				
27.54	73	12.5	02	02.5	01	33.92	19	20	05	40	24	32.35	22	1 -				
37.35	99	37.5	06	72.5	29	28.57	16	40	10	33.33	20	26.47	18	2 -				
100	265	100	16	100	40	100	56	100	25	100	60	100	68	المجموع				
09.05	24	00	00	07.5	03	05.35	03	00	00	20	12	08.82	06	1	ع 10			
18.49	49	06.25	01	17.5	07	19.64	11	00	00	13.33	08	32.35	22	2				
14.71	39	18.75	03	12.5	05	21.42	12	20	05	06.66	04	14.70	10	0				
28.67	76	06.25	01	37.5	15	28.57	16	36	09	38.33	23	17.64	12	-1				
29.05	77	68.75	11	25	10	25	14	44	11	21.66	13	26.47	18	-2				
100	265	100	16	100	40	100	56	100	25	100	60	100	68	المجموع				
20	53	00	00	12.5	05	35.71	20	00	00	20	12	23.52	16	1	ع 11			
25.28	67	00	00	22.5	09	25	14	16	04	33.33	20	29.41	20	2				
13.20	35	18.75	03	27.5	11	05.35	03	40	10	05	03	07.35	05	0				
23.77	63	25	04	32.5	13	17.85	10	36	09	25	15	17.64	12	-1				
17.73	47	56.25	09	05	02	16.07	09	08	02	16.66	10	22.05	15	-2				
100	265	100	16	100	40	100	56	100	25	100	60	100	68	المجموع				

3. البعد المتعلق باستخدام "الفايسبوك" والحفاظ على العلاقات الاجتماعية وتوسيعها

لقد كان الهدف الأول من إنشاء موقع " من طرف مارك ز كبريغ هو إبقاء التواصل بين تحوّل إلى موقع يجمع الأصدقاء مثلما يجمع أفراد العائلة وأصحاب الاهتمامات المشتركة، ولأن النتائج السابقة أظهرت التأثير الكبير لـ " وقلة الزيارات وغيرها، أردنا أن نطرح بـ بحفاظ " " منا للتعرف على ما إذا كان استخدام هذا الموقع يؤثر سلبيًا على العلاقات الاجتماعية أم أنه يساهم أيضًا في الحفاظ عليها خاصة منها الـ (..) " هو وسيلة تفاعل اجتماعي فإنه يساعد على توسيع العلاقات وتعميقها حتى وإن عزّ اللقاء وجهًا لوجه، وهذا ما كشفت عنه اتجاهات أفراد العينة التي :

عبارة 12: الاتصال عبر "الفايسبوك" ساعدك على توسيع علاقاتك الاجتماعية

- 38.11% " " في بشدة في ذلك 29.81% أما المرتبة الثالثة فكانت لمن لم يعبر 15.47% في حين عبر 10.94% عن معارضتهم لهذا الطرح وأيدّهم في ذلك 5.66% من غير الموافقين بشدة.

- 25 15 47.05% 26.47% إلى الموافقة بشدة في الوقت الذي ذهب 20.58% إلى الحياد واتخذ 5.88% . 44.64%

برّ ن عن موافقتهم لهذا الطرح ومثّ 44.64% في حين كانت نسبة غير الموافقات في المرتبة

	19.64%	16.07%	12.5%
	لمت غير الموافقات بشدة	07.14%	
-	36 26	تباينت إجاباتهم، فاعلمية ذكور هذه الفئة وافقوا بشدة على هذا الطرح بنسبة	
	36.66%	دهم في ذلك 30%	20% غير
	ان الملاحظ من خلال هذه الفئة ان استجاباتهم توزعت بين الموافقين بشدة وغير الموافقين		
	13.33% من ذكور هذه العينة للمعارضة بشدة فيما لم يعبر ولا فرد من أفرادها عن عدم موافقته. وفي		
	في المرتبة الأولى بنسبة 40%		
	32.50% لتأتي عدم الموافقات بنسبة		
	17.5% ونلاحظ من خلال هذه العبارة أن إناث هذه الفئة أكثر تعبيراً عن موافقه		
	20% كانوا أكثر من المحايدات الإناث اللاتي مثلن نسبة 2.5%.		
-	37	الترتيب بنسبة 48%	بالنسبة للذكور في
	31.25%	25%	
	12.50%	الذكور فكان الموافقون في المرتبة الثانية بنسبة 24%	يليهم غير الموافقة 20%
	08%		ثم
-	إلى أن ذكور وإناث هذه الفئة لم يعبر		
	" ساعده في توسيع علاقاته الاجتماعية.		
-	" الذي يمنح المستخدم خدمة إضافة عدد كبير من		
	علاقات صداقة أو قرابة أو اهتمامات مشتركة يجعل كثيراً هذه العلاقات مع مرور الوقت إلى		
	علاقات حقيقية قد تجمعها مصالح مشتركة أو قد يكون الهدف منها فضولاً في التعرف على هذا الصديق		

الافتراضي واقعيًا، ولقد شهدت صفحات " " لعدد من المبادرات التي تدفع الشباب خاصة للقاء

أصدقائهم الافتراضيين "لماذا لا نلتقي في معرض الكتاب الدولي" التي قام بها ناشط في

" " ولقيت المبادرة ترحيبًا من طرف العديد من الشباب أصدقاء " "

لوجه، وبالتالي فإن التفاعل الاجتماعي من خلال هذا الموقع ساهم في توسيع العلاقات

الاجتماعية سواءً من خلال تحويلها إلى حقيقية أو من خلال التفاعل عن بعد عبر الموقع وهذا ما عبر

المستخدمون من خلال استجاباتهم تجاه هذا الطرح.

عبارة 13: تشعر أنك أصبحت أقرب إلى أقاربك الذين تتواصل معهم عبر "الفايسوك"

- عبر 38.68% من افراد العينة اهم يختارون اصدقاءهم في " "

" " من خلال مساهمته في تعميق العلاقات التي تجمع المستخدم بأقاربه

معهم من خلال الموقع، ولقد عبر أفراد العينة عن مواقفهم تجاه هذا الطرح كما يلي :

- تعتبر 35.74% "جعلهم يحسون اهم اقرب إلى اقاربهم

ير ه () في ذلك 27.16% في الوقت الذي لم يعبر فيه 20%

13.20% 4.15% لم يوافقوا بشدة " "

إلى اقاربهم الذين يتواصلون معهم من خلاله.

- 36.76% وأيدهم في ذلك 33.82% 25 15

ليعود المحايدون ويحتلوا المرتبة الثالثة ممثلين نسبة 23.52% في حين لم يوافق 5.88% من ذكور هذه

وتعارضهن في	" "	في المقابل
()	في الوقت الذي لم تعبر فيه 17.85%	غير الما 28.57%
	في حين تعارض 7.14% بشدة فكرة ان اتصاھن باقاربھن عبر موقع	14.28%
		" "
	36 26 سنة مختلفة مقارنة بالفئة العمرية الأولى، فالذكور المؤيدون	-
	كانوا في الترتيب الأول يليهم 13.33%	() 45% 41.66%
	في الوقت الذي لم يعبر ولا فرد بين 36 26 سنة من الذكور عن رفضه لهذا الطرح.	
	50% واحتلت نسبة غير الموافقات المرتبة الثانية بنسبة 22.5%	
	تمثل المحايدات وغير الموافقات بشدة (12.5%)	" "
		نسبة واحدة تمثلت في 7.5% .
	37	-
	الأولى بالنسبة للذكور بنسبة 32%	
	50% ليأتي في المرتبة الثانية الموافقون والموافقون بشدة حسب إجابات خمسة مبحوثين	
		20% .
	37 سنة عبروا عن معارضتهم الشديدة لفكرة أن استخدام	- 16%
	12% في ذلك. الأمر الذي كان مختلفا بالنسبة لإناث نفس الفئة فلم تعبر	
	معارضتها الشديدة للطرح في الوقت الذي مثلت الموافقات وغير الموافقات نفس النسبة (18.75%)	
		12.5% .
	" في تجسيد القرب النفسي بين المستخدم وأقاربه	إن هذه النتائج تبين لنا الدور الكبير لموقع "
	"	الذين يتواصل معهم رغم البعد المكاني عنهم، ويثبت النتائج التي تبينت بين أفراد العينة أن لم
	معهم، لقد عبر أغلب	تأثير كبير

اجهااتهم الايجابية تجاه هذا الطرح في حين نلاحظ بأن أفراد العينة أكثر من 37

لم يعبروا عن رفضهم للطرح بنسب صغيرة عبر

37 15 25 26 36 .

