الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة -03-
كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري
قسم الصحافة

الرقم التسلسلي:.....

رقم التسجيل:.....

دور الشبكات الاجتماعية في مجال العلاقات الاجتماعية

-دراسة مسحية على عينة من مستخدمي الفايسبوك-

أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال

تخصص وسائل الإعلام والمجتمع

من إعداد الطالبة:
الخامسة رمضان

تحت إشراف:
أ/د ليلى بن لطرش

تاريخ المناقشة: 2018/06/27

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة	الجامعة
أ.د/ جمال العيفة	أستاذ	رئيسا	جامعة عنابة
أ.د/ ليلى بن لطرش	أستاذ	مشرفا ومقررا	جامعة قسنطينة 3
د/ رضوان بلخيري	أستاذ محاضر أ	عضوا مناقشا	جامعة تبسة
د/ شمس ضيات خلفلاوي	أستاذ محاضر أ	عضوا مناقشا	جامعة عنابة
د/ ميلود مراد	أستاذ محاضر أ	عضوا مناقشا	جامعة قسنطينة 3
د/ رفيق بوزانة	أستاذ محاضر أ	عضوا مناقشا	جامعة قسنطينة 3

السنة الجامعية:2017 / 2018

شكر وعرفان

الشكر والحمد لله الذي وفقني لإتمام هذا العمل وما توفيقي إلا بالله
فالحمد لله على فضله ونعمه

أتقدّم بفائق الشّكر وخالص التّقدير والاحترام إلى الأستاذة المشرفة أ.د "ليلى بن لطرش"، لقبولها الإشراف على هذا العمل، ولمتابعتها لكل خطواته منذ بدايته إلى أن رأى النور، وعلى النّصائح السّديدة والمعلومات القيّمة التي لم تبخل بها علينا.

وشكر خاص للأستاذ الدكتور جمال العيفة والدكتور ميلود مراد على كل ماقدماه لي من توجيه وتشجيع فلهما مني كل التقدير والاحترام

والشكر أيضا للجنة الفاضلة التي شرفتنا بقبولها مناقشة هذا العمل

وكل عمال مكتبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة بسكرة وعلى رأسهم محافظ المكتبة السيد بلقاسم بوذيبة

وكل من ساهم في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد....

فهرس المحتويات:.....

العنوان	الصفحة
فهرس المحتويات	04
فهرس الجداول	07
فهرس الأشكال	11
ملخص الأطروحة	13
مقدمة	أ
الإطـار المنهـجي للدراسة	
1-تحديد الإشكالية	23
2-أسباب الدراسة	28
3- أهداف الدراسة	29
4- أهمـــية الدراسة	30
5- الـدراســـات السابقــة والمشـابهة:	31
-الدراسات الأجنبية	31
-الدراسات العربية	37
-الدراسات الجزائرية	44
6- تحديد مفاهيم الدراسة	51
7-منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات	54
8- مجتمع الدراسة وعينته	58
9- المداخل النظرية للدراسة	61
1-الإستخدامات والأشباعات	62
2- نظرية الحضور الاجتماعي	65
3-نظرية التفاعلية الرمزية	69
الإطـــار النظـري للدراسة	
الفصل الأول: الويب 2.0 وظهور الشبكات الاجتماعية	
المبحث الأول: الجيل الثاني للويب "Web 2.0" مفهومه، خصائصه، وأشهر تطبيقاته	77
المطلب الأول: مفهوم الجيل الثاني للإنترنت "ويب 2.0" "Web 2.0"	77
المطلب الثاني: "ويب 2.0"...الخصائص والإضافات	81
المطلب الثالث: نماذج عن أشهر تطبيقات ويب 2.0 (Web 2.0):	87
المبحث الثاني: الشبكات الاجتماعية وتعميق البعد الاجتماعي لشبكة الإنترنت	98

فهرس المحتويات:.....

المطلب الأول: مفهوم الشبكات الاجتماعية	98
المطلب الثاني: خصائص الشبكات الاجتماعية	103
المطلب الثالث: نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية	112
المبحث الثالث: نماذج عن اشهر الشبكات الاجتماعية	117
المطلب الأول: موقع فـايسبوك "Facebook"	117
المطلب الثاني: موقع "مـاي سبيس" "My Space	122
المطلب الثالث: موقع يـوتيوب "Youtube"	125
الفصل الثاني: المجتمع الافتراضي ونمط العلاقات الاجتماعية	
المبحث الأول: العلاقات الاجتماعية..المفهوم والخصائص	131
المطلب الأول: مفهوم العلاقات الاجتماعية	131
المطلب الثاني: خصائص العلاقات الاجتماعية	134
المطلب الثالث: أنواع العلاقات الاجتماعية	138
المبحث الثاني: العلاقات الافتراضية..المفهوم والخصائص	147
المطلب الأول: مفهوم العلاقات الافتراضية	147
المطلب الثاني: خصائص العلاقات الافتراضية	150
االمطلب الثالث: العلاقات الافتراضية والواقعية..نقاط الاشتراك والاختلاف	156
المبحث الثالث: المجتمع الافتراضي	161
المطلب الأول: مفهوم المجتمع الافتراضي	161
المطلب الثاني: خصائص المجتمع الافتراضي	165
المطلب الثالث: الفرق بين المجتمع الافتراضي والواقعي	169
الفصل الثالث: الأبعاد الاجتماعية والثقافية لإعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية	
المبحث الأول: الشباب وثقافة الإنترنت	175
المطلب الأول: ملامح ثقافة الإنترنت	175
المطلب الثاني: الشباب.. الخصائص والحاجات	180
المطلب الثالث: ثقافة الشباب وثقافة الإنترنت	187
المبحث الثاني: الهوية الافتراضية ونمط العلاقات الاجتماعية	191
المطلب الأول: مفهوم الهوية الافتراضية	191
المطلب الثالث: الهوية الافتراضية والتعبير عن الذات	194
المطلب الثالث: الهوية الافتراضية والتفاعل مع الآخرين	198
المبحث الثالث: التفاعل الافتراضي ونمط العلاقات الاجتماعية	202

فهرس المحتويات:.....

المطلب الأول: لغة الإنترنت	202
المطلب الثاني: الشبكات الاجتماعية ونمط العلاقات الاجتماعية	205
المطلب الثالث: الانعكاسات الثقافية والاجتماعية للشبكات الاجتماعية على الإنترنت	212
الإطار التطبيقي للدراسة: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية	
المبحث الأول: طبيعة العلاقات الافتراضية السائدة عند الشباب الجزائري على الفايسبوك	233
المبحث الثاني: مساهمة الهوية الافتراضية في إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية عند الشباب الجزائري	270
المبحث الثالث: العلاقة بين التفاعل الافتراضي وإعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية عند الشباب الجزائري	315
الاستنتاجات العامة للدراسة	360
مناقشة فروض الدراسة	369
الخاتمة	372
قائمة المراجع	375
الملاحق	393

فهرس الجداول:.....

الرقم	العنـوان	الصفحة
01	الفرق بين لحضور الاجتماعي عبر الاتصال الشخصي والحضور الاجتماعي عبر الإنترنت	69
02	الاختلافات بين ويب 1.0 (Web 1.0) وويب 2.0 (Web 2.0)	86
03	الفرق بين العلاقات الاجتماعية الواقعية (التقليدية)، والعلاقات الافتراضية	160
04	توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.	229
05	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.	230
06	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مستوى التعليم.	232
07	استخدام الفايسبوك في التفاعل مع الآخرين.	233
08	الفايسبوك في التفاعل مع الآخرين تبعا للمستوى التعليمي.	237
09	مدة استخدام الفايسبوك	239
10	أسباب استخدام الفيسبوك.	241
11	أسباب استخدام الفايسبوك تبعا للجنس.	244
12	أسباب استخدام الفايسبوك تبعا لمتغير المستوى التعليمي.	246
13	مدى نجاح الفايسبوك في مجال العلاقات الاجتماعية.	248
14	مدى نجاح الفايسبوك في مجال العلاقات الاجتماعية تبعا لمتغير الجنس.	250
15	مدى نجاح الفايسبوك في مجال العلاقات الاجتماعية تبعا لمتغير المستوى.	252
16	الأصدقاء الذين يتواصل معهم أفراد العينة.	254
17	الأشخاص الذين يتفاعل معهم أفراد العينة بشكل دائم	255
18	الأسلوب المفضل للتفاعل مع الآخرين على الفايسبوك	257
19	التفاعل مع المنشورات على الفايسبوك	259
20	المنشورات المتفاعل معها أكثر من غيرها على الفايسبوك	260

21	أساس التفاعل مع منشورات الأصدقاء	262
22	أساس التفاعل مع منشورات الأصدقاء تبعا لمتغير المستوى التعليمي.	263
23	اللغة المستخدمة في التفاعل على الفايسبوك	265
24	اللغة المستخدمة في التفاعل على الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس..	267
25	المقارنة بين الشخصية الواقعية والافتراضية.	270
26	المعلومات الشخصية الحقيقية المتاحة على الفايسبوك	271
27	نوع الهوية الافتراضية على الفايسبوك	273
28	نوع الهوية الافتراضية على الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس	275
29	نوع الهوية الافتراضية على الفايسبوك تبعا لمتغير السن.	278
30	عدد حسابات الفايسبوك لدى أفراد العينة	280
31	عدد حسابات الفايسبوك لدى أفراد العينة تبعا لمتغير الجنس.	282
32	عدد حسابات الفايسبوك لدى أفراد العينة تبعا لمتغير المستوى التعليمي:	283
33	طبيعة الهوية الافتراضية لمن يملكون أكثر من حساب	285
34	طبيعة المنشورات على الفايسبوك	286
35	طبيعة المنشورات على الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس	288
36	طبيعة المنشورات على الفايسبوك تبعا لمتغير المستوى التعليمي	290
37	تقييم المبحوث لتفاعل أصدقائه مع منشوراته	292
38	كيفية التعامل مع مجتمع الفايسبوك	293
39	كيفية التعامل مع الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس.	294
40	التعامل مع مجتمع الفايسبوك تبعا لمتغير السن.	296
41	مناقشة تفاصيل الحياة والخصوصيات مع الأصدقاء على الفايسبوك	298

42	الأشخاص الذين يناقش معهم أفراد العينة تفاصيل حياتهم وخصوصياتهم على الفايسبوك	299
43	الموافقة على طلبات الصداقة.	300
44	الموافقة على طلبات الصداقة تبعا لمتغير الجنس	301
45	الموافقة على طلبات الصداقة تبعا لمتغير المستوى التعليمي	303
46	معايير قبول طلبات الصداقة	304
47	معايير قبول طلبات الصداقة تبعا لمتغير الجنس.	306
48	معايير قبول طلبات الصداقة تبعا لمتغير المستوى التعليمي.	307
49	إرسال طلبات صداقة لأشخاص غرباء	309
50	إرسال طلبات صداقة لأشخاص غرباء تبعا لمتغير الجنس.	310
51	أسباب إرسال طلبات الصداقة إلى أشخاص غرباء	311
52	مدى رفض التفاعل مع ذوي الهويات الوهمية	312
53	أسباب عدم التفاعل مع ذوي الهويات الوهمية	314
54	المقارنة بين العلاقات الافتراضية والواقعية	315
55	تأثير الفايسبوك على العلاقات الواقعية	317
56	طبيعة تأثير الفايسبوك على العلاقات الواقعية	319
57	إمكانية تحول أحد العلاقات الافتراضية إلى واقعية	322
58	إمكانية تحول أحد العلاقات الافتراضية إلى واقعية تبعا لمتغير الجنس	324
59	إمكانية تحول أحد العلاقات الافتراضية إلى واقعية تبعا لمتغير السن.	326
60	طبيعة العلاقات الإفتراضية التي تحولت إلى واقعية	328
61	ما وفرته العلاقات الافتراضية لأفراد العينة	330
62	مدى تأثير الفايسبوك العلاقات الأسرية	332