ضعيفة في الاستخدام بين مختلف الفئات العمرية رغم ميل هذه الفروق إلى الاضمحلال.

المتقاربة جدا في مختلف الاستجابات.

عبارة 14: استخدامك ل"الفايسبوك" جعلك تحافظ على علاقاتك الاجتماعية القديمة والقائمة

لقد توصلت الدراسة التي قامت بها Keith N. Hampton إلى

حميمة إلى " "

كبير في إيجاد¹ . لتتعرف

عبر " " في

:

- عبر 119 " " في الحفاظ

44.90% في 35.09% ()

12.07% وفي 6.03% لم 1.88% لم

وغير .

في الحفاظ

عبر مختلف :

- عبر 25 15 (48.52% 39.28%)

33.82% 35.71% ليأتي في

¹ Keith N. Hampton and al, op cit



تتراوح	(%19.64	%8.82)	
	لم تعبر		في بعض	15 25
			" "	
		في الحفاظ		
			%2.94	
	بإناث	مختلفة	36 26	-
	(%15)	ثم (%72.5)		
عبر	() في	%46.66	%12.5)	
			%6.66	04
" "		عبر 48%	37	-
	%24 في		الحفاظ	
		%12	وغير	
%43.75	عبرت	في	مختلفة	-
%12.5	%18.75	في	%25 لم	
" "	وغير	الكبيرة		-
في	التي		في	
		والحفاظ		

ويؤكد هذه النتائج القانون الإحصائي لمقياس ليكرت للاتجاهات حيث تبين أن الاتجاه كان إيجابيا

تجاه هذا البعد " استخدام الفاييسوك والحفاظ على العلاقات الاجتماعية وتوسيعها"، فعدد المعبرين

عن موافقهم الذي بلغ 189.66 كان أكبر من عدد المحايدين الذي مثلوا قيمة 126 محايدا في هذا

المجموع الكلي		إناث						ذكور							
%	ت	أكثر من 37		36 26		25 15		أكثر من 37		36 26		25 15			
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		ت		
29.81	79	31.25	05	32.5	13	16.07	09	48	12	36.66	22	26.47	18	1	ع
38.11	101	25	04	40	16	44.64	25	24	06	30	18	47.05	32	2	12
15.47	41	31.25	05	02.5	01	12.50	07	08	02	20	12	20.58	14	0	
10.94	29	12.5	02	17.5	07	19.64	11	20	05	00	00	05.88	04	1 -	س
05.66	15	00	00	07.5	03	07.14	04	00	00	13.33	08	00	00	2 -	37
100	265	100	16	100	40	100	56	100	25	100	60	100	68		المجموع
27.16	72	12.50	02	12.5	05	14.28	08	20	05	45	27	36.76	25	1	ع

الهدف

البعء. وبالتالي فإن

والحفاظ

كبير في

"تأثيرات" إيجابية

"

تي

طرحناها في



35.47	94	18.75	03	50	20	32.14	18	20	05	41.66	25	33.82	23	2	13
20	53	جدول (53) استخدام "الفيسبوك" والحفاظ على العلاقات الاجتماعية وتوسيعها											16	0	س
13.20	35												04	1 -	39
14.18	11	00	00	07.5	03	07.14	04	16	04	00	00	00	00	2 -	
100	265	100	16	100	40	100	56	100	25	100	60	100	68	المجموع	
44.90	119	43.75	07	72.5	29	35.71	20	48	12	46.66	28	33.82	23	1	ع
35.09	93	18.75	03	12.5	05	39.28	22	24	06	40	24	48.52	33	2	14
12.07	32	12.5	02	15	06	19.64	11	12	03	06.66	04	08.82	06	0	س
06.03	16	25	04	00	00	05.35	03	12	03	06.66	04	02.94	02	1 -	40
01.88	05	00	00	00	00	00	00	04	01	00	00	05.88	04	2 -	
100	265	100	16	100	40	100	56	100	25	100	60	100	68	المجموع	

4. البعد المتعلق باستخدام "الفيسبوك" وتأثيره على الانتماء الاجتماعي

نترنت الكثير إلى الإحساس

البعض

فإلى

في

بإمكانية

(Viricel 1999) في تقديم

عنه؟ لم يتردد بعض

يحيط

نترز

تأثير

"1" ويحد

في

للإحساس

محيطه

التي يجلس

هذه

استقصاءه

" في "

:

عبارة 15: يُشعرُك استخدام "الفيسبوك" بالوحدة والعزلة عن محيطك الاجتماعي

¹الصادق رابح، التكنولوجيا الاتصالية الحديثة وإشكالية الروابط الاجتماعية، مرجع سبق ذكره.



لهذا	حتى نتعرف	اندماج	في	الافتراضي
"	"	تأثير	الاندماج	مجتمعه
	عبر 42.64%			
"	"	محيطهم	في	26.79% غير
عبروا	تعتبر		في	14.33% في
	10.56%			5.66%
- لم	المعبرين	25 15	"	"
	محيطهم	44.11%	19.11%	
14.70% إلى		وغير		(11.76% غير
10.29%	(في	44.64%	لم
في	19.64% (غير	(16.07%	
محيطها	في	7.14%	اللاتي تتراوح	
لم	12.5%	في		25 15
-	تتراوح	36 26	عبر	
محيطهم	"	"	(غير	46.66%
42.5% (غير	33.33%	37.5%	(عبر 13.33%
هذه	لهذا	في	7.5%	
	6.66%	5%		



-	37	مختلفة	-	-	لم
"	"	محيطهم	(40%)		43.57%
(غير	36%	18.75%		
في	في	في			
(7.5%)		هذه	لم		
"	"	(4%)	هذه	عبر	
		()			
	لذا	8%			
	ومقارنة هذه	15 25			
	محيطهم	في			

عبارة 16: تحس بالانتماء الاجتماعي مع جماعة أصدقائك "الفايسبوكيين" أكثر من الجماعات الأولية (الأسرة، الأصدقاء..)

الافتراضية إلى

إحساس	إلى جماعة	"	"	في
عبر	(37.35%)	لهذا	33.96%	(غير
("	يشعره	لم يعبر	
15.84%				
8.30%	يحد	إلى	في	"
4.52%	الإحساس	هذه	ربما إلى	
	يجعل			



	إلى	إلى الافتراض	"	"
			التي	في .
25 15	تتراوح	(وغير)	%38.23	%25
	إلى	" "	عبر	-
			فإن	التي %20.35 تعتبر
تأتي هذه		إلى تأثيرات	اندماجهم في لعالم الافتراضي	
		إلى	في	%13.23
		يعبر		.
إلى جم		لم	25 15	
		(غير	" "	
		%41.07، غير		
		اللاتي	%30.35) لتأتي في	%16.07،
25 15		(%5.35)،	ثم (%7.14)،	
والتي		يحيلنا إلى	ب	"
		التي	.	"
			عبر	36 26
		%40) غير		-
		%38.33 غير		
		لم عبر	وهذا	(
		%13.33	وفي	
		" "	يחסون	%8.33
		الأكبر	وغيرهم..	%47.5 لم
		%15 فعبرت		%22.5



"	"			عبرت	10%
.		في	5%		
إلى التعبير		37		لم	-
يحسب	لهذا	هذه	عبر 60%		
		"	"	إلى جماعة	
الترتيب	غير		20%	غير	
		12.5%		غير	75%
			يجد	في هذه	
				"	"

عبارة 17: الشعور بالفراغ الاجتماعي والعاطفي جعلك تهرب إلى "الفايسبوك"

الفراغ	"	"	(28)	عبر 7.26%
			وهذه	لم
اندماج		كبيرة	14%	تأثير الفراغ
	ليعبّر		جماعات	"
				:
"	"		شعوره بالفراغ	يرفض 100
	في		عبر 30.18%	في 37.73%
	9.05%	(10.56%	12.46%)



هذه	في	"	"	فراغ	افتراضية.	عبر مختلف
هذه	في	"	"	فراغ	افتراضية.	عبر مختلف
25	15	لم	الفراغ			
%35.29	"	"	(لتأتي غير	في	%41.07	
%27.94	إلى	"	هذه	%16.17	%32.14	
%10.29	التعبير					
%10.71	في	"	"	فراغ	دخوله	
%7.14	في	"	التعبير		%8.92	
()						
-	36	26	مختلف			
%18.33			في	%55		
%26.66	(غير	غير	مختلفة			
غير	(%32.5) التي	الترتيب	%22.5			
%20	وغير	%17.5	%7.5			
-	مختلف	37	عبر			
بالفراغ	إلى	"	"	%40		
%36	غير	وفي	%16	%8		
غير			الفراغ			

وله " (31.25% غير) لتعبر 25%

المجموع الكلي	إناث	ذكور		
---------------	------	------	--	--

وهذه القيمة 375.66 كانت أكبر من المحايد البالغ عددهم 94، مما يعني أن الاتجاه كان إيجابياً تجاه هذا البعد،

وتبعاً للقانون الإحصائي لمقياس "ليكرت" للاتجاهات فإن عدد المعبرين عن آرائهم والذين مثلوا قيمة 375.66 كانوا أكبر من المحايد البالغ عددهم 94، مما يعني أن الاتجاه كان إيجابياً تجاه هذا البعد،

وبالتالي فموقع "الفايسبوك" يؤثر على الانتماء الاجتماعي لأفراد العينة ويؤدي فعلاً إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل ضمن الجماعات الاجتماعية الحقيقية وتعويضها بجماعات "فايسبوكية" تجعل الفرد الذي يحس بفراغ اجتماعي وعاطفي يحس بالانتماء إلى الجماعات الافتراضية أكثر من إحساسه بالانتماء إلى الجماعات الأولية (الأسرة، والأصدقاء..).

%	ت	جدول (54) استخدام "الفيسبوك" وتأثيره على الانتماء الاجتماعي												ت		
05.66	1:													07	1	15ع
14.33	38	12.50	03	07.50	03	6.07	09	08	02	13.33	08	19.11	13	2	س 24	
10.56	28	12.50	02	05	02	12.05	07	12	03	06.66	04	14.70	10	0		
42.64	113	18.75	04	42.50	17	44.64	25	36	09	46.66	28	44.11	30	1 -		
26.79	71	43.57	07	37.5	15	19.64	11	40	10	33.33	20	11.76	08	2 -		
100	265	100	16	100	40	100	56	100	25	100	60	100	68		المجموع	
04.52	12	00	00	05	02	56	03	00	00	08.33	05	02.94	02	1	س 26	
08.30	22	00	00	10	04	05.35	04	00	00	00	00	20.58	14	2		
15.84	42	12.5	02	22.5	09	07.14	09	20	05	13.33	08	13.23	09	0		
37.35	99	12.5	02	47.50	19	16.07	23	60	15	38.33	23	25	17	1 -		
33.96	90	75	12	15	06	41.07	17	20	05	40	24	38.23	26	2 -		
100	265	100	16	100	40	100	56	100	25	100	60	100	68		المجموع	
12.45	33	18.75	03	20	08	07.14	04	00	00	18.33	11	10.29	07	1	س 30	
10.65	28	25	04	22.5	09	10.71	06	08	02	00	00	10.29	07	2		
09.05	24	06.25	01	07.50	03	08.92	05	16	04	00	00	16.17	11	0		
30.18	80	31.25	05	32.5	13	32.14	18	36	09	26.66	16	27.94	19	1 -		
37.73	100	18.75	03	17.5	07	41.07	23	40	10	55	33	35.29	24	2 -		
100	265	100	16	100	40	100	52	100	25	100	60	100	68		المجموع	

نتائج الدراسة

Login



توصلت الدراسة النظرية إلى أنّ مواقع الشبكات الاجتماعية التي تستأثر بقبول وتجارب الكثير من الناس وفي جميع أنحاء العالم تطرح العديد من القضايا، سيما وانها تتيح للمستخدم فضاء اخر للتفاعل ضمن مجتمع افتراضي يقوم من خلاله ببناء علاقات افتراضية مع أشخاص قد يجمعه بهم علاقات قرابة وصدقة في الواقع او اشخاص يبادلونهم نفس الاهتمام، ويعتبر موقع "الفيسبوك" من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية الذي تتلخص فكرته في إمكانية التقاء الأصدقاء القدامى وكذلك الأصدقاء الجدد وتبادل المعلومات وآخر الأنباء والتطورات معهم، وتتعدد استخدامات الموقع وتختلف تأثيراته في العلاقات الاجتماعية، ولقد أسفرت نتائج الدراسة الميدانية عمّا يلي :

- بالنسبة لعادات وأنماط استخدام "الفيسبوك" فقد تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمونه منذ سنة إلى ثلاث سنوات (52.07%) ويقضي 27.16% منهم أكثر من ثلاث ساعات في استخدامهم للموقع، وتشير النتائج أنّ أغلب المبحوثين يتصفحون الموقع من مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم بنسبة 42.64%، ويفضّل 61.50% منهم الفترة الليلية لاستخدامه.
 - يدخل أغلب أفراد العينة لـ "الفيسبوك" من المنزل بنسبة 61.50% ويميل 87.92% منهم إلى الاستخدام الفردي للموقع في حين يستخدمه 6.41% مع أصدقائهم.
 - يُفضّل 25.18% من المبحوثين خدمة التعليقات في "الفيسبوك" ثم الدردشة (22.17%) تليها مشاركة الصور (15.38%) ثم مشاركة الروابط (15.23%). وأكثر خدمة يستخدمها 28.24% ثم وضع مشاركات على حائطهم (24.67%)
- .23.37%

-	64.15 %	150 صديق في "	" 20.57 %
	300	بالدرجة الأولى (38.68 %)	
		المستوى الثقافي والمعرفي بنسبة 31.23 % يليه الاهتمام المشترك 21.20 %.	
-	72.07 %	من أفراد العينة في	فتراضية 39.57 % ثم
	25.76 %	المجموعات الترفيهية	18.40 %.
-		وبالنسبة للدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام "الفايسبوك"	
		إلى جانب	14.75 % ثم
		13.84 % يليه الترفيه والتسلية 12.71 %.	
-		" "	66.03 %
	33.33 %	الهوية الحقيقية حتى يجدهم مع	
	60.57 %	حتى يحظوا	39.42 % حتى يحظوا
-		الهوية المستعارة فأغلبهم	بدافع التصرف بكل حرية في الموقع بنسبة 57.77 %
	23.33 %		18.88 %
		حتى يتقمصوا شخصية غير شخصيتهم .	
-		55.09 % في حين يوافق عليها	
	44.90 %		54.2 %
		31.69 % ثم التسلية وتمضية الوقت بنسبة 14.08 %.	

- يلي " " 38.91% التنفيس والتعبير بكل حرية وإشباع الفضول والحصول على معلومات بنفس النسبة
- 26.35% ثم الهروب من الواقع بنسبة 08.37%.
- يتصدر قائمة الاشباع التي يحققها موقع " " 73.86%
- 15.90% ثم إيجاد حلول لـ 10.22%.
- " " 76.60%
- 18.11% في ما يقدمه، في حين 5.28% .
- سيترك " " في الوقت 48.30%
- 27.92% 15.09% 8.67%
- " "
- 48.30% من أفراد العينة لا يشعرون بشيء في
- " " لفترة، في حين يشعر 40% 11.69% .
- "الفيسبوك" والعلاقات الاجتماعية البعد المتعلق بتأثير الاتصال عبر
- " " في الاتصال الشخصي وجها لوجه
- سرهم أقل من الوقت الذي يقضونه في " " (36.60% غير موافقون، 27.92% غير
- (20.75% 10.56%) (.
- 26.03% في التحادث مع أصدقاء عبر " "
- الذي يجلسون 21.88% 17.35% بشدة في ذلك.

- " " لأفراد العينة بالتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع
%29.05 %28.67 ()
- النسبة الكبيرة من (46.03%) في معارف وأصدقاء " " %29.05
العلاقات التي كونوها عن طريق " " تعادل في حميميتها العلاقات التي كونوها عن
%23.77 حيث يعتبر %30.56
بحميمية العلاقة مع " " %26.41
%19.62 .
- " " ن الاتجاه إيجابي تجاه هذا البعد" تأثير
الاتصال عبر " " في الاتصال الشخصي وجها لوجه"
يؤثر في الاتصال الشخصي
لوجه واعتماده على الاتصال الوسيطي من خلال " " .
- أما بالنسبة للبعد المتعلق بتأثير استخدام "الفايسبوك" على التفاعل الاجتماعي لأفراد العينة مع
عائلتهم ومعارفهم فلقد توصلنا إلى أن %33.58
في " " في حين يوافق %27.16
%37.35
- لم ت منذ بدأ في استخدام في الوقت الذي عبر %19.24
" " %29.05
لدهم في ذلك %28.67 .
- " " %25.28
في حين لا يوافق %23.77 %20 .