63	طبيعة تأثير الفايسبوك على العلاقات الافتراضية	333
64	تواجد أفراد الأسرة كأصدقاء على الفايسبوك	334
65	تواجد أفراد الأسرة كأصدقاء على الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس.	335
66	تواجد أفراد الأسرة كأصدقاء على الفايسبوك تبعا لمتغير المستوى التعليمي.	337
67	أفراد العائلة الأكثر تواجدا على قائمة الأصدقاء	338
68	أسباب عدم تواجد أفراد الأسرة كأصدقاء على الفايسبوك	339
69	إذا كان الفايسبوك يغني عن اللقاء الواقعي بالأشخاص	341
70	إمكانية استخدام الفايسبوك في المناسبات الدينية والاجتماعية	342
71	متابعة المنشورات وتعليقات الأصدقاء عليها	344
72	ردود فعل المبحوثين على تعليقات أصدقائهم	345
73	تعرض أفراد العينة لإزعاج من أصدقائهم على فايسبوك.	347
74	تعرض أفراد العينة لإزعاج من أصدقائهم على فايسبوك تبعا لمتغير الجنس.	349
75	تعرض أفراد العينة لإزعاج من أصدقائهم على فايسبوك تبعا لمتغير السن.	351
76	نوع الإزعاج الذي تعرّض له أفراد العيّنة	352
77	رد فعل أفراد العينة الذين تعرضوا للإزعاج .	354
78	إمكانية الاستغناء عن الفايسبوك مستقبلا	355
79	أسباب عدم الاستغناء عن الفايسبوك مستقبلا	356

فهرس الأشكال:.....

الرقم	الموضوع	الصفحة
01	الدرجات الست للانفصال	110
02	سنوات ظهور أبرز مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وتطورها	116
03	العلاقة بين المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي	172
04	أنواع العلاقات الاجتماعية بعد دخول الشبكات الاجتماعية والإنترنت عموما	211
05	توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	230
06	توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.	231
07	توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير مستوى التعليم.	233
08	استخدام الفايسبوك في التفاعل مع الآخرين تبعا لمتغير المستوى التعليمي.	238
09	أسباب استخدام الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس.	246
10	أسباب استخدام الفايسبوك تبعا لمتغير المستوى التعليمي.	247
11	نجاح الفايسبوك في مجال العلاقات الاجتماعية تبعا لمتغير الجنس.	251
12	نجاح الفايسبوك في مجال العلاقات الاجتماعية تبعا لمتغير المستوى التعليمي	253
13	أساس التفاعل مع منشورات الأصدقاء تبعا لمتغير المستوى التعليمي.	264
14	اللغة المستخدمة في التفاعل على الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس	269
15	نوع الهوية الافتراضية على الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس.	277
16	نوع الهوية الافتراضية على الفايسبوك تبعا لمتغير السن.	280
17	عدد حسابات الفايسبوك لدى أفراد العينة تبعا لمتغير الجنس.	283
18	عدد حسابات الفايسبوك لدى أفراد العينة تبعا لمتغير المستوى التعليمي	284
19	طبيعة المنشورات على الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس	289
20	طبيعة المنشورات على الفايسبوك تبعا لمتغير المستوى التعليمي	291

21	كيفية التعامل مع الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس.	295
22	التعامل مع مجتمع الفايسبوك تبعا لمتغير السن.	297
23	الموافقة على طلبات الصداقة تبعا لمتغير الجنس.	302
24	الموافقة على طلبات الصداقة تبعا لمتغير المستوى التعليمي	304
25	معايير قبول طلبات الصداقة تبعا لمتغير الجنس.	307
26	معايير قبول طلبات الصداقة تبعا لمتغير المستوى التعليمي.	308
27	إرسال طلبات صداقة لأشخاص غرباء تبعا لمتغير الجنس.	311
28	إمكانية تحول أحد العلاقات الافتراضية إلى واقعية تبعا لمتغير الجنس	326
29	إمكانية تحول أحد العلاقات الافتراضية إلى واقعية تبعا لمتغير السن.	327
30	تواجد أفراد الأسرة كأصدقاء على الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس.	336
31	تواجد أفراد الأسرة كأصدقاء على الفايسبوك تبعا لمتغير المستوى التعليمي.	338
32	أسباب عدم تواجد أفراد الأسرة كأصدقاء على الفايسبوك	340
33	ردود فعل المبحوثين على تعليقات أصدقائهم	347
34	تعرض أفراد العينة لإزعاج من أصدقائهم على فايسبوك تبعا لمتغير الجنس.	350
35	تعرض أفراد العينة لإزعاج من أصدقائهم على فايسبوك تبعا لمتغير السن.	352
36	نوع الإزعاج الذي تعرّض له أفراد العيّنة	354
37	رد فعل أفراد العينة الذين تعرضوا للإزعاج .	355
38	أسباب عدم الاستغناء عن الفايسبوك مستقبلا	358

الملخص:.....

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور الشبكات الاجتماعية في مجال إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية، حيث حظيت الشبكات الاجتماعية في الآونة الأخيرة بشعبية كبيرة لدى المستخدمين خاصة الشباب منهم، وأصبحت تمثل أداة اجتماعية بامتياز تمكن الأفراد من التفاعل فيما بينهم، وتكوين العلاقات الاجتماعية، وقد خلق استخدام الشبكات الاجتماعية تغيرا جذريا في شكل العلاقات الاجتماعية، وأدى إلى ظهور أنماط لم تكن موجودة سابقا.

لقد أتاحت الشبكات الاجتماعية للشباب فرصة الإنتماء إلى مجتمعات افتراضية، تتميز بقدر كبير من الانفتاح والتحرر من كل أشكال القيود، حيث سمحت لهم بالتواصل بعيدا عن متغيرات العلاقات الواقعية كالسن والجنس والمستوى التعليمي...، فقد أدى ظهور الشبكات الاجتماعية إلى امتزاج العلاقات الواقعية والافتراضية وأصبح من الصعب إيجاد حدود فاصلة بين النمطين.

ونظرا لكون الدراسة تهدف إلى وصف ظاهرة الشبكات الاجتماعية ودورها في إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية والتعمق فيها أكثر والتعرف عليها، فهي بهذا تنتمي إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى التعرف أكثر على الظاهرة وإلقاء الضوء على مختلف جوانبها للحصول على معلومات كافية ودقيقة تساعد في الوصول إلى تعميمات حول الظاهرة محل الدراسة.

ولقد اعتمدنا في دراستنا على منهج المسح الاجتماعي، واستخدمنا أداتي الملاحظة والاستمارة لجمع البيانات، ونظرا لضخامة مجتمع البحث المتاح (الشباب المستخدم للفايسبوك ببلدية بسكرة)، فإننا لجأنا إلى المسح عن طريق العينة، والعينة المناسبة لدراستنا هي من نوع العينة المساحية الحصصية، ولقد توصلنا من خلال دراستنا إلى النتائج التالية:

الملخص:.....

-أصبح الفايسبوك بمثابة مجتمع بديل عن المجتمع الواقعي، حيث يستخدمه أغلبية أفراد العينة في التواصل مع الآخرين وربط العلاقات الاجتماعية، كما أجاب غالبية أفراد العينة أن الدردشة تمثل السبب الرئيسي لاستخدامه.

-يرى أغلبية أفراد العينة أن الفايسبوك مجرد أداة للتسلية والتفريغ، ونسبة أخرى منهم ترى أن الفايسبوك ناجح في تقوية العلاقات الاجتماعية الحقيقية.

-أجاب اغلب أفراد العينة أن النسبة الأكبر من منشوراتهم تتمثل في الصور التي تعبر عن حالاتهم النفسية وانفعالاتهم، ثم أفكارهم وآرائهم الشخصية في المرتبة الثانية، ولعل هذا ما يوضح غلبة الجانب الترفيهي في استخدام الفايسبوك عند الشباب الجزائري.

-أجابت النسبة الأكبر من أفراد العينة أن شخصيتهم الافتراضية أكثر مثالية من شخصيتهم الواقعية، وهذا يعود لخصائص المجتمعات الافتراضية وما يميزها من تماهي الحضور الفيزيقي للفرد، فيحاول الفرد الظهور خلف بروفايل افتراضي في صورة منمقة ومثالية.

-يعتبر أغلبية أفراد العينة أن المعرفة الشخصية الواقعية هي أهم معيار لقبول طلب الصداقة على الفايسبوك، ثم توفر بيانات حقيقية على صفحة طالب الصداقة.

-ترى النسبة الأكبر من أفراد العينة أن الفايسبوك قد أثّر على علاقاتهم الواقعية، وأنّ نسبة كبيرة منهم قد سبق وتحولت أحد علاقاتهم الافتراضية إلى علاقة واقعية.

Abstract:……....

The aim of this study is to uncover the role of social networks in the field of reshaping the pattern of social relations. Recently, social networks have become so popular among users, especially young people, and have become a social tool with excellence that enables individuals to interact with each other and form social relationships. The use of social networks radically changed the form of social relationships, and led to the emergence of patterns which did not exist previously.

Social networks have provided young people with the opportunity to join virtual communities, characterized by a great deal of openness and freedom from all forms of restrictions, allowing them to communicate away from the changes of real relationships such as age, sex, and educational level ... The emergence of social networks has brought together real and virtual relationships making it difficult to find a dividing line between the two patterns. This study attempts to dive deep in the pattern of relationships restructured by the emergence of social networks.

As the current study aims at describing the phenomenon of social networks and their role in restructuring the pattern of social relations and deepening our understanding of it, it is, therefore, classified under the descriptive studies which aim to learn more about the phenomenon and shed light on its various aspects to obtain sufficient and accurate information to help in generalizations about the phenomenon under study.

We adopted in this study the social survey method depending on both the questionnaire and the observation as research tools, we used district survey sample, and quota sample, Our study showed the following results:

- Facebook has become an alternative society for the real community which majority of the sample used to communicate with others and link social relations, and the majority of respondents said that chat is the main reason for using it.

- The majority of respondents believe that Facebook is just a tool for entertainment and unloading, while others believe that Facebook is successful in strengthening the real social relations.

- Most of the sample respondents said that the majority of their publications are in pictures that express their mental states and emotions, and then their thoughts and personal opinions in

second place. This may explain the predominance of the entertainment aspect in the use of Facebook among young Algerians.

- The majority of the sample respondents said that their virtual personality is more ideal than their real personality. This is due to the characteristics of the virtual societies and their distinguishing characteristic of the physical presence of the individual. The individual tries to appear behind a virtual profile in an elegant and idealistic picture.

- The majority of the sample considers personal knowledge as the most important criterion for accepting friendship request on Facebook to an extent, and then the availability of real data on the page friendship seeker.

-The great majority of respondents consider that Facebook has already affected their real relationships, and that a high percentage of them said that Facebook has already led to one of their virtual relationships to turn into real with a higher percentage among males than females.

Résumé:…….

Cette étude a pour objectif de révéler le rôle des réseaux sociaux dans le domaine de restructuration du modèle des relations sociales. Les réseaux sociaux jouissent actuellement auprès des jeunes d'une grande popularité, ils sont devenus l'outil qui facilite l'interaction entre les individus et réussit à construire tout un réseau de relations sociales et contribue ainsi à changer radicalement la forme et la nature des relations sociales permettant l'émergence d'un nouveau model de relation qui n'existait pas auparavant.