- لشدة الاتجاه على أن الاتجاه إيجابي تجاه هذه البعد "تأثير" "
- " " "
- إلى
- قلة المشاركة في النشاطات الاجتماعية.
- "الفايسبوك" والحفاظ على العلاقات الاجتماعية وتوسيعها
- إلى أن 38.11% " ساعدهم في توسيع علاقاتهم الاجتماعية، يؤيدهم بشدة في
- 29.81% 35.74% اقرب إلى اقاربهم الذي يتواصلون معهم عن طريق
- " () في 27.16%
- 44.90% " ساعدهم في الحفاظ على علاقاتهم الاجتماعية
- القديمة والقائمة ويؤيدهم في ذلك 35.09%.
- عموما فإن الاتجاه كان إيجابي أيضا تجاه هذا البعد "استخدام" "الفايسبوك" والحفاظ على العلاقات الاجتماعية وتوسيعها" حيث أكد القانون الإحصائي لشدة الاتجاه أن الاتصال عبر "
- العينة في توسيع علاقاتهم الاجتماعية والحفاظ على العلاقات القديمة وكذا القائمة.
- المتعلق باستخدام "الفايسبوك" وتأثيره على الانتماء الاجتماعي 42.64%
- " " يشعرون بالوحدة والعزلة عن محيطهم الاجتماعي في حين وافق 14.33%
- عبر أغلبية أفراد العينة (37.35%) يحسون بالانتماء الاجتماعي مع جماعة
- " "
- (..).

- 33.96% (غير الموافقين بشدة) " "
- يحد . فيما لم يعبر 15.84% تجاه هذا الطرح.
- 37.73% العينة بشدة أن شعوره بالفراغ الاجتماعي والعاطفي جعله يهرب لـ " وأيدهم في ذلك 30.18% ممن عبروا عن عدم موافقتهم، في حين وافقت نسبة لافته للنظر من المبحوثين (12.46% 10.56%).
- ليكرت تجاه كان إيجابي تجاه هذا البعد" تأثير
- " " " " " تأثير على الانتماء الاجتماعي
- " " " يختلف من مستخدم إلى آخر
- 2 تبعاً لمتغيري الجنس والسن وهي الفرضية الأولى للدراسة، ولقد توصلنا إلى
- حيث انعدمت هذه الفروق
- الأولى فيما يتعلق بعدد مرات تصفح موقع " " في اليوم والثانية في أسباب استخدام الهوية ، في حين اتخذت الفروق دلالة 16 مرة في عادات وأنماط الاستخدام وكذا الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام كل من الذكور والإناث لـ " .أما الفروق بين الفئات العمرية فلقد اتضح أن :
- 36 26 " "
- أفراد العينة الأكبر سنّاً (37) الوعي في استخدامهم لـ " " حيث نلاحظ اهم لا يختارون اصدقاءهم بعشوائية وإنما يقومون بانتقائهم بهدف

الاستفادة والإفادة وهذا ما نستنتجه من خلال اختيار أغلبيتهم لأصدقائهم حسب المستوى المعرفي والثقافي والاهتمام المشترك الأصدقاء يحدد الهدف من استخدام " " تبادلا للاهتمامات المشتركة.

- 15 25 سنة أكثر ميلا لاستخدام الموقع للترفيه والتسلية مقارنة

37

أكثر من الفئة الأولى والثانية حيث نجد بأن أغلبية أفراد العينة من هذه الفئة يستخدمونه للتعرف على الأخبار

- 15 25 سنة أكثر استخداما لأسماء مستعارة مقارنة ببقية الفئات.

وتبين هذه النتائج تحقق الفرضية الأولى التي ترى بأن "استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" يختلف من مستخدم إلى آخر تبعاً لمتغيري الجنس والسن".

الفرضية الثانية " " في الجزائر

" "

في حين نلاحظ بأن من

7.26% وعززت هذه النتائج

12.46% 10.56% من الموافقين على أن الهروب من الفراغ الاجتماعي والعاطفي

" "

ونشير بأن

" " بدافع الهروب من الفراغ الاجتماعي والعاطفي (9.43%) بالنظر إلى

الموقع بهدف الهروب من الفراغ الاجتماعي والعاطفي يمكننا القول بان هذه الفرضية

التي ترى بأن "مستخدمو موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" يلجأون إليه بسبب فراغ اجتماعي وعاطفي" قد تحققت نسبيا بالنظر إلى أن دوافع الاستخدام قد تتغير تبعا للجنس والسن وكذا للحالة النفسية للمستخدم وطبيعة علاقته بمعارفه ومحيطه الاجتماعي الذي يعيش فيه والتي تدفعه لاستخدام الموقع .

أما الفرضية الثالثة " " " يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من النشاطات

"

" " تعتبر مؤشر عن تحقق هذه الفرضية حيث أن الاتجاه كان إيجابيا تجاه كل

بتأثير " " في الاتصال المواجهي وتأثيره في التفاعل الاجتماعي لافراد العينة مع عائلاتهم ،

وكذا الخاص بتأثير " "

" "

ي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل مع الجماعات الاجتماعية

والاستعاضة عنها بجماعات افتراضية تجعل الفرد الذي يحس بفراغ اجتماعي وعاطفي - - يحس

بالانتماء إلى الجماعات الافتراضية أكثر من إحساسه بالانتماء إلى الجماعات الأولية (..)

يؤكد صحة الفرضية الثالثة.

" " هذه النتائج التي تبين أن لاستخدام موقع " "

من الضروري الإشارة إلى البعد الآخر المتحقق من خلال هذه الدراسة والمتعلق بحفاظ

" "

في توسيعها والحفاظ عليها من خلال بقاء

خلال تحولها من علاقات افتراضية إلى علاقات حقيقية.

وتؤثر هذه " " في الجزائر مستخدم نشط لديه العديد من الحاجات

التي يسعى لإشباعها من خلال استخدامه للموقع ، هذه الحاجات والدوافع تتغير تبعا للعديد

من المتغيرات الاجتماعية والنفسية، وحسب نتائج الدراسة تأتي في مقدمة هذه الحاجات الحاجة إلى التواصل

" " في تحقيق هذه الحاجة رغم أن في

أدى إلى تأثيرات متعددة على طبيعة علاقة المتلقي بأسرته ومعرفة في المجتمع الطبيعي

وأدى إلى انسحابه .

خاتمة

Login



لقد أفضى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال إلى إنتاج وسائل اتصال جديدة عملت على تغيير علاقات الناس الاجتماعية وأشكال تفاعلهم مع بعضهم البعض، فأصبح الفرد يستغنى عن اللقاءات المباشرة وجها لوجه ويستسلم لشاشة الكمبيوتر فيقضي وقتا طويلا في تفاعل افتراضي من شأنه أن يختزل الوقت المخصص للأشخاص الواقعيين في حياته.

لقد سعينا من خلال هذه الدراسة إلى تناول موضوع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وأثر هذا الاستخدام في العلاقات الاجتماعية. محاولين الكشف عن هذا الأثر انطلاقا من الدلالات الاجتماعية التي تُظهر الدور الكبير الذي أصبح يقوم به الاتصال الوسيط في حياة الأفراد من خلال الوقت المخصص له وأهمية العلاقات التي ي

من خلاله بالنسبة لهم، إلى جانب انسحابهم الواضح م

مع التفاعلات الافتراضية التي تتيحها الأنترنت عموما و

فرد يحسون بالحميمية حتى مع الأ

افتراضيا ولم يسبق لهم ان التقوا بهم بل إن هذا الشعور بحميمية العلاقة كثيرا ما يقود إلى تحويل العلاقات الافتراضية إلى علاقات واقعية وهذا حسب ما توصلت إليه هذه .

إن المشاعر الالكترونية والعلاقات الافتراضية التي ساهمت مواقع الشبكات الاجتماعية في خلقها

بُنحت بشكل كبير في بناء واقع مواز لل

فانتقلت العلاقات والنشاطات الاجتماعية من الواقع إلى الافتراض المستخدم يـ

” ”

بالفراغ وهذا مؤشر واضح عن تعلق المستخدمين بالموقع وبخدماته وحتى با

حدوده الافتراضية.

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة استجلاء " " في العلاقات

" " تأثير

حيث توصلنا إلى أن قد نجح في ثقافة الكترونية تواصلية جديدة بين

" "

" ما يسمح لهم بنقل آر "

والتعبير عن مشاعرهم بطريقة .