Les réseaux sociaux ont permis aux jeunes d'une part de réaliser une appartenance à des communautés virtuelles caractérisées par un important degré d'ouverture et d'autre part de se libérer de toutes les formes de restrictions et de communiquer sans tenir compte des normes sociales réelles telles que l'âge ,le sexe ou le niveau culturel. L'apparition des réseaux sociaux a créé un mélange de relations réelles et de relations virtuelles où il devient difficile de trouver une frontière qui sépare les deux formes de relations.

Compte tenu du fait que l'étude vise à décrire et d'analyser le phénomène des réseaux sociaux et leur rôle dans la reconstruction du modèle des relations sociales, elle rentre dans le cadre des études descriptives qui visent a mieux cerner ce phénomène ,et a en apprendre davantage sur ces différents aspects pour obtenir des informations suffisantes et précises permettant la généralisations sur le phénomène étudier.

Nous avons adopté pour notre étude la méthodologie de l'enquête, et nous avons utilisé les outils d'observation et le « questionnaire » formulaire de collecte de données, compte tenu de la taille de la communauté de recherche disponible (les jeunes qui utilisent Facebook dans la municipalité de Biskra), nous avons utilisé un échantillon d'enquête de district, et l'échantillon de quota, qui a permis d'arriver aux résultats suivants:

-Facebook est devenu comme un substitut à la véritable société réelle, la majorité des personnes interrogés l'utilisent pour communiquer et lier des relations sociales. « Chatter » est la principale raison qui les poussent á utiliser cette interface selon la majorité des personne interrogés.

-La majorité des personnes interrogées pensent que Facebook n'est qu'un outil de divertissement et de défoulement, quand d'autres pensent que Facebook a réussi à renforcer aussi des relations sociales réelles.

Résumé:…….

-La plupart des répondants affirment que la majorité de leurs publications sont composées de photos ou images qui reflètent leurs états mentaux et leurs émotions, ensuite viennent des publications contenant leurs idées et leurs opinions, ce qui explique la prédominance du divertissement dans l'utilisation de Facebook par la jeunesse algérienne.

-Le plus grand pourcentage de répondants pensent que leur personnalité virtuelle est une personnalité idéale et parfaite et différente de leur personnalité réelle, cela est dû aux caractéristiques des communautés virtuelles où l'on se crée un profil et une image idéale et ou l' individu tente d'apparaitre derrière une image idéalisée.

- La majorité des personnes interrogées pensent que la connaissance personnelle du demandeur d'amitié est le critère le plus important pour accepter une demande d'amitié sur Facebook, et alors fournir des données réelles du demandeur sur sa page.

- Le plus grand pourcentage de répondants croit que Facebook a influencé leurs relations réelles, et une grande partie d'entre eux affirment avoir déjà changé ou transformé une de leur relation virtuelle en une relation réelle.

شهد العالم في العصر الحالي أكبر موجة تطور تكنولوجي أدّت إلى حدوث ثورة مست مختلف المجالات، وانعكست على أنماط الحياة الإنسانية، وقد جاء هذا التطور نتيجة بحث إنساني نتج عن امتزاج ثلاث ثورات هي ثورة المعلومات ثم ثورة وسائل الاتصال المتمثلة في تقنيات الاتصال الحديثة، وأخيراً ثورة الحاسبات، ومثّل ظهور الانترنت في هذا الإطار نقطة التحول في تاريخ البشرية.

وقد عرفت الانترنت منذ ظهورها شعبية متزايدة ورواجا جماهيريا كبيرا، استقطبت من خلاله مختلف أصناف الجماهير ووفرت لهم مختلف المحتويات التي تشبع حاجاتهم، وترضي طموحاتهم، وقد اجتاحت الإنترنت في عالمنا اليوم حياة الأفراد والشعوب وأثرت على مختلف مجالاتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية...، وأصبحت هذه التأثيرات واضحة للعيان، لا سيما مع ما عرفته من تطور على مستوى شبكة الويب، حيث أدى ظهور الجيل الثاني للويب إلى ظهور مجموعة من التطبيقات التي أحدثت ثورة حقيقية على مستوى الكثير من المفاهيم السائدة، وألغت الاتجاه الخطي في نشر وصناعة المعلومة الذي ميز الانترنت في بدايتها، وحولت الشبكة إلى منصة تتدفق فيها المعلومات في كل الاتجاهات، مما أتاح للمستخدم أن يكون صانعا وناشرا للمعلومة، لا مجرد متلقي لها.

ورغم تعدد وتنوع تطبيقات الجيل الثاني للويب إلا أن الشبكات الاجتماعية تعد أكثرها رواجا وشعبية، لما وفرته للمستخدمين من خدمات، مختزلة بذلك كل أشكال المسافات، والحدود الجغرافية، حيث وفرت للمستخدم عالما خاصا به، يضاهي ذلك الموجود في الواقع ولكن في شكل افتراضي، كل هذا أعطى وجها جديد لعمليات الاتصال والتواصل، وأدى إلى ظهور أشكال جديدة للعلاقات الاجتماعية لم تكن موجودة سابقا، تتم في مجتمعات افتراضية، مما أثر على العلاقات الاجتماعية وطرق التواصل بين الأفراد، حيث أدى إلى تقليص مساحات اللقاء الواقعي وجها لوجه، لصالح اللقاء عن طريق شاشة الجهاز، وإن حدث لقاء فنجد نفس هذا الجهاز يأخذ أكبر حيز من الاهتمام، الأجساد متقاربة لكن كل يعيش في عالمه، لا بل في شبكته الاجتماعية.

في الوقت الذي نلاحظ فيه تراجعا للعلاقات الاجتماعية، بل حتى الأسرية منها، تجد الفرد لا يبتعد عن هاتفه للحظات فتصفح شبكته المفضلة أصبح فعلا لا إراديا، يبحر معه في فضاءات افتراضية قد تكون مكملة أو في بعض الأحيان بديلة للواقعية.

تتيح الشبكات الاجتماعية للفرد أن يكتب، ينتج، ينشر، ويتفاعل مع غيره دون أي شكل من أشكال الرقابة، بل إن الفرد يتمتع في هذه الشبكات بقدر كبير من الحرية والديمقراطية، وحتى التحكم في مكونات هويته وخصائصه الجسمانية ومكانته الاجتماعية ومستواه العلمي، فالشبكات الاجتماعية تتيح للفرد خاصية التماهي والاختفاء، أو الظهور بالصورة والشكل الذي يريد، وبالخصائص والسمات التي يراها مناسبة له، كل هذه الفرص المتاحة للفرد استقطبت الملايين بل الملايير (حيث تجاوز مستخدموا الشبكات الاجتماعية الـ3 ملايير) على مستوى العالم وشكلت ظاهرة فريدة غير مسبوقة.

ولا شك أن الفايسبوك يمثل أشهر هذه الشبكات الاجتماعية، وأكثرها شعبية، نظرا لما يتميز به من خصائص، وما يوفره من خدمات حيث يشكل تجمعا لأكبر دولة موازية، نظرا للكم الهائل من المستخدمين للموقع خاصة الشباب منهم، الذين أكثر الفئات استخداما للموقع، وقد عرف الموقع رواجا في الدول العربية والجزائر بشكل خاص، حيث يعرف عدد مستخدمي الموقع نموا كبيرا وغير مسبوق، كما أصبح الفضاء الافتراضي يشغل مساحات مهمة في حياة الأفراد، بل انّه اثر حتى على التواصل الواقعي، وعلى العلاقات وجها لوجه، بحيث لم تعد هناك نقاط فصل بين ما هو واقعي وما هو افتراضي، فهو يوفر إمكانية الاتصال الشخصي من خلال المحادثات الشخصية المباشرة بالصوت والصورة، وما يتيحه ذلك من تفاعل ورجع صدى بين طرفي العملية الاتصالية، ومن هنا فلا شك أن لهذا النمط الاتصالي الجديد تداعياته على العلاقات الاجتماعية.

ومن هنا جاء اختيارنا لهذه الدراسة التي تتمحور حول دور الشبكات الاجتماعية في إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية، محاولين الغوص في هذا المجال الذي يعرف نقصا فادحا في الدراسات، من أجل التعرف على نمط العلاقات الاجتماعية بعد ظهور الشبكات الاجتماعية، ولمعالجة هذه الإشكالية جاءت خطة دراستنا كالتالي:

الإطار المنهجي: وتناولنا فيه إشكالية الدراسة متضمنة التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية، بالإضافة إلى أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، تحديد المفاهيم، طبيعة الدراسة والمنهج المستخدم وأدواته، عينة الدراسة، المداخل النظرية للدراسة، الدراسات السابقة والمشابهة.

الإطار النظري: جاء في فصلين تناولنا في الفصل الأول الجيل الثاني للويب "Web 2.0" والشبكات الاجتماعية على الإنترنت من خلال إلقاء نظرة على الجيل الأول للويب في المبحث الأول، وفي المبحث الثاني تطرقنا إلى الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، ثم تناولنا في المبحث الثالث نماذج عن أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية، أما في الفصل الثاني فقد حاولنا الغوص في المجتمع الافتراضي ونمط العلاقات الاجتماعية، تناولنا في المبحث الاول العلاقات الاجتماعية، وتمحور المبحث الثاني حول العلاقات الافتراضية، والمبحث الثالث حول المجتمع الافتراضي، والفصل الثالث تضمن ثلاث مباحث تمحور الأول حول ثقافة الانترنت وتأثيراتها، والمبحث الثاني حول الهوية الافتراضية، والمبحث الثالث حول الشبكات الاجتماعية ونمط العلاقات الاجتماعية.

الإطار التطبيقي: ويشمل عرضا للدراسة الميدانية ونتائجها بداية من عرض خصائص مجتمع البحث والمراحل المختلفة لإعداد الاستمارة وتوزيعها واستعادتها، ثم تحليل الجداول البسيطة والمركبة وفقا لمتغيرات الدراسة كميا وكيفيا، من خلال ربطها بالدراسات والأدبيات السابقة، وقد تضمن هذا الفصل أربعة مباحث، الأول حول طبيعة العلاقات الافتراضية عند الشباب الجزائري، والثاني حول مكونات الهوية الافتراضية وإعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية، والثالث حول العلاقة بين التفاعل الافتراضي وإعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية، وصولا إلى الاستنتاجات العامة للدراسة، وأخيرا خاتمة.

الإطار المنهجي للدراسة

1- الإشكالية:

شهد العصر الحالي تطورا كبيرا على مستوى تكنولوجيا الاتصال وقد شكلت الإنترنت أحد أهم اكتشافات العصر الراهن حيث أحدثت ثورة على كل المستويات ومثلت فضاء للقاء والتفاعل مع الآخرين وهو ما عمق الأبعاد الاجتماعية للشبكة وجعل منها مساحة للتواصل والنقاش وتكوين العلاقات الاجتماعية، من خلال منتديات الدردشة وغيرها من المواقع المتخصصة.

ولقد أدى التطور على مستوى الويب إلى ظهور أجيال جديدة بداية من **Web 2.0**، الذي أفرز ما يعرف بتطبيقات الإعلام الاجتماعي، وتعد الشبكات الاجتماعية على الانترنت أحد أكثر هذه المواقع شعبية ورواجا حيث تحولت إلى مؤسسات اقتصادية ضخمة تدر على أصحابها ملايير الدولارات، وتحظى بشعبية كبيرة لدى مستخدميها نظير ما تمنحه لهم من حرية من جهة، وقدرة على المشاركة في الأحداث والتواصل مع غيرهم من جهة أخرى.

فالشبكات الاجتماعية هي عبارة عن مواقع تتسم بالمرونة والتنوع وتمكّن المستخدم من التفاعل معها والمشاركة في إنتاج المعرفة ونشرها وهو ما جعلها تتميز بشعبية واسعة واستقطاب جماهيري كبير، حيث وسعت من صلاحيات المستقبل ومكنته من لعب أدوار لم تكن متاحة له سابقا، كما غيرت من أنماط الاتصال التقليدية وأدّت إلى استحداث أنماط جديدة لم تكن موجودة من قبل.