" "

ت طويل في تصفح الموقع

التعليقات يجعل المستخدم ينسى نفسه أما شاشة الكمبيوتر

مشاركتهم في مختلف النشاطات الاجتماعية منذ بدؤوا في

.

إن الأثر لا يعني بالضرورة تغيير السلوكات والاتجاهات التي كانت سائدة بل قد يعني أيضا

" "

ساهم في توسيع هذه العلاقات والحفاظ عليها، فلا

الموقع في أن يجمع عددا كبيرا من

لذين يقطنون في مناطق بعيدة.

ومن بين الأبعاد الاجتماعية الخطيرة أيضا الناتجة عن استخدام " والتي نتج عنها

من التأثيرات السلبية هي تأثير

واندماج الفرد فيما تقدمه مواقع الشبكات الاجتماعية عبرت نسبة لا بأس بها من افراد العينة ان

" يشعروهم بالوحدة والعزلة عن محيطهم الاجتماعي كما وافق البعض "

شعور المستخدم بالعزلة عن محيطه الاجتماعي من

شأنه ان يخلق حالة من التباعد النفسي والاجتماعي بينه وبين من تربطه بهم علاقات اجتماعية فيبدأ في

الانسحاب من الواقع للبحث عن مكان آخر يلي من خلاله

ده لهذه في الواقع بسبب خلل في علاقاته الاجتماعية

مشاركته في النشاطات الاجتماعية ات عن اغتراب المستخدم

عن مجتمعه وتظهر هذه تأثيرات

الأصدقاء الافتراضيين أكثر من أصدقاء الواقع

في النهاية لا يمكننا القول بأن العلاقة بين استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية

تأثير سلبي الدور السلبي مرت

ويختلف التأثير من مجتمع لآخر ومن مستخدم لآخر

تبعا للعديد من المتغيرات الاجتماعية على حد تعبير " "

تجمع وتفرق في آن واحد. يجا

سلبيا أصبح إيجابيا م . نعتبره سلبيا في هذا المجتمع او هذه الثقافة يعتبر إيجابيا بالنسبة لذلك المجتمع

التأثير " " " "

لى بالمس وغيرها إلى والثقافة التي ينتمي إليها.

تبقى هذه الدراسة في الختام حلقة من حلقات البحث المتواصلة لاستكشاف العلاقة الجدلية بين

عبر عن كل

في

" "

التأثير

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة

السبيل لباحثين آخرين لاستكشاف مقاربات أخرى لم تتعرض لها هذه الدراسة.

قائمة المراجع

Login



I. الكتب

1. إبراهيم محمد عباس: التنمية والعشوائيات الحضرية، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
2. أبو الحمام عزام (2011): الإعلام والمجتمع، ط1، الأردن: دار أسامة.
3. أبو شنب جمال (2005): الاتصال والإعلام والمجتمع المفاهيم والقضايا والنظرية، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
4. أحمد مصطفى السيد (2003): البحث الإعلامي : مفهومه وإجراءاته ومناهجه، ط 2، العين: دار الفلاح للطباعة والنشر.
5. أنجريس مورييس (2006) :منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، تهبوزيد صحراوي، الجزائر: دار القصة.
6. بن مرسللي أحمد (2005): مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ط2، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
7. بني يونس محمد محمود (2007): سيكولوجية الدافعية والانفعالات، ط1، عمان: دار المسيرة.
8. بودهان يامين (2012). تحولات الإعلام المعاصر، عمان: دار اليازوري.
9. جابر سامية محمد (2003): علم الاجتماع العام ط1، بيروت: دار النهضة العربية.
10. الجميلي خيرى خليل:الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، الإسكندرية:المكتب الجامعي الحديث.
11. حسن حمدي(1991): الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مصر: دار الفكر العربي.
12. حسن نوي محمد (2003):ثورة المعلومات والعلاقات الاجتماعية،الرياض:جامعة الملك سعود، الجمعية السعودية لعلوم العمران.
13. حمادة بسيوني ابراهيم (2001): حرية الإعلام الإلكتروني الدولي وسيادة الدولة مع إشارة خاصة إلى الوضع في الدول النامية، كراسات التنمية، القاهرة:مركز الدراسات وبحوث الدول النامية.
14. الخليفة محمد بن صالح (2001): تأثير الأنترنت في المجتمع، الرياض: عالم الكتب.

15. رأس المال عبد العزيز (1993): كيف يتحرك المجتمع ونتائج ذلك على العلاقات الاجتماعية، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
16. رشوان حسن عبد الحميد أحمد (2007): البناء الاجتماعي الأنساق والجماعات، مصر: مؤسسة شباب الجامعة.
17. ريفرز ويليام وآخرون. (2005): الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، ترجمة أحمد طلعت البشيشي، مصر: دار المعرفة الجامعية.
18. شتى علي السيد (1995): المجتمع البشري، الجزء الرابع، مصر: مؤسسة شباب الجامعة.
19. صادق عباس مصطفى (2008): الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات: عمان: دار الشروق.
20. لطائي مصطفى حميد، أبو بك خير ميلاد (2007): مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، الإسكندرية: دار الوفاء.
21. الطرايشي مرفت، السيد عبد العزيز (2006): نظريات الاتصال، القاهرة: دار النهضة العربية.
22. العبد الله مي (2010): نظريات الاتصال، لبنان: دار النهضة العربية.
23. عبد الحميد محمد (2007) البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1. القاهرة: عالم الكتب.
24. عبد الحميد محمد (2008): الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، ط1، القاهرة: عالم الكتب.
25. عبد الرحمان عبد الله محمد (2005): سوسيولوجيا الإعلام والاتصال، مصر: دار المعرفة الجامعية.
26. عبد العاطي السيد: علم الاجتماع الحضري، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
27. عثمان ابراهيم (1999): مقدمة في علم الاجتماع ، ط1، عمان: دار الشروق.
28. عزي عبد الرحمن ، بومعيزة السعيد (2010): الإعلام والمجتمع رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، الجزائر: دار الورسم.
29. عمر السيد أحمد مصطفى (2002): البحث العلمي، إجراءاته ومناهجه ، القاهرة: مكتبة الفلاح.
30. العمر خليل معن (1999): البناء الاجتماعي أنساقه ونظمه، ط3، عمان: دار الشروق.
31. العمر خليل معن (2001): ثنائيات علم الاجتماع، عمان: دار الشروق.

32. اللبان شريف درويش (2000): تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات التأثيرات الاجتماعية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
33. مان ميشال. (1999): موسوعة العلوم الاجتماعية، تر. عادل مختار الهواري، سعد عبد العزيز مصلوح، مصر: دار المعرفة الجامعية.
34. محمد شفيق (1999): الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
35. مكايي حسن عماد، السيد ليلي حسين. (2002): الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
36. مهنا فريال (2002): علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دار الفكر المعاصر، بيروت.
37. Banister Jim.(2004) : **word of mouse ; the new age of networked media**,Chicago :agate.
38. Howard Rheingold:**the vrtual community**, the electronic version.
39. Rodman George.(2009) : **mass media in a changing world**, New York : McGraw.

II. المجلات والدوريات

1. البشر محمد بن سعود (2003) قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، العدد83.
2. رايح الصادق (2007) الأنترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد8.
3. رايح الصادق (2008): التكنولوجيا الاتصالية الحديثة وإشكالية الروابط الاجتماعية، الشارقة الإمارات العربية المتحدة: شؤون اجتماعية العدد99.
4. رحومة علي محمد(2008) :علم الاجتماع الآلي: عالم المعرفة، العدد 347.
5. رحومة محمد(2009): تنمية المجتمعات الافتراضية عوامل نجاح جديدة لتطوير الشبكي التكمو اجتماعي، ليبيا: معهد النفط الليبي.
6. ساري حلمي خضر.(2008)، تأثير الاتصال عبر الأنترنت في العلاقات الاجتماعية دراسة ميدانية في المجتمع القطري، دمشق: مجلة جامعة دمشق، المجلد24، العدد الأول والثاني.