كما مكنت الأفراد من الالتقاء حاول قضايا مشتركة، فقد يتعلق الأمر بتقاسم اهتمامات ثقافية، سياسية، موسيقية...إلخ، وسواء كانت هذه التيمات Thèmes فضاء لتلاقي وتفاعل أعداد كبيرة من الأفراد، أو قلة قليلة، فإن الإعلام الجديد، يتيح فرصا فريدة لبناء تساؤلات جماعية مختلفة عن تلك التي عهدها الأفراد، واستقراء العديد من الأفكار والنمطيات المنتمية إلى حقل الرؤى والممارسات المستحدثة التي أنتجت بنية اجتماعية جديدة بسلوكيات وتطلعات مغايرة[1].

ومن هنا مثلت الشبكات الاجتماعية على الانترنت إبداعا اجتماعيا بامتياز حيث مكنت المستخدمين من التعبير عن آرائهم وأفكارهم وطموحاتهم والتواصل مع غيرهم وهو ما أنتج نوعا جديدا من العلاقات

(1) فايزة يخلف، **الإعلام الجديد وسوسيولوجيا التغيير في العالم العربي**، مجلة شؤون اجتماعية، مكتبة المجلس الوطني الاتحادي: الإمارات العربية المتحدة، **العدد** 124، 2014، ص 191.

يختلف عن ذاك التي كان سائدا من قبل، ويتميز بالشعبية الواسعة والرواج الكبير، مما أحدث تغيرا جذريا على مستوى التواصل الاجتماعي، كما أدى إلى ظهور نمط جديد من العلاقات بين الأفراد، يتم في فضاء افتراضي لا يعترف بالحدود الجغرافية ولا يفرض استخدام الهوية الحقيقية.

كل هذه المميزات التي وفرتها الشبكات الاجتماعية جعلتها أكثر المواقع رواجا على الإطلاق حيث تخطى عدد مستخدميها حاجز الـ (3ملايير) شخص سنة 2017، أي ما يمثل (40%) من سكان الكرة الأرضية[1]، ورغم استقطابها لفئات واسعة ومتنوعة إلا أن فئة الشباب قد مثلت النسبة الأكبر من مستخدمي هذه المواقع نظرا لخصائص هذه الفئة وما تتميز به من طاقة شديدة ورغبة في إثبات ذاتها والتعرف على الآخرين، وكذلك الرغبة في التعبير عن أفكارها وربط علاقات مع أشخاص يشاركونهم الاهتمامات، والميولات، كما أنها أكثر الفئات رغبة في تجريب كل جديد وإقبال على التكنولوجيا، وهو ماوفرته الشبكات الاجتماعية حيث أتاحت الفرصة للشباب أن ينتمي لمجتمعات افتراضية لا تخضع لأي شكل من أشكال القيود والرقابة، الدينية أو الاجتماعية التي تفرضها المجتمعات الواقعية، كما أنها أتاحت له حرية مطلقة في التعامل وإبداء أرائه دون التفكير في العقوبات التي قد تنجم عن تصرفاته وسلوكاته، فهذه المجتمعات لا تلزم الأفراد بقواعد معينة للسلوك الصحيح، وليس فيها قوانين أوضوابط تنظم سلوكات مستخدميها.

ولعل ظهور مواقع الدردشة والتواصل الاجتماعي يمثل أقرب مظاهر اقتراب المجتمع الافتراضي الشابكي من المجتمع البشري، لأن ثمة تشابها كبيرا بين التواصل الوِجاهي والدردشة من حيث بنية عملية التواصل وعناصرها وأساليبها اللغوية؛ فكثير من خصائص لغة الدردشة تضاهي الخطاب المنطوق في صورته البشرية، وإن حكَمتْه شروط التقنية[2].

ورغم أن فكرة ظهور الشبكات الاجتماعية كانت تتمحور حول التواصل، إلا أن هذه المواقع قد شهدت تطورات كبيرة فيما بعد، ولم تعد خدماتها تقتصر على التواصل مع الآخرين، بل أتاحت العديد من

---

(1) SIMON KEMP**, Digital in 2017: A Global Overview-INTERNET, SOCIAL MEDIA, AND MOBILE DATA FOR 239 COUNTRIES AROUND THE WORLD-,** report from We Are Social and Hootsuite, 2017. Site : www.mikekujawski.ca/wp-content/.../2017/.../We-Are-Social-Digital-Yearbook-2017. (15/11/2017, *18 : 12).*

(2) وليد العناتي، يوسف ربابعة، إبراهيم حسين خليل، **اللغة العربية والشَّابِكة دراسة في التواصل الشابكي**، المجلة الأردنية في اللغة العربية وآدابها: الأردن، المجلد، 10، العدد، 2014، ص 203.

الخدمات الأخرى، وظهرت العديد من المواقع كمواقع تبادل المحتويات كمشاركة مقاطع الفيديو والصور وغيرها...، وليست كل المواقع تقوم على التواصل كخدمة أساسية، فهناك بعض المواقع التي تتيح العديد من الخدمات الأخرى، ومع هذا تبقى تسمية مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر شيوعا وتداولا في الوطن العربي.

إنّ المفهوم الشائع لدى المستخدم العربي واعتبار الشبكات الاجتماعية على الانترنت على أنها مواقع للتواصل الاجتماعي، ما يعدّ إلا انعكاسا لطرق استخدام هذه المواقع في الوطن العربي حيث أشارت الكثير من الدراسات العربية أن الدردشة والتواصل مع الآخرين من أهم الأسباب استخدام الشبكات الاجتماعية في الوطن العربي، وان المستخدم العربي يقضي ساعات طويلة في هذه الشبكات الاجتماعية يسجل اعجاباته وتعليقاته ويرسل عشرات الرسائل على الخاص ويتبادل مقاطع فيديو وصور وغيرها من أشكال التفاعل مع الآخرين على هذه الشبكات الاجتماعية.

وقد لاقى الفايسبوك مؤخرا رواجا كبيرا في أوساط المجتمع الجزائري حيث تشير الإحصائيات والتقارير إلى زيادة كبيرة جدا في إعداد المستخدمين–تجاوز عدد المستخدمين 16 مليون سنة 2017 وبزيادة قدرها 9,3 مليون مستخدم جديد خلال 3 سنوات مايمثل حوالي (43%) من عدد السكان–، وأنّ الشباب هم الفئة الأكثر تواجدا على الفايسبوك بحوالي (74,2%)[1]، وقد يعود ذلك إلى ما يميز هذه الفئة من طاقة وحيوية ورغبة في التعرف على كل ما هو جديد، وبهذا أصبح الفايسبوك يمثل فضاء يقضي فيه الشاب أوقات طويلة يتفاعل مع غيره ويتبادل معهم مختلف أشكال المحتويات والاهتمامات، مما يطرح بعض الاستفهامات عن طبيعة العلاقات الافتراضية عند الشباب الجزائري، وإذا كان بالإمكان الفصل بين ما هو افتراضي وما هو واقعي، والتمييز بين النمطين، وإمكانية تحول ما هو افتراضي إلى واقعي، ومميزات العلاقات الاجتماعية السائدة حاليا بين الشباب.

وقد اختلف الباحثون في نظرتهم للشبكات الاجتماعية كوسيلة للتواصل ولربط العلاقات الاجتماعية، فمنهم من رأى أنها سهلت التواصل وتكوين وتعميق العلاقات الاجتماعية القائمة مع الأصدقاء من خلال تقديم الذات وكسر الحواجز الاجتماعية والنفسية بين الجنسين، وتحقيق التوافق والرضا النفسي

(1) Fadi Salem ,**Social Media and the Internet of Things-Towards Data-Driven Policymaking in the Arab World: Potentia**l, Limits and Concerns , arab social media Report: Mohammed Bin Rashid School of Government, p 40 ,Site:www.mbrsg.ae/getattachment/1383b88a-6eb9-476a-bae4-61903688099b/Arab-Social-Media-Report-2017 , 17/11/2017, 20: 11.

وغيرها..مما يساهم في تغيير المجتمعات إلى الأفضل[1]، ومنهم من رأى بأنها ساهمت في نشر العزلة والإدمان، وتفتيت العلاقات الاجتماعية، وتشجيع العلاقات العاطفية بين الجنسين وتشكيل نمط من العلاقات السطحية ينتهي غالبا بانقطاع التيار الكهربائي، أو بحظر أحد أطراف العلاقة للآخر[2].

ولا شك أن أشكال التفاعل الافتراضي مع الآخرين تختلف عن أشكال التفاعل الواقعية، التي تشترط التواجد المكاني والحضور الفيزيقي الكامل ووضوح الخصائص الشخصية للمتفاعلين، وهو النمط الوحيد الذي كان سائدا قبل ظهور الإنترنت حيث كان تكوين العلاقات الاجتماعية يعتمد على المعرفة الحقيقية بين الأطراف المتفاعلة، والتفاعل المباشر الذي يرتبط بالمكان والزمان، وهو ما يصعب من عملية التواصل الدائم بينهم، لما يتطلبه اللقاء من حضور وتواجد لأطراف العلاقة، وقد وفرت العلاقات الافتراضية على الفايسبوك إمكانية اللقاء الدائم والتواصل في أي وقت يناسب أطراف العلاقة، بعيد عن متغيرات السن والجنس ومستوى التعليم والمكانة الاقتصادية والاجتماعية، وعن طريق ملف شخصي "بروفايل" ينشئه الفرد للتعريف بنفسه والتعبير عن مكونات هويته من اسم وصورة وسن ومستوى تعليمي....

وأثار استخدام الشبكات الاجتماعية في مجال العلاقات الاجتماعية العديد من التساؤلات من بينها ما يتعلق بالهوية الافتراضية، التي تتميز بخاصية المجهولية والاختفاء، وقدرة المستخدم على التحكم في بياناته كما يشاء، كما أن التفاعل الافتراضي قد أثّر على طرق الاتصال وبناء العلاقات الاجتماعية في الواقع، فانتشار التكنولوجيات الرقمية يمكن اعتباره قطعا مزدوجا تقنيا وثقافيا كما انه أداة

---

(1) انظر: -ضيف الله عودة أبوصعيليك، محمد سليم الزبون، **أثر شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن**، مؤتة للبحوث والدراسات: الأردن، المجلد 28، العدد 7، 2013.

-Nicole B. Ellison, Charles Steinfield, Cliff Lampe, The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites, Journal of Computer-Mediated Communication 12, Volume12, Issue4, July 2007, Site:

https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x.(12/03/2015, 16: 10).

(2) انظر: -حلمي خضر ساري، **ثقافة الإنترنت-دراسة في التواصل الاجتماعي-**، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع: عمان، 2005.

-صابرين مظهر صالح العراشي، **علاقة إدمان الإنترنت بالعلاقات الاجتماعية لدى عينة من طالبات المرحلة الثانوية بمحافظة المجمعة**، المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية،: مصر، العدد 5، 2014.

لخلق مرجعيات اجتماعية جديدة، إذ تمنح هذه الحوامل الجديدة للأفراد إمكانية استثمار فضاءات عمومية لتطرح بها دلالات جديدة، غنية وتجديدية[1].

لقد ساهم الفايسبوك في إعادة رسم خارطة للعلاقات الاجتماعية، تحاكي الموجودة في الواقع من جهة ولكنها في الوقت ذاته تتسم بمجموعة من الخصائص والمميزات التي تجعلها تختلف عن غيرها، فصار من الصعب رسم حدود فاصلة بين العلاقات الاجتماعية الواقعية والافتراضية وتحديد أسبقية احداهما على الأخرى، بل إن دخول هذا النمط الجديد من العلاقات قد ساهم في تغيير شكل العلاقات الاجتماعية الواقعية، وهو ما دفعنا للبحث عن مساهمة الشبكات الاجتماعية في إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية، كوننا لا نبحث عن العلاقات الناشئة بفعل هذه الشبكات فقط ولا العلاقات الواقعية فقط بل نبحث في مساهمة هذه الشبكات في إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية عند الشباب الجزائري.

ومن هنا تبلورت إشكالية دراستنا في **التساؤل الرئيسي** التالي:

- مالدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في مجال إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية عند الشباب الجزائري؟

والذي تندرج تحته **التساؤلات التالية:**

1- ما طبيعة العلاقات الافتراضية السائدة عند الشباب الجزائري على الفايسبوك؟

2- كيف تساهم الهوية الافتراضية في إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية عند الشباب الجزائري؟

3- مالعلاقة بين التفاعل الافتراضي وإعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية عند الشباب الجزائري؟

4- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات (الجنس، المستوى التعليمي) ونمط العلاقات الافتراضية السائدة عند الشباب الجزائري؟

5- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات (الجنس، السن) ونوع الهوية الافتراضية عند الشباب الجزائري؟

6- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات (الجنس، السن) وإمكانية تحول العلاقات الافتراضية إلى واقعية؟

---

(1) فايزة يخلف، مرجع سبق ذكره، ص 191.

- فرضيات الدراسة:

من أجل الإجابة على تساؤلات الدراسة قمنا بصياغة مجموعة من الفروض التي تعد بمثابة إجابات مؤقتة سنسعى من خلال دراستنا لإثباتها، أو نفيها، أو تعديلها، وتتمثل هذه الفروض في:

1- يكوّن أغلب الشباب الجزائري العلاقات الافتراضية عبر الفايسبوك للتسلية والترفيه، وتتميز هذه العلاقات غالبا بأنها سطحية ومؤقتة.

2- كلما كانت مكونات الهوية الافتراضية حقيقية زادت جدية العلاقات الافتراضية عند الشباب الجزائري.

3- يلعب التفاعل الافتراضي دورا ايجابيا في تغيير نمط العلاقات الاجتماعية وتعميقها عند الشباب الجزائري، ولكنه لا يؤدي بالضرورة لتشكيل علاقات افتراضية حقيقية.

4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات (الجنس، المستوى التعليمي) ونمط العلاقات الافتراضية السائدة عند الشباب الجزائري.

5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات (الجنس، السن) ونوع الهوية الافتراضية عند الشباب الجزائري.

6- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات (الجنس، السن) وإمكانية تحوّل العلاقات الافتراضية إلى واقعية.

2- أسباب الدراسة:

إن اختيارنا لهذا الموضوع المتمثل في دور الشبكات الاجتماعية في مجال إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية، جاء لأسباب موضوعية وأخرى ذاتية، أما الأولى فتتمثل في:

1- الشعبية الكبيرة التي أصبحت تحظى بها الإنترنت عند الشباب العربي والجزائري بشكل خاص[1]، حيث تجاوز عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر –حسب تقرير صادر عن المؤسستين "هووت سويت" و "وي آر سوشل"– سنة 2017 (18 مليون مستخدم) أي ما يمثل (44%) من عدد السكان، لاسيما بعد التطورات الحاصلة على مستوى الويب، انطلاقا من ظهور الجيل الثاني (2.0).

2- المساحات التي أصبحت تحتلها الشبكات الاجتماعية في حياة الشباب الجزائري.

(1) SIMON KEMP, Op. Cit.

3- طغيان الجانب الاجتماعي في استخدام الشبكات الاجتماعية والفايسبوك في الوطن العربي والجزائر بشكل خاص، وإهمال خدماتها الأخرى المتعددة، واعتبارها أداة أساسية للتواصل الاجتماعي و للتفاعل وتكوين العلاقات الاجتماعية، وانعكاسات ذلك على نمط العلاقات الاجتماعية السائدة.

4- امتزاج العلاقات الاجتماعية الواقعية مع الافتراضية، وصعوبة وضع حدود فاصلة بين ماهو واقعي وماهو افتراضي، والدور الذي أصبحت تلعبه الشبكات الاجتماعية "وبشكل خاص الفايسبوك" في مجال إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية.

5-التغير الذي حصل على مستوى العلاقات الاجتماعية، بظهور التفاعل الافتراضي، وإمكانية تحول ماهو افتراضي إلى علاقة واقعية، وكذا نقل ما هو واقعي إلى الفضاءات الافتراضية، وأثر كل ذلك على نمط العلاقات الاجتماعية المعاد تشكيلها والتي يمتزج فيها الواقعي بالافتراضي.

وتتمثل أهم **الأسباب الذاتية** في:

1- الاهتمام الشخصي بمجال الإنترنت وأحدث تطبيقاتها، واستخداماتها لا سيما في الجانب الاجتماعي، وما أحدثته هذه الشبكات من تغيرات على مستوى طرق التواصل وتشكيل العلاقات الاجتماعية .

2- الرغبة الذاتية في توصيف والتعمق في نمط العلاقات الاجتماعية السائدة حاليا بين الشباب في الجزائر، وكيف ساهمت هذه الشبكات الاجتماعية في مجال التفاعل وإعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية.

2-رغبة الباحثة في إثراء المكتبات الجامعية بدراسة أكاديمية معمّقة حول نمط العلاقات الاجتماعية التي أصبحت سائدة حاليا، بعد ظهور الشبكات الاجتماعية وامتزاج العلاقات الافتراضية بالواقعية.

3- أهداف الدراسة: من الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها هي:

1- الوقوف على طبيعة العلاقات الافتراضية السائدة عند الشباب الجزائري على الفايسبوك.

2- التعرف على عادات وأنماط استخدام الفايسبوك عند الشباب الجزائري كأداة للتواصل ولتشكيل العلاقات الاجتماعية.

3- التعرف على دور مكونات الهوية الافتراضية في إعادة تشكيل وتكوين نمط العلاقات الاجتماعية بين الشباب الجزائري.

4-الوقوف على الشكل الجديد للعلاقات الاجتماعية الناجم عن المزج بين الواقعي والافتراضي، وتوصيفه توصيفا دقيقا.

5-التعرف على العلاقة بين كل من التفاعل الافتراضي ونمط العلاقات الاجتماعية الناتج عن ذلك.

4- أهمـــية الدراسة: تتجلى لدينا أهمية الدراسة والمتمحورة حول: دور الشبكات الاجتماعية في مجال إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية" من خلال العناصر التالية:

1- المساحات التي أصبح يحتلها الفايسبوك في حياة الشباب، حيث أصبح التفاعل الافتراضي يحل محل التفاعل الواقعي في الكثير من الأحيان، مما غير من شكل العلاقات الاجتماعية السائدة.

2- تقدم هذه الدراسة توصيفا لنمط العلاقات الاجتماعية السائد بعد ظهور الشبكات الاجتماعية وخاصة (فايسبوك "Facebook") لا سيما من قبل الشباب، وما أحدثه من تغييرات على أساليب الاتصال والتواصل، وإلغاء لعناصر الحضور الجسدي وقيود الزمان والمكان في التفاعل مع الآخرين.

3- تظهر أهمية هذه الدراسة من خلال إلقاء الضوء على التغيرات التي أحدثتها الشبكات الاجتماعية على تركيبة المجتمعات، وظهور مجتمعات افتراضية موازية للمجتمعات الحقيقية، يتميز أعضاؤها بالاهتمامات والقيم المشتركة، ويتفاعلون في إطار ثقافة افتراضية لا تخضع لقيود الواقع.

4- تركز هذه الدراسة على الشق الاجتماعي لاستخدام الشبكات الاجتماعية، وهو الجانب المغفل في أغلب الدراسات العربية، التي قلما نجد فيها تناولا معمقا وشاملا لجانب التواصل والعلاقات الاجتماعية.

05- الـدراســـات السابقــة والمشــابهة:

إن مراجعة الأدبيات التي أجراها الآخرون تعد الخطوة الأولى في التخطيط لمشروع بحث جديد، وعادة ما تساعد هذه المراجعة على وضع فرضية ذات هدف محدد قابل للاختبار، وبعد ذلك يمكن التوصل إلى فكرة إبداعية يعمل الباحث على توظيفها في مشروع بحث له، إن مثل هذه المراجعة كما أشار باتن Patten تعمل على تحديد أدوات القياس التي استخدمت بنجاح في بحوث أخرى، وتجنب الأدوات التي أخفقت في تحقيق الغرض منها، أو اشتملت على نقص أو خلل يحول دون تحقيق المطلوب،كما تساعد هذه المراجعة على تجنب الطرق المغلقة، أو مايسمى بالنهايات الميتة ..."[1].

- **الدراسات الأجنبية**

1- **دراسة قامت بها مؤسسة Moovement تحت عنوان: مستخدمو الإنترنت، الشبكات الاجتماعية، استخداماتها**[2]، وقد شملت الدراسة 292 مستخدما في فرنسا في الفترة ما بين 02 و14 أكتوبر 2007. تتمثل أهم نتائج الدراسة فيما يلي:

1- نسبة الذين لا يستخدمون الشبكات الاجتماعية على الإنترنت **1.3%**.

2- أكثر من 71% يستخدمون "لينكدا" "**Linkedin**"، "فايسبوك" "**Facebook**"، و"فياديو" "**Viadeo**".

3- الأغلبية أي 78% يستخدمون الشبكات الاجتماعية لتنمية معارفهم، ثم بنسبة أقل للبحث عن عمل أو تربص، ثم للتعرف على رفقاء جدد، ثم للبحث عن زبائن جدد.

4- وفيما يخص الشبكات الاجتماعية الأكثر جدوى لتنمية معارفهم فجاءت النتائج متقاربة، في المرتبة الأولى لينكدا "**Linkedin**"، ثم "فياديو" "**Viadeo**"، ثم "فايسبوك" "**Facebook**".

5- وفيما يخص الشبكات الاجتماعية الأكثر جدوى للتعرف على رفقاء جدد فجاء لينكدا "**Linkedin**" في المرتبة الأولى، ثم فياديو "**Viadeo**"، وفئة **(17.5%)** أجابت بـ"لا أعلم".

---

(1) عباس عبد مهد الشريفي، **توظيف الدراسات السابقة في الرسائل الجامعية –دراسة تحليلية في ضوء معايير علمية–**، المجلة العربية للتربية: تونس، المجلد 29، العدد 1، 2009، ص ص، 134-135. متاح على الموقع: https://drive.google.com/file/d/0B8qkQoAd5CX6cUhYV0g2ZXhtSTg/edit، (2015/11/14، 11:00).

(2) Les internautes, **les réseaux sociaux, leurs usages -Etude réalisée du 02 au 14 octobre 2007 sur un échantillon de 292 internautes-**, Site: **www.pblog.moovement.comwp** (09/12/2014, 09:18).

6- الشبكة الاجتماعية الأكثر جدوى للبحث عن عمل أو تربص، هي فياديو "**Viadeo**" في المرتبة الأولى، ثم لينكدا "**Linkedin**" في المرتبة الثانية، بينما نسبة **(21%)** أجابت بـ"لا أعلم".

7- الشبكة الاجتماعية المفضلة عند أفراد العينة هي "فايسبوك" "**Facebook**" في المرتبة الأولى، ثم لينكدا "**Linkedin**" في المرتبة الثانية، وفياديو "**Viadeo**" في المرتبة الثالثة.