7. محمد الصالح أحمد.(2001): حياة على شاشة الإنترنت ، مجلة العربي،العدد 515.
8. محمد عبد الهادي وآخرون،(2005):إدمان الأنترنت وعلاقته بكل من الإكتئاب والمساندة الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، القاهرة:مجلة كلية التربية بني سويف،العدد4.
9. علي نبيل (2001) الثقافة العربية وعصر المعلومات, رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، عالم المعرفة، العدد 265.
10. بكار عمار: وبدأت معارك المعلومات الشخصية، صحيفة الاقتصادية الإلكترونية، العدد611
http://www.aleqt.com/2011/11/17/article_598932.html
11. Anonymous (2009) **The Power of Social Networking for Women**,shes connected,vol1.
- 12.Bellin Jeffrey. (2012): **Facebook, twitter, and the uncertain future of present sense impressions** , University of Pennsylvania Law Review, Vol 160.
- 13.Chmiel Anna and al, (2011) **Collective Emotions Online and Their Influence on Community Life** , PLoS ONE.vol 6 (7).
14. Donath,Judith S. (1998) . **Identity and deception in the virtual community** , London: Routledge.
- 15.Grindeland Mark. Harisson Cathy,(2009). **the power of social networking for women research study**, ShesConnected Multimedia Corp,vol(1.)
16. Harrison Richard, Thomas Michael. (2009):**Identity in Online Communities: Social Networking Sites and Language Learning** , International Journal of Emerging Technologies & Society,vo7(2).
17. Hermida Alfred . (2010): **Twittering the News: The Emergence of Ambient Journalism**, Journalism Practice, Vol.4, (3.)
18. John B. Thompson , (2000) : **transformation de la visibilité**, réseaux n. 100
- 19.Kazumitsu.S Asako.M. (2005): **Social intelligence design in online chat communication: a psychological study on the effects of “congestion”**, AI & Society,vol19(1).
20. Mackenna Katlyn Y.A (2002) : **Relationship formation on the internet :what’s the big attraction**,journal of social issues, vol 58 (1).

21. John, Bonds- Raack Jennifer (2008):**my space and facebook applying the uses and gratification theory to exploring friend networking sites**, CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR,vol 11(1).
- 22.Timm Dianne M., Duven. Carolyn J.,(2008) :**Privacy and Social Networking Sites**, Wiley InterScience, no. 124
23. **Hannah Bowen**

III. رسائل الدكتوراه و الماجستير

1. بابوري عبد الكريم.(2005):**عادات وأنماط مشاهدة طلبة سكيكدة للفضائيات العربية**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر الإسلامية،قسنطينة الجزائر.
2. بعزیز إبراهيم .(2008 2007):**منتديات المحادثة والردشة الإلكترونية دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع**، مذكرة ماجستير غير منشورة،الجزائر:جامعة بن يوسف بن خدة،قسم علوم الإعلام والاتصال.
3. بودهان يامين. (2010 2009). **الآثار النفسية والاتصالية لتعرض الشباب الجزائري لمضامين الأنترنت**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر: قسم علوم الإعلام والاتصال.
4. عبدلي أحمد أحمد: **مستخدمو الانترنت**،(2003 2002) مذكرة ماجستير غير منشورة ،قسنطينة: جامعة الأمير عبد القادر، قسم الدعوة والإعلام.
5. كبور منال، (2010 2009): **الفضائيات الإخبارية واتجاهات الأستاذ الجامعي الجزائري حيال عملية السلام مع إسرائيل**، رسالة ماجستير غير منشورة،جامعة باتنة قسم الإعلام والاتصال.
6. لونيس باديس(2008 2007):**جمهور الطلبة الجامعيين والأنترنت:دراسة في استخدامات واشباعات طلبة جامعة منتوري – قسنطينة**،مذكرة ماجستير غير منشورة،قسنطينة:جامعة الأمير عبد القادر.
7. Proulx Serge(2004) , **Les communautés virtuelles, construisent-elles du lien social?**, colloque international:l'organisation media, dispositifs médiatiques, sémiotiques et des médiations de l'organisation, Lyon: université Jean moulin.

8. Kittiwongvivat Wasinee, Akkanngan Pimonpha. (2010): **Facebooking your dream**, Master Thesis.
9. Blanchard Anita : **Definition, Antecedents, and Outcomes of Successful Virtual Communities**,USA :university of north carolina

VI. القواميس والمعاجم

1. مذكور ابراهيم. (1975): **معجم العلوم الاجتماعية**، مصر: الهيئة العامة للكتاب.
2. حجاب محمد منير . (1997). **المعجم الإعلامي**. الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية.
3. مان ميشيل.(1999) : **موسوعة العلوم الاجتماعية**، ترجمة عادل مختار الهواري، سعد عبد العزيز مصلوح، مصر: دار المعرفة الجامعية.
4. Marcel Danesi (2009), **Dictionary of media and communication**, United States of America : Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.

V. مواقع ومقالات الأنترنت

1. إبراهيم إسماعيل عبده.(2009): **العلاقات الاجتماعية عبر الأنترنت دراسة في الفرص الكامنة والمخاطر المستترة**، مركز أسبار للبحوث والدراسات والإعلام، تم استرجاعها بتاريخ 2011/03/20 من <http://www.asbar.com/ar/contents.aspx?c=779>.
2. زكي رشاد وليد. (2009): **المجتمع الافتراضي. نحو مقارنة للمفهوم**، تم استرجاعها بتاريخ 2012/01/11 من <http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=96350&eid=897>
3. علي دخيل بنان، البشر مشاعل: **المواقع الاجتماعية وتأثيرها على المجتمع السعودي**، تم استرجاعها بتاريخ 2012/01/15 من www.psu.edu.sa/pscw/index.html
4. عواد محمد.(2011): **مدخل إلى الإعلام الجديد**، سلسلة مثقف في ساعة، نسخة إلكترونية تم استرجاعها بتاريخ 2012/02/10 من http://books.google.com.eg/books?id=Ql-Sxloo-mAC&lpg=PP1&pg=PP1&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

5. بنت عبد الله ملاك: الخصوصية في الشبكات الاجتماعية، مركز التميز لأمن المعلومات، تم استرجاعها بتاريخ
<http://coeia.edu.sa/index.php/ar/asuurance-awarness/articles/47-data-privacy/1494-privacy-in-social-networks.html> 2012/01/11
6. الزرن جمال . (2009) هندسة المكان الافتراضي منتجة لخطاب ثقافي، تم استرجاعها بتاريخ 2011/06/12 من
<http://jamelzran.jeeran.com/archive/2009/3/821002.html>
7. A .Kathleen .,(2004): **face to face communication**,USA :library of congress,
<http://www.axzopress.com/downloads/pdf/1560526998pv.pdf>
8. A.G.M Jan , Dijk VAN.**the reality of virtual communities.utrecht,p55,**
[online]university.p55http://www.utwente.nl/gw/vandijk/publications/the_reality_of_virtual_communi.pdf
9. Alrshad Jamel. (2010):**Towards a Taxonomy of Privacy Concerns of Online Social Network Sites Users,** Master of Science Thesis , Stockholm, Sweden, [online]
kth.diva-portal.org/smash/get/.../FULLTEXT01
10. Anderson Janna Quitney Anderson, Lee Rainie(2010): **The future of social relations,**
 Washington : Pew Research Center's Internet & American Life Project
11. Anonymous (2011) : **do-virtual-communities-and-social-networks-enhance-andor-destroy-peoples'-relationships-in-reality,** [online]
<http://networkconference.netstudies.org/2011/05/do-virtual-communities-and-social-networks-enhance-andor-destroy-peoples%E2%80%99-relationships-in-reality/>
12. Antoci Angelo and al.(2010) **See you on Facebook:the effect of social networking on human interaction.** [online] http://mpa.ub.uni-muenchen.de/27661/1/MPRA_paper_27661.pdf
13. Bai Xue, Yao Oliver. (2010): **Facebook on campus: the use and friend formation in online social networks,**College of Business and Economics, Lehigh University,
[online] <http://ssrn.com/abstract=1535141>
14. Boyd Danah m., Nicole B. Ellison. (2010): **Social Network Sites; Definition, History and Scholarship, Journal of omputer Mediated Communication,** vol (13),(1)
[online] <http://icmc.indiana.edu/vol13issue1/boyd.ellison.html>
15. Boyd Danah.(2008)**Understanding Socio-Technical Phenomena in Web 2.0 Erea ;**
 Microsoft Research New England ; Combridge MA ; [online]
<http://www.danah.org/papers/talks/MSR-NE-2008.html>

16. C. Kinnelly Susan(2000). **problems and promises in the study of virtual community:A case Study, university of Pennsylvania,USA** : school of social works www.isoc.org/linet2000/cdproceedings/29/29-.1htm.
17. C. Kinnelly Susan(2000). **problems and promises in the study of virtual community:A case Study, university of Pennsylvania,USA** : school of social works [online] www.isoc.org/linet2000/cdproceedings/29/29-.1htm.
18. Cachia, Romina (2008):**Social Computing:Study on the Use and Impact of Online Social Networking** ;JRC scientific and technical reports. [online] ftp.jrc.es/EURdoc/JRC48650.pdf
19. Chou, Amy Y. Chou David C.. (2009):**Information System Characteristics And Social Network Software ,p336**. [online] www.swdsi.org/swdsi2009/Papers/9K02.pdf
20. Ebersole, Samuel (2000), Uses and Gratifications of the Web among Students, [online], <http://jcmc.indiana.edu/vol6/issue1/ebersole.html>
21. Gallion Augustin J. (2008) : **Applying the Uses and Gratifications . Theory to Social Networking Sites A Review of Related Literature** ; Indiana University, [online]http://ipfw.academia.edu/AugustinGallion/Papers/1130381/Applying_the_Uses_and_Gratifications_Theory_to_Social_Networking_Sites_A_Review_of_Related_Literature.
22. Huberman Bernardo A. and al (2008): **Social networks that matter: Twitter under the microscope**, Social Computing Lab, Cornell University, [online] http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1313405&http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1313405
23. Lober Jamie .(2011) :**are you addicted to facebook is the internet causing you to avoid the real life**, [online] <http://www.familytimemagazine.com/articles/AreYouAddictedToFacebookweb.pdf>
24. Magenot. rancois (2004):**analyse semio-pragmatique des forums pédagogiques sur Internet**, hyperlectures, cybertextes et méta-éditions,[en ligne] http://w3.u-grenoble3.fr/espace_pedagogique/Chap6-defis.pdf
25. N. Hampton Keith and al.(2011),**social networking sites and our lives**, Pew Research Center's Internet & American Life Project, [online] <http://pewinternet.org/Reports/2011/Technology-and-social-networks.aspx>

26. إحصائيات استخدام موقع "يوتيوب" تم استرجاعها بتاريخ 2011/05/25 من:

<http://searchenginewatch.com/article/2073962/New-YouTube-Statistics-48-Hours-of-Video-Uploaded-Per-Minute-3-Billion-Views-Per-Day>.27

27. إحصائيات استخدام "الفايسبوك" في العالم وفي الجزائر تم استرجاعها بتاريخ 2012/01/14 من

<http://www.socialbakers.com>

28. إحصائيات استخدام موقع "تويتر" تم استرجاعها بتاريخ 2012/01/15 من

[/ http://www.marketinggum.com/twitter-statistics-2011-updated-stats](http://www.marketinggum.com/twitter-statistics-2011-updated-stats)

29. إحصائيات استخدام الشبكات الاجتماعية استرجاعها بتاريخ 2012/01/24 من.

<http://thesocialskinny.com/100-social-media-statistics-for-2012>

30. إحصائيات موقع لينكدن تم استرجاعها بتاريخ 19.01.2012 من

<http://www.techopedia.com/definition/26940/linkedin-li>

31. إحصائيات الأنترنت في الجزائر تم استرجاعها بتاريخ 2012/04/05 من :

[/http://www.algerie360.com/algerie/internet-en-algerie-un-taux-de-penetration-de-13-4](http://www.algerie360.com/algerie/internet-en-algerie-un-taux-de-penetration-de-13-4)

32. ومن موقع اتصالات الجزائر بتاريخ: 2012/04/07

<http://www.algeriatelecom.dz/AR/?p=chiffres>

ملحق

Login



جامعة الحاج لخضر باتنة
قسم علوم الإعلام والاتصال

موضوع الرسالة:

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر

استمارة مقدمة في إطار تحضير رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال.

إشراف الدكتور:

بن زروق جمال

إعداد الطالبة :

نومار مريم نريمان

ملاحظة : الرجاء الإجابة على أسئلة الاستمارة بالشطب (X) على العبارة المناسبة ، نعلمكم أن الاستمارة توظف لغرض علمي بحت ، والمعلومات التي تدلون بها تبقى سرية . وشكرا

البيانات الشخصية:

- الجنس: ذكر أنثى
- السن : 15 25 26 36 37 فما فوق
-

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام "الفايسبوك"

1. منذ متى وأنت تستخدم "الفايسبوك"
 - منذ أقل من سنة
 - من سنة إلى ثلاث سنوات
 - أكثر من ثلاث سنوات
2. ما هو عدد الساعات التي تقضيها على شبكة "الفايسبوك" بشكل يومي؟ (إذا كنت تدخل بشكل متقطع ما مجموع الساعات اليومية على الموقع)
 - أقل من ساعة
 - من ساعة إلى ساعتين
 - من ساعتين إلى ثلاث ساعات
 - أكثر حددها
3. تتصفح حسابك في "الفايسبوك" في اليوم الواحد :
 - مرة واحدة
 - من مرتين إلى ثلاث مرات
 - أكثر من ثلاث مرات
4. ما هي الفترات المفضلة لديك لتصفح الفايسبوك ؟
 - صباحا (من الساعة 06 إلى الساعة 12)
 - مساء (من الساعة 12 إلى الساعة 18)
 - ليلا (من الساعة 18 إلى منتصف الليل)
 - هزيعا (من منتصف الليل إلى الساعة 6)
5. من أين تدخل لشبكة "الفايسبوك"
 - المنزل مقهى الأنترنت الجامعة مكان آخر حدده.....

6. حين تستخدم "الفايسبوك" هل تكون:

- لوحدك
- مع أصدقاءك
- مع أحد أفراد عائلتك
- أشخاص آخرين أذكرهم
- *أذكر السبب.....

7. ما هي خدمات "فايسبوك" المفضلة لديك

- مشاركة الصور
- مشاركة الروابط
- مشاركة الفيديو
- الألعاب
- الدردشة
- التطبيقات
- التعليقات
- أخرى تذكر

8. عندما تتصفح "الفايسبوك" فأنت غالباً:

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

9. كم عدد أصدقاءك في "الفايسبوك"

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

10. على أي أساس تختار أصدقاءك في "الفايسبوك"

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

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

- نعم لا

12. إذا كانت إجابتك نعم فهل هذه المجموعات

- سياسية
- اجتماعية
- ثقافية
- ترفيهية
- إعلامية
- أخرى.....

المحور الثاني: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام "الفايسبوك"

13. مالذي يدفعك إلى استخدام "الفايسبوك"

- الترفيه والتسلية التثقيف زيادة المعلومات والمعارف للتواصل مع الأصدقاء والأهل لتمضية الوقت للتعرف على أشخاص جدد للتعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية للهروب من الواقع للتخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي للتخلص من القلق والملل

14. هل تدخل إلى حسابك في "الفايسبوك" باسمك الحقيقي وباسم مستعار:

- تفضل استخدام اسمك الحقيقي تفضل استخدام اسم مستعار

15. إذا كنت تستخدم اسمك الحقيقي هل ذلك :

- حتى يجداك معارفك بسهولة
- حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك

أسباب أخرى تذكر.....

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

- رغبة التصرف بكل حرية في الموقع دون أن يتعرف عليك أحد
- الخوف من أن يتعرف الآخرون على هويتك الحقيقية
- رغبة منك في تلمص شخصية غير شخصيتك
- أسباب أخرى، اذكرها:.....

17. هل توافق على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء

- نعم لا

18. إذا كانت إجابتك بنعم فذلك بدافع..

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

19. ما هي الحاجات التي يلبّيها لك موقع "الفايسبوك"

- التنفيس والتعبير بكل حرية
- إشباع الفضول والحصول على معلومات
- الهروب من الواقع
- التواصل والتفاعل مع الآخرين

أخرى.....