لقد ركزت هذه الدراسة على استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، معتمدة في ذلك على منهج المسح الاجتماعي وأداة الاستمارة كوسيلة لجمع البيانات، لكن الملاحظ أن هذه الدراسة ركزت على عادات الاستخدام والشبكات الأكثر استخداما لدى أفراد العينة في كل مجال من المجالات: تنمية المعارف، التعارف وتكوين صداقات، البحث عن عمل...، ولكن دراستنا تسعى إلى التعرف على دور الشبكات الاجتماعية في مجال إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية، كما أن هذه الدراسة تمت على المجتمع الفرنسي الذي يختلف في خصائصه عن مجتمع دراستنا "المجتمع الجزائري"، ولكن هذا لا يلغي استفادتنا من الدراسة في الجوانب المنهجية، وفي ضبط الدراسة الميدانية.

2- دراسة "ايفز ماري كان" "Yves-Marie Cann" بعنوان: مرصد الشبكات الاجتماعية[1]، وقد تمت الدراسة على 1002 من مستخدمي الإنترنت الفرنسيين الشباب أكثر من 18 سنة، مستخدمة في ذلك أسلوب المسح عن طريق استمارة إلكترونية على شبكة الإنترنت، ونشرت الدراسة في جانفي 2010.

وتتمثل أهم نتائجها في:

1- أثبتت الدراسة أن الشبكات الاجتماعية الأكثر شهرة في فرنسا هي على التوالي"فايسبوك" "**Facebook**"، ثم "ماي سبيس" "**MySPACE**"، ثم "فياديو" "**Viadeo**"، كما عرف تويتر "**Twitter**" أكبر نسبة نمو خلال السنة، ثم "فايسبوك" "**Facebook**"، ثم "ماي سبيس" "**MySPACE**".

2- شعبية مواقع الشبكات الاجتماعية تختلف حسب متغير السن، حيث تصل أعلى مستوياتها عند الشباب وتنخفض تدريجيا عند كبار السن.

3-77% من مستخدمي الإنترنت صرحوا أنهم مشتركون على الأقل في شبكة اجتماعية واحدة، وتتفاوت هذه النتيجة حسب متغير السن، 96% عند الشباب، من 18 إلى 24 سنة صرحوا أنهم مشتركون على الأقل في شبكة اجتماعية واحدة، وهذه النسبة تنخفض إلى 52% عند كبار السن لأكثر من 65 سنة.

(1) Yves-Marie CANN, **Observatoire des réseaux sociaux**, Site**:** **www.ifop.commediapoll1032-1 study_file.(pdf).(09/12/2015, 12:20)**

4- 25% هم أعضاء في شبكة اجتماعية واحدة، 34% هم أعضاء في اثنين إلى ثلاثة شبكات اجتماعية، و18% هم أعضاء في أكثر من أربع شبكات اجتماعية.

5- أغلبية أفراد العينة مشتركون في فايسبوك **"Facebook"**، ثم كوبان دافون"**Copain d'avant**" بدرجة أقل، ثم ويندواوز ليف **"Windows Live"**، ثم "ماي سبيس" **"MySPACE"**.

لقد ركزت هذه الدراسة على استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، معتمدة في ذلك على منهج المسح الاجتماعي، لكن الملاحظ أن هذه الدراسة تبحث في عادات الاستخدام، والشبكات الأكثر شعبية، ولكن دراستنا لم تتوقف عند التعرف على عادات الاستخدام وإنما سعت للكشف عن دور الشبكات الاجتماعية في مجال إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية، ولكن قد ساعدت الباحثة في ضبط الإجراءات المنهجية للدراسة وفي تكوين رؤية حول الموضوع وضبطه ضبطا دقيقا.

3-دراسة **جانا كويتني اندرسون Janna Quitney Anderson ولي ريني Lee Rainie تحت عنوان: مستقبل العلاقات الاجتماعية**[1]، وهي دراسة تابعة لمركزي بيو **Pew** لأبحاث الإنترنت، و **American Life Project**، وقد شملت الدراسة (895) من المهتمين بالتكنولوجيا والنقاد في استطلاع عبر الانترنت، سنة 2010.

وقد استهدفت الدراسة استطلاع مستقبل العلاقات الاجتماعية حتى سنة 2020، في ظل استخدام الانترنت كأداة للاتصال، حيث جاء هذا الاستطلاع لجمع آراء الخبراء والمختصين حول الموضوع، بينما هناك اتفاق على وجود آثار ايجابية وكذا سلبية على استخدام الانترنت على العلاقات الاجتماعية، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

-أجاب 85% فيما يخص صداقاتهم الشخصية، الزواج والعلاقات الأخرى، أن الإنترنت مثل في الغالب قوة إيجابية في عالمهم الاجتماعي وهذه الحقيقة ستنمو أكثر في المستقبل فيما صرح 14٪ منهم بعكس ذلك.

- أبدى معظم الأشخاص الذين شاركوا في الاستطلاع انبهارهم من خلال مدحهم للاتصال الاجتماعي الذي وفرته الانترنت، وأجابوا أن استخدام الإنسان للقدرات الاتصالية للإنترنت من أجل إنشاء العلاقات

(1) Janna Quitney Anderson, Lee Rainie, **The future of social relations**, Pew Research Center's Internet & American Life Project, Washington, 2010, Site : www.pewinternet.org/.../PIP_Future_of_Internet_%202010_social.(04/05/2015, 10:15).

الاجتماعية وتنميتها واستمرارها لا يمكن إنكاره، وذكر كثيرون بحماس تجاربهم الشخصية كأمثلة، والعديد منهم أشاروا إلى أنهم التقوا بزوجهم من خلال التفاعل عبر الإنترنت.

-لاحظ بعض المشاركين في الاستطلاع أنه مع العديد من الإيجابيات للانترنت اجتماعيا هناك مشاكل، وأشاروا إلى أنه يمكن استخدام أدوات مثل البريد الإلكتروني والشبكات الاجتماعية بطرق ضارة، ومن بين السلبيات التي لاحظها المبحوثون أن الوقت المنفق على الإنترنت يسرق وقتا من العلاقات المهمة وجها لوجه "الواقعية"؛ يشجع الإنترنت العلاقات السطحية غالبا...؛ الانترنت يؤدي بالأفراد للانطواء على أنفسهم، والحدّ من تعرضهم لأفكار جديدة، وهي تستخدم لتوليد التعصب، عدد كبير من الأفراد الذين قالوا بأن الإنترنت قوة إيجابية أشاروا إلى أنها توفرّ تواصلا أقلّ تكلفة من حيث المال والوقت، مما يسمح لهم بتكوين الكثير من العلاقات، بما في ذلك كلا من العلاقات القوية والضعيفة، وأجابوا أن "الجغرافيا" لم تعد عقبة أمام تكوين والمحافظة على العلاقات.

-لاحظ بعض المستجوبين أن استخدام الشبكات الاجتماعية قد عرف تطورا كبيرا في اللغة والمعنى بينما يعيد مستخدموا التكنولوجيا تعريف البنى الاجتماعية مثل "الخصوصية" و"الصداقة". اقترح المشاركون الآخرون أنه ستكون هناك "أصناف جديدة للعلاقات"،" فن جديد للسياسة"،...و"مجتمع عالمي جديد" وذكر بعضهم بثقة أنهم يتوقعون استمرار التقدم التكنولوجي، وأشار العديد من المشاركون في الاستطلاع إلى أنه في حين أن أدواتنا تتغير بسرعة، فإن أساس طبيعة الإنسان أنها تتكيف بوتيرة أبطأ.

تعد هذه الدراسة من الدراسات المهمة لنا، كونها قريبة جدا لموضوع دراستنا، حيث تناولت مستقبل العلاقات الاجتماعية في ظل استخدام الانترنت كأداة للتواصل، وهو ما يتقاطع كثيرا مع موضوع دراستنا، حيث أن كلا الدراستين تستهدفان دراسة نمط العلاقات الاجتماعية بعد ظهور الشبكات الاجتماعية، وما أحدثته من تغيرات على أساليب الاتصال والتواصل، ولكن هذه الدراسة شملت الخبراء والمهتمين بالتكنولوجيا، في حين دراستنا توجهت للشباب بشكل عام، بالإضافة إلى أن هذه الدراسة عبارة عن استطلاع لمستقبل العلاقات الاجتماعية في حين دراستنا تناولت حاضر العلاقات الاجتماعية، وما طرأ عليها من تغير، كما أن هناك اختلافا في أهداف الدراستين.

4-دراسة كيت **هاملتون Keith N. Hampton وآخرون تحت عنوان مواقع الشبكات وحياتنا**[1]، وهي دراسة تابعة لمركزي بيو Pew لأبحاث الإنترنت، و American Life Project، سنة 2011.

واستهدفت الدراسة التعرف على التأثير الاجتماعي لاستخدام الشبكات الاجتماعية مثل فايسبوك Facebook، ولينكد ان LinkedIn ...وغيرهم، وتساءل أصحاب الدراسة: هل تقوم هذه التقنيات بعزل الناس وقطع علاقاتهم؟ أو هل هناك فوائد متعلقة بالاتصال بالآخرين بهذه الطريقة؟ وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

-أجاب 79٪ من عينة الدراسة من الأمريكيين البالغين أنهم يستخدمون الإنترنت، ويقول حوالي نصف البالغين (47٪) من أصل 59٪ من مستخدمي الإنترنت إنهم يستخدمون شبكة اجتماعية واحدة على الأقل، وهو ما يساوي ضعف البالغين الذين استخدموا الشبكات الاجتماعية سنة 2008 26% (من أصل 34% من مستخدمي الإنترنت)، إضافة إلى أن متوسط عمر مستخدمي الشبكات الاجتماعية البالغين قد انتقل من 33 عام 2008 إلى 38 عام 2010، أكثر من نصف مستخدمي الشبكات الاجتماعية الآن فوق سن 35، حوالي 56٪ من مستخدمي الشبكات الاجتماعية هم الآن من الإناث.

-أشار الاستطلاع أن فايسبوك Facebook يهيمن على فضاء الشبكات الاجتماعية حيث (92٪) من مستخدمي الشبكات الاجتماعية على Facebook ، 29٪ يستخدمون موقع MySpace، 18٪ يستخدمون LinkedIn و13٪ يستخدمون Twitter.

-هناك تباين كبير في طريقة استخدام الناس لمواقع الشبكات الاجتماعية المختلفة 52٪ من مستخدمي Facebook و33٪ من مستخدمي تويتر يشاركون فيهما بشكل يومي، في حين أن 7٪ من MySpace و6٪ من مستخدمي LinkedIn فقط يفعلون نفس الشيء.

وفيما يخص متوسط استخدام الفايسبوك في اليوم، توصلت النتائج إلى أن:

-15٪ من مستخدمي Facebook يقومون بتحديث حالتهم الخاصة.

-22٪ يعلقون على منشورات الآخرين وحالاتهم.

-20٪ يعلقون على صور المستخدمين الآخرين.

-26٪" يعجبون بمحتويات المستخدمين الآخرين .

-10٪ يرسلون رسائل خاصة للمستخدمين الآخرين.

(1) Keith N. Hampton and others, **Social networking sites and our lives**, Pew Research Center's Internet & American Life Project, Washington, 2011, Site :
https://www.google.dz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source.(06/11/2014, 10:15)

-أجاب مستخدمون الفايسبوك أنهم أكثر ثقة من مستخدمي الانترنت الآخرين بنسبة 43%، وأكثر شعورا بالثقة في الآخرين بثلاث أضعاف مقارنة بغير المستخدمين.

توصلت الدراسة كذلك أن لدى مستخدمي فايسبوك Facebook علاقات أكثر قوة، حيث أن لدى الأمريكي في المتوسط أكثر من محادثتين وثيقتين وهم الأشخاص الذين يناقشون معهم مسائل مهمة.

-وقد توصلت الدراسة أن مستخدمي فايسبوك Facebook يحصلون على دعم اجتماعي أكثر من الآخرين.