20. ماهي الإشباعات الاجتماعية التي يحققها لك "الفايسبوك"

- ربط علاقات صداقة
- ربط علاقات مع الجنس الآخر
- إيجاد حلول لمشاكلك الاجتماعية

21. هل تثق بما يقدمه لك "الفايسبوك" :

- نعم، بشكل مطلق
- نعم، حسب صاحب المشاركة
- لا أثق بما يقدمه لي

22 هل تنوي مستقبلاً:

- أن تزيد من استخدامك لـ"الفايسبوك"
- أن تقلل من استخدامك لـ"الفايسبوك"
- أن تترك استخدامك لـ"الفايسبوك" كما هو
- أن تتوقف عن استخدام "الفايسبوك"

23 غيابك عن "الفايسبوك" لفترة يشعرك بـ:

- القلق والاضطراب
- الفراغ
- لا يشعرك بشيء

المحور الثالث: "الفايسبوك" والعلاقات الاجتماعية

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

الفهارس

Login



فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
51	تطور الشبكات الاجتماعية عبر الأنترنت	01
54	خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية	02
58	إحصائيات استخدام "الفايسبوك" في الجزائر حسب الجنس	03
58	إحصائيات استخدام الفايسبوك في الجزائر حسب السن	04
60	تضاعف عدد التغريدات "Tweets" في اليوم من 2007 إلى 2010	05
66	تطور ساعات الفيديوهاات التي يتم تنزيلها على يوتيوب في الدقيقة منذ 2007	06
67	تزايد عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية في العالم حسب السن والجنس	07
95	المجتمع الافتراضي	08
97	المواقع الافتراض	09
101	الشبكات الاجتماعية وتشكيل المجتمعات الافتراضية	10
109	العلاقات الافتراضية عبر الشبكات الاجتماعية ومستقبل العلاقات الاجتماعية	11

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يمثل توزيع العينة حسب الجنس والسن	20
02	الفروق بين العلاقات الأولية والعلاقات الثانوية	84
03	اهم الفروق بين المجتمع الطبيعي والمجتمع الطبيعي	98
04	الفروق بين العلاقات الاجتماعية والعلاقات الكلاسيكية	103
05	مدة استخدام المبحوثين لموقع "الفايسبوك"	110
06	يبيّن الوقت المستغرق في استخدام أفراد العينة لموقع "الفايسبوك"	111
07	يبيّن الوقت المستغرق في الاستخدام حسب متغير الجنس	112
08	يبيّن الوقت المستغرق في الاستخدام حسب متغير السن	113
09	عدد مرات تصفح أفراد العينة لموقع "الفايسبوك" في اليوم الواحد	114
10	يبيّن عدد مرات تصفح "الفايسبوك" في اليوم حسب متغيري السن والجنس	115
11	الفترات المفضلة لاستخدام "الفايسبوك" لدى أفراد العينة	116
12	يبيّن الأوقات المفضلة لاستخدام "الفايسبوك" حسب متغير الجنس	117
13	يبيّن الأوقات المفضلة لاستخدام "الفايسبوك" حسب متغير السن	118
14	أماكن استخدام أفراد العينة "للفايسبوك"	119
15	مع من يستخدم أفراد العينة "الفايسبوك"	120
16	يبيّن مع من يستخدم أفراد العينة "الفايسبوك" حسب متغير الجنس	121
17	يبيّن خدمات "فايسبوك" المفضلة لدى أفراد العينة	122
18	يبيّن خدمات "فايسبوك" المفضلة حسب متغير الجنس	123
19	يبيّن خدمات "فايسبوك" المفضلة حسب متغير السن	124
20	يبيّن أكثر خدمة يستخدمها أفراد العينة وقت تصفحهم "للفايسبوك"	125
21	يبيّن عدد أصدقاء أفراد العينة في موقع "الفايسبوك"	126
22	يبيّن عدد أصدقاء أفراد العينة على موقع "فايسبوك" حسب متغيري الجنس والسن	127
23	معايير اختيار أفراد العينة لأصدقائهم في موقع "الفايسبوك"	128
24	معايير اختيار أفراد العينة لأصدقائهم حسب متغيري السن والجنس	129

131	مشاركة افراد العينة في المجموعات	25
132	نوعية المجموعات التي يشارك فيها افراد العينة حسب متغيري الجنس والسن	26
134	دوافع استخدام أفراد العينة لـ"الفايسبوك"	27
136	دوافع استخدام أفراد العينة لموقع "الفايسبوك" حسب متغير الجنس	28
138	دوافع استخدام أفراد العينة للفايسبوك" حسب متغير السن	29
140	" " الهوية التي يدخل بها افراد العينة إلى	30
141	" حسب متغيري الجنس " " الهوية التي يدخل بها افراد العينة إلى	31
143	أفراد العينة للأسماء الحقيقية والمستعارة	32
145	أسباب استخدام الهوية الحقيقية حسب متغيري السن والجنس	34
146	أسباب استخدام الهوية المستعارة حسب متغيري السن والجنس	35
148		36
149		37
150		38
152		39
153	" " الحاجات التي يلبئها موقع	40
155	" " الحاجات التي يلبئها موقع	41
156	" " الحاجات التي يلبئها موقع " لأفراد العينة حسب متغير السن	42
157	" " التي يحققها	43
158	" " الإشباعات الاجتماعية التي يحققها موقع	44
159	" " ثقة أفراد العينة فيما يقدمه لهم موقع	45
160	" "	46
161	" "	47
	متغيري السن والجنس	
162	يبين شعور أفراد العينة في حال عدم استخدامهم للموقع	48
164	يبين شعور ذكور وإناث العينة في حال غيابهم عن الموقع	49
165	يبين شعور افراد العينة اثناء غيابهم عن استخدام الموقع حسب متغير السن	50

180	" في الاتصال الشخصي وجها لوجه	" متعلق بتأثير الاتصال عبر "	51
188	" في التفاعل الاجتماعي لأفراد	" متعلق بتأثير استخدام "	52
196		" "	53
203		" وتأثيره "	54

فهرس المحتويات

مقدمة.....	٤
I. الإطار المنهجي للدراسة	
1. إشكالية الدراسة	04.....
2	06
1.2	06.....
2.2	07.....
3.2	07
4.2	08
5.2	08.....
6.2	09.....
7.2.العلاقات الافتراضية	09.....
8.2	09.....
9.2	10.....
3	10
1.3	10.....
2.3	11.....
4	11
1.4	12.....

12.....	2.4
12.....	.5
13.....	.6
14..... أدوات جمع البيانات	.7
14.....	1.7
15.....	2.7
19..... مجتمع وعينة الدراسة	-8
21.....	.9
21.....	1.9
24.....	2.9
27.....	3.9
30.....	4.9
33..... الإطار النظري للدراسة	II
33.....	.1
35.....	.2
37..... تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في الاتصال الرقمي	.3
38..... تطبيق الاستخدامات والإشباع في دراسات استخدام مواقع الشبكات الاجتم	.4

الفصل الثاني: مواقع الشبكات الاجتماعية واستخداماتها

43.....	تمهيد
44.....	I . ماهية مواقع الشبكات الاجتماعية
44.....	1.
47.....	2.
52.....	3.
55.....	II . أهم مواقع الشبكات الاجتماعية
55.....	1. Facebook.com
59.....	2. موقع تويتر Twitter.com
61.....	3. linkedin.com
62.....	4. flickr.com:
64.....	5. Youtube
68.....	III . استخدامات الشبكات الاجتماعية والقضايا التي تثيرها
68.....	1.
70.....	2. القضايا التي يثيرها استخدام الشبكات
70.....	. الهوية
72.....	.
75.....	.

الفصل الثالث : المجتمعات الافتراضية والعلاقات الاجتماعية

78.....	تمهيد
79.....	I. مفهوم العلاقات الاجتماعية وأنواعها
79.....	1.
82.....	2.
83.....	3.
83.....	1.3
84.....	2.3
85.....	II. المجتمعات الافتراضية المفهوم والخصائص
86.....	1.
88.....	2. تعريف المجتمع الافتراضي
92.....	3. خصائص المجتمعات الافتراضية
96.....	4. الفوارق بين المجتمع الطبيعي والمجتمع الافتراضي
99.....	III. العلاقات الاجتماعية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية
100.....	1. الشبكات الاجتماعية وتشكيل المجتمعات الافتراضية
102.....	2. الفوارق بين العلاقات الافتراضية والعلاقات الكلاسيكية
104.....	3. العلاقات الافتراضية عبر الشبكات الاجتماعية ومستقبل العلاقات الاجتماعية التقليدية
	1.3. الاتجاه : الاتصال عبر الأنترنت
105.....	

2.3. الاتجاه الثاني: الاتصال عبر الأنترنت و

107.....

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

110..... I

134..... II. الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الفايسبوك

167..... III

167..... 1. البعد المتعلق بتأثير الاتصال عبر الفايسبوك في الاتصال الشخصي وجها لوجه

2. البعد المتعلق بتأثير استخدام الفايسبوك على التفاعل الاجتماعي لأفراد

181.....

189..... 3

196..... 4. البعد المتعلق باستخدام الفايسبوك وتشيريه على الانتماء الا

204..... نتائج الدراسة

213.....

217.....

226.....

233.....

234.....

237.....