-إن مستخدمي Facebook أكثر اهتمامًا بالسياسة من باقي الناس، حيث تم إجراء هذا استطلاع خلال انتخابات نوفمبر 2010، أفاد 10٪ من الأمريكيين أنهم حضروا تظاهرة سياسية، وأفاد 23٪ أنهم حاولوا إقناع شخص ما بالتصويت لمرشح معين، وذكر 66٪ منهم أنهم كانوا ينوون التصويت بشكل عام وزاد احتمال تعرض مستخدمي الإنترنت بشكل عام لحضور اجتماع سياسي بأكثر من الضعف..، مستخدم الفايسبوك الذي استخدم الموقع عدة مرات في اليوم كان أكثر احتمالا مرتين ونصف لحضور اجتماع سياسي.

- يبلغ متوسط مستخدم فايسبوك Facebook 229 صديقًا على Facebook حسب إجابات أفراد العينة، الذين ذكروا أن قائمة أصدقائهم تحتوي على:

- (22٪) من الناس من المدرسة الثانوية
- (12٪) من الأسرة الممتدة
-(10٪) من زملاء العمل
-(9٪) من أصدقاء الكلية
-(8٪) الأسرة المباشرة
-(7٪) من الناس من المجموعات الطوعية
-(2٪) الجيران

-كما أشارت الدراسة إلى أن 7٪ فقط من أصدقاء Facebook هم أشخاص لم يلتقهم المستخدمون شخصيًا، و3٪ فقط هم الأشخاص الذين التقاهم مرة واحدة فقط، والباقي هو أصدقاء أصدقاء وعلاقات اجتماعية ليست نشطة حاليا، ولكنها علاقات "نائمة" قد تصبح في مرحلة ما، مصدراً هاماً للمعلومات.

-يتم استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل متزايد للحفاظ على الروابط الاجتماعية الوثيقة، وبالنظر إلى هؤلاء الأشخاص أجاب 40٪ من مستخدمي الشبكات الاجتماعية أن أصدقائهم في مناقشاتهم الرئيسية هم أقرب المقربين لهم.

ركزت هذه الدراسة على التأثير الاجتماعي لاستخدام الشبكات الاجتماعية مثل فايسبوك Facebook، ولينكد ان LinkedIn ...وغيرهم، وتساءلت فيما إذا كانت هذه الوسائل أدوات عزل للأفراد أم أداة للتواصل بينهم، ولا شك أن هناك تقاربا بين هذه الدراسة ودراستنا، فيما يخص التركيز على الجانب الاجتماعي لاستخدام الشبكات الاجتماعية، إلا أن هناك اختلافا بين الدراستين فيما يخص مجتمع البحث وأهداف الدراسة وحتى تساؤلاتها، ولكن يمكن اعتبار هذه الدراسة قاعدة لدراستنا كونها شكلت لنا نقطة انطلاق من أجل التعمق أكثر في هذا الموضوع وتفسيره في ظل ماعرفته العلاقات الاجتماعية من تغير، وقد ساعدتنا هذه الدراسة في ضبط موضوع البحث، وفي إعداد الاستمارة.

- **الدراسات العربية:**

1- دراسة كل من **عبد الباقي عبد المنعم أبو زيد وحلمي أبو الفتوح عمار** تحت عنوان: **أثر تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات على العلاقات الاجتماعية الإلكترونية ومستقبل المجتمعات والشباب في الألفية الثالثة**[1]: دراسة ميدانية، المؤتمر العلمي العربي الأول الثقافة الالكترونية في البيئة العربية "التعليم والبحث العلمي -الصحة-الحكومة الالكترونية"، 2005، مصر.

تهدف الدراسة إلى التعرف على أثار تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات على مجال العلاقات الاجتماعية، سواء على المستوى الفردي أو الجماعي، والتي شملت العديد من الجوانب الاجتماعية مثل: الزواج، الصداقة، التفاعل، والتواصل الإلكتروني...الخ.

اعتمدت الدراسة على أداتين في جمع المعلومات هما المقابلة مع المديرين والمديرين المساعدين والمعلمين والاختصاصين بإدارتي التعليم والمناهج والطلاب وأولياء التلاميذ، كما اعتمدت الدراسة على

(1) عبد الباقي عبد المنعم أبو زيد، حلمي أبو الفتوح عمار، **أثر تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات على العلاقات الاجتماعية الإلكترونية ومستقبل المجتمعات والشباب في الألفية الثالثة: دراسة ميدانية**، المؤتمر العلمي العربي الأول: الثقافة الإلكترونية في البيئة العربية: التعليم والبحث العلمي-الصحة- الحكومة الإلكترونية: مصر، 20-26 يوليو 2006.

الإستبانة لدراسة أثر تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات على العلاقات الاجتماعية الإلكترونية، ومستقبل المجتمعات في الألفية الثالثة.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها:

1- استخدام البريد الإلكتروني ساهم في تقليل العزلة بين كبار السن والمعاقين ودفعهم إلى ممارسة أدوار اجتماعية جديدة من خلال قنوات الاتصال.

2- التفاعل على الشبكة قد ساعد في تفعيل النشاط الاجتماعي للفئات المهمشة على الشبكة.

3- تعزيز القدرات الاتصالية والتفاعلية للمستخدم بالآخرين وتكوين صدقات جديدة.

4- الدور الإيجابي للشبكات الاجتماعية في مستقبل المجتمعات إلى ما يلعبه المواطن العادي في زيادة التجارة والتقدم الصناعي، وترابط المجتمعات وتقاربها، والعمل على تحسين المعيشة.

تتقاطع هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في العديد من الجوانب أبرزها أثر تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في العلاقات الاجتماعية الإلكترونية، الشبكات الاجتماعية تعد أحدث ما نتج عن تطور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، تعتبر من تطبيقاتها الشبكات الاجتماعية الفضاء الداعم للعلاقات الاجتماعية الإلكترونية بكل جوانبها الإيجابية والسلبية.

أما نقاط الاختلاف بين الدراستين فهذه الدراسة تناولت تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات على العلاقات الاجتماعية الإلكترونية ومستقبل المجتمعات والشباب في الألفية الثالثة بصفة عامة، حيث شملت فئات الطلاب وأولياء أمورهم وكذا المديرين والمعلمين، في حين دراستنا ركزت على الشبكات الاجتماعية ومالعبته من دور في إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية عند الشباب، كما أن الدراسة الأولى تمت في المجتمع المصري، في حين دراستنا في المجتمع الجزائري.

2- دراسة الباحثة **صابرين مظهر صالح العراشي تحت عنوان: علاقة إدمان الإنترنت بالعلاقات الاجتماعية لدى عينة من طالبات المرحلة الثانوية بمحافظة المجمعة (السعودية)**[1].

تمثل الهدف من الدراسة إبراز مشكلة إدمان الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لطالبات المرحلة الثانوية، ومحاولة للتعرف على العلاقة بين استخدام الإنترنت والعلاقات الاجتماعية ومهارات الاتصال لدى طالبات المرحلة الثانوية.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بالإضافة إلى المنهج الإحصائي وأداة الإستبانة كأداة رئيسية والملاحظة في جمع المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج:

1- أشارت النتائج المتعلقة بالفرض الأول لوجود علاقة ارتباطيه موجبة ذات دلالة إحصائية بين درجات إدمان الإنترنت ودرجات العلاقات الاجتماعية لدى عينة من طالبات المرحلة الثانوية بمحافظة المجمعة، وتفسر الباحثة هذه النتائج بأن إدمان الطالبة للإنترنت يرتبط ارتباطا سلبيا بضعف علاقاتهم الاجتماعية سواء المدرسية أو الاجتماعية...مما قد يؤدي إلى خلل في علاقاتها الاجتماعية مع الأطراف الخارجية وهذا الخلل بمثابة تهديد حقيقي لاتزانها النفسي والاجتماعي.

2- أشارت النتائج المتعلقة بالفرض الثاني بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات إدمان الإنترنت لجميع الأبعاد (السيطرة، تغيير المزاج، التحمل، الأعراض الانسحابية، الصراع، الانتكاس) تبعا لصفوف المرحلة الثانوية (أول-ثاني-ثالث) لدى أفراد العينة، ويتضح من ذلك أن إدمان الإنترنت له تأثير على كافة مستويات أعمار طالبات المرحلة الثانوية، لذلك لا يوجد فرق في متوسطات درجات الطالبات في مقياس إدمان الانترنت نظرا لان المرحلة الثانية تعد من مراحل المراهقة فتتسم هذه المرحلة بنفس الخصائص.

3- أشارت النتائج المتعلقة بالفرض الثالث إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات العلاقات الاجتماعية لجميع الأبعاد (مشكلات العلاقات المدرسية، مشكلات العلاقات الاجتماعية، المشكلات النفسية، المشكلات الأخلاقية والدينية، البعد القومي، إجمالي المقياس) تبعا للصفوف المرحلة الثانوية (أول-ثاني-ثالث) لدى أفراد العينة، وأن العلاقات الاجتماعية تتأثر بإدمان الإنترنت في جميع

---

(1) صابرين مظهر صالح العراشي، **علاقة إدمان الإنترنت بالعلاقات الاجتماعية لدى عينة من طالبات المرحلة الثانوية بمحافظة المجمعة**، المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية: مصر، ع 5، 2014.

المراحل الدراسية وأن جميع أفراد عينة الدراسة توجد لديهم مشاكل في العلاقات الاجتماعية بسبب إدمان الإنترنت، وقد يرجع ذلك لطبيعة المرحلة العمرية لطلاب المرحلة الثانوية، وما تتميّز به من خصائص معينة كالفضول وحب الاستطلاع والاستقلالية.

تتقاطع الدراسة الحالية مع مرجعية الدراسة المعتمدة في معالجة متغير العلاقات الاجتماعية في كلتا الدراستين، وقد ساعدت هذه الدراسة الباحثة في الجانب التطبيقي، كما شكلت رصيد معرفي للباحثة مكنها من الانطلاق في دراستها من أجل تقديم تفسير وتوصيف أعمق للظاهرة ما يشكّل قاعدة لدراسات أخرى مستقبلية.

أما أهم نقاط الاختلاف بين الدراستين أن هذه الدراسة ركزّت على ظاهرة إدمان الإنترنت، والتي تشمل مستخدمين من نوع خاص، في حين دراستنا ركزت على فئة الشباب المستخدم بشكل عام لمعرفة التغيرات التي طرأت على نمط العلاقات الاجتماعية.

3- دراسة **محمد سليم الزبون، ضيف الله عودة أبو صعيليك، الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن**[1] **سنة 2014.**

وقد استهدفت الدراسة الكشف عن الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن من الفئة العمرية من الخامسة عشرة حتى الثامنة عشرة، مستخدمة المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الإستبانة التي تم تطويرها لغايات هذه الدراسة وتكوّنت عينة الدراسة من (276) فرداً من الأطفال في سن المراهقة تم اختيارهم قصدياً بأسلوب (كرة الثلج)، منهم (141) من الذكور و(135) من الإناث، المنخرطين بشبكة فيسبوك (**Facebook**)، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

-أظهرت نتائج الدراسة أن أبرز الآثار الاجتماعية والثقافية الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة من وجهة نظرهم توسيع العلاقات الاجتماعية من خلال متابعة أخبار الآخرين على الشبكة ومجاملتهم، وتعزيز وتوثيق الصداقات القائمة، وزيادة عدد الأصدقاء الذين يشتركون في نفس الاهتمامات، أما أبرز الآثار الاجتماعية والثقافية السلبية فكانت إهدار الوقت من خلال متابعة موضوعات وألعاب غير مفيدة لساعات طويلة على شبكات التواصل، والتعرّف على أفراد من الجنس الآخر يرفض

(1) محمد سليم الزبون، ضيف الله عودة أبو صعيليك، **الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن**، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية: الأردن، المجلد 7. العدد 2، 2014.

.

الكبار إقامة علاقة معهم، والإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي والشعور بالرغبة الملحة لمتابعتها لأوقات طويلة.

-وبينت النتائج أيضاً أن الآثار الاجتماعية والثقافية الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي تكون لدى الإناث أكبر منها لدى الذكور، بينما تكون الآثار الاجتماعية والثقافية السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الذكور أكبر من الإناث، وفقاً لتقديراتهم.

-وأوضحت نتائج الآثار النفسية (الايجابية والسلبية) أن العبارات التي حظيت على أعلى درجات الموافقة تمثلت في "أشعر بسعادة عند التواصل مع الأصدقاء القدامى" بنسبة 53% تليها "أشعر بأنني شخص ايجابي ومبادر عندما أشارك الآخرين مناسباتهم وهمومهم" بنسبة 47% وهي تعكس اتجاها ايجابيا نحو مواقع التواصل الاجتماعي على الآثار النفسية الإيجابية لاستخدام طلاب الجامعة الخليجيين.

ركزّت هذه الدراسة على الكشف عن الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن من الفئة العمرية من الخامسة عشرة حتى الثامنة عشرة.

ورغم كون الدراسة لم تكن متعمقة إلا أنها ساهمت في تكوين فكرة حول الموضوع، كما ساعدت الباحثة في الإجراءات المنهجية وفي ضبط الموضوع بشكل دقيق، وتختلف هذه الدراسة عن دراستنا في المنهج المستخدم، ومجتمع البحث وأهداف الدراسة.

4- دراسة الباحثة **أمل نبيل بدر تحت عنوان: الآثار الثقافية والاجتماعية والنفسية لاستخدام الشباب الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي**، الإمارات العربية المتحدة، 2015[1].

تهدف الدراسة إلى التعرف على الآثار الثقافية والاجتماعية والنفسية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الخليجي، والإشباعات المترتبة عن هذا الاستخدام، حيث يعتبر الشباب الفئة الأكبر استخداما للشبكات الاجتماعية، والتوصل إلى دوافع استخدام الشباب الجامعي الخليجي عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي انطلاقا من إشباع الاحتياجات الثقافية، ونفسية واجتماعية، كما كان الهدف من الدراسة هو قياس استخدامات الشباب الجامعي الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي.

(1) أمل نبيل بدر، **الآثار الثقافية والاجتماعية والنفسية لاستخدام الشباب الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي**، مجلة الحكمة، مؤسسة كنوز الحكمة: الجزائر، العدد 28، 2015.

حاولت الباحثة معالجة الموضوع بالإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ما الآثار الثقافية والنفسية والاجتماعية المترتبة على استخدام الشباب الخليجي لمواقع التواصل الاجتماعي؟

كما اعتمدت الدراسة على المسح الإعلامي بهدف دراسة الآثار النفسية والثقافية والاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي الخليجي لجامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا ممثلة في عينة متاحة قوامها 300 مفردة من الجنسين، واستخدمت الباحثة أداة الاستبيان بغرض الوصول إلى جمع المعلومات المطلوبة.

كما توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج المهمة أبرزها:

– التباين في نسب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين عينة الدراسة بين Instagram، وTwitter، وFacebook.

– تفضيل فئة المبحوثين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في وقت غير محدد للانشغال بمهمة أخرى.

– من الإشباعات المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هي التواصل مع الآخرين، تسهيل المحادثات بين الشباب، مناقشة برامج مع الآخرين.

تناولت هذه الدراسة الآثار الثقافية والاجتماعية والنفسية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الخليجي، والإشباعات المترتبة عن هذا الاستخدام، حيث ركزّت على الآثار النفسية والاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي، وقد استفدنا من الدراسة في ضبط اشكاليتنا، وفي تحديد أهداف الدراسة، إلا أن هذه الدراسة تناولت الشباب الجامعي الإماراتي، في حين دراستنا ركزت على الشباب الجزائري، بالإضافة إلى الاختلاف في أهداف الدراستين، وكذا المقاربات المستخدمة، حيث تميزت هذه الدراسة بالتركيز الواضح على نظرية الاستخدامات والاشباعات.

5- دراسة **خالد صالح محمود تحت عنوان: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي**[1] -تصور مقترح من منظور الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية-، مصر، 2012.

تهدف هذه الدراسة إلى بيان مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي من منظور الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية لدعم القيم لدى الشباب الجامعي في مصر.

اعتمد الباحث حسب تصوره على منهج المسح الاجتماعي، وللحصول على المعلومات المطلوبة استند الباحث للعديد من أدوات البحث أهمها:

- تحليل المحتوى السجّلات والوثائق للتعرف على مفردات الدراسة.

- تطبيق مقياس لقياس تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي.

- المقابلة مع الأخصائيين الاجتماعيين وبعض الخبراء في العمل مع الشباب.

طبقت أدوات البحث على عينة عشوائية من طلاب جامعة طنطا البالغ عددهم **80** طالب ذكور لمبررات ذكرها الباحث.

وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج نوجزها فيما يلي:

- شبكات التواصل الاجتماعي تؤدي إلى تنمية معارف الشباب الجامعي، وتوفير المعلومات الكافية عن أساليب المشاركة في المجتمع.

- شبكات التواصل الاجتماعي تدعم الاحترام المتبادل بين أفراد الأسرة، وترقي معارف الشاب بحقوقه وواجباته الأسرية.

- تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي إلى إضعاف الترابط الأسري وانهيار العلاقات الاجتماعية، وذلك لانشغال الشاب بشبكات التواصل الاجتماعي.

---

(1) خالد صالح محمود، **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي**، -تصور مقترح من منظور الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية-، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية: مصر، عدد 33، ج1، 2012.

تناولت هذه الدراسة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، وقد تقاطعت مع دراستنا في متغير الشبكات الاجتماعية، وقد استفدنا من هذه الدراسة في ضبط دراستنا وفي تحديد أهدافهما وتحديد الإجراءات المنهجية المختلفة وكذا في الجانب التطبيقي.

وقد اختلفت هذه الدراسة عن دراستنا في المتغير الثاني حيث درست القيم الاجتماعية في حين دراستنا تناولت العلاقات الاجتماعية بالإضافة إلى الاختلاف في أهداف الدراسة ومجتمع وتساؤلاتها وفي مجتمع البحث، وقد استفدنا من الدراسة في بلورة الإطار المنهجي من أجل تقديم دراسة أكثر عمقا تفسر الظاهرة كما هي على أرض الواقع.

- **الدراسات الجزائرية**

1- دراسة **إبراهيم بعزيز** تحت عنوان: **منتديات المحادثة والدردشة الإلكترونية: دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع**، وهي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، **2008/2007**.

واستهدف الباحث من خلال هذه الدراسة التعرف على دوافع استخدام منتديات المحادثة الإلكترونية، وكذا انعكاسات هذه المنتديات على الفرد والمجتمع، ومن أهم نتائج الدراسة ما يلي:[1]

وقد استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي وأداة الاستمارة، على 220 من مستعملي خدمة المحادثة الالكترونية في الجزائر العامة، مستعملا في ذلك العينة القصدية.

- تعتبر منتديات الدردشة فضاء للتفاعل والاتصال عن بعد، الشيء الذي أدى إلى نشأة علاقات كثيرة، منها ما بقي افتراضيا ومنها ما تحول إلى علاقة حقيقية مباشرة وتجسد في الواقع، ولذلك فهي أداة لإقامة روابط بين الأفراد ولتشكيل النسيج الاجتماعي.

- هناك علاقة ارتباطيه وطيدة بين الدخل واستعمال منتديات الدردشة بصفة خاصة، واستعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال بصفة عامة، فكلما زاد الدخل زادت نسبة الاستعمال والعكس صحيح.

- عامل السن كان له أثر كبير على عدة عوامل، فمثلا وجدنا أن صغار السن هم أكثر استعمالا لمنتديات الدردشة وأكثر إدمانا عليها، هم أكثر تعرضا لحملات ونشاطات بعض الجماعات المشبوهة

---

(1) إبراهيم بعزيز، **منتديات المحادثة والدردشة الإلكترونية: دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع**، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، **2008/2007**.

(المخدرات، الجنس، الإرهاب، جماعات السرقة...)، وهم أكثر من تعرض لمحاولات تنصيرية، واستعمالاتهم كانت لأغراض ترفيهية، وهم أكثر من أحدثت الدردشة تغييرا في حياتهم، ولهذا تعتبر فئة المراهقين والشباب من أكثر الفئات التي تنعكس عليها الدردشة الإلكترونية بالسلب.

– الشعور بالوحدة يتسبب في زيادة استخدام وسائل الاتصال، وأن هذه الزيادة في الاستخدام تزيد أكثر من انطواء الناس بوسائلهم وانعزالهم عن الغير، وبالتالي يزيد شعور الوحدة أكثر.

– هناك نسبة هامة من الأفراد الذين يستعملون منتديات الدردشة بصفة خاصة والإنترنت بصفة عامة لأغراض تثقيفية تعليمية، كما أن هناك عدة أطراف تستغل الإنترنت كمنبر للترويج لإيديولوجياتها وأفكارها، وإن هناك فجوة بين الإناث والذكور فيما يخص استخدام منتديات الدردشة بصفة خاصة والإنترنت بصفة عامة، وهذا يعود لعدة اعتبارات دينية، اجتماعية...

– من بين العوامل التي جعلت منتديات الدردشة من أكثر خدمات الإنترنت استعمالا: حرية التعبير غير المحدودة، إمكانية إخفاء الهوية (**Anonymat**)، تنوع طبيعة الأشخاص المشاركين من حيث لغاتهم، مستوياتهم، بلدانهم، أجناسهم...، توفر ما يسمى بتعدد الوسائط، حيث يمكن الكتابة والكلام والرؤية والاستماع، وكذلك انعدام الحواجز والرقابة الاجتماعية.

– إمكانية إجراء نقاشات وحوارات مع أشخاص من مختلف أنحاء العالم، من مكان واحد وبتكاليف منخفضة، وإمكانية التثقيف والتعليم من خلال الحديث مع أشخاص من مختلف المستويات، خاصة تحسين مستوى التحكم في اللغات الأجنبية، والتعرف على ثقافات وتقاليد الشعوب والدول المختلفة، كما أنها تساهم بشكل كبير في تشكيل الروابط والعلاقات الاجتماعية بين الأفراد والتعرف على أشخاص لهم اهتمامات مشتركة، وبالتالي التعاون وتبادل الخبرات كل في مجاله.

– يمكن للدردشة الإلكترونية أن تؤدي إلى انحراف السلوكات، وفساد أخلاق الشباب، خاصة إذا ما تعرضوا للمنتديات التي تعالج مواضيع إباحية، الإدمان،العزلة، التنصير...

– تقلص المدة المخصصة للدراسة والمطالعة، ونقص المردودية بالنسبة للأشخاص الذين يستعملونها في أماكن العمل وكذا انعكاساتها على الصحة والتي تترتب عن الجلوس لساعات متواصلة في وضعية واحدة.

– تقلص الأوقات التي يقضيها الأفراد مع الأهل والأصدقاء، وما يترتب عنها من تفكك اجتماعي وقطيعة بين الأفراد.

لقد ركزت هذه الدراسة على دوافع استخدام منتديات المحادثة والدردشة الالكترونية وانعكاساتها على الفرد والمجتمع، وهو ما يتقارب مع دراستنا حيث تعتبر الدردشة والمحادثة الالكترونية أحد أهم خدمات الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، ولكن دراستنا لا تتوقف عند هذا الحد وإنما تسعى للكشف عن دور هذه الشبكات الاجتماعية في إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية، حيث أن هناك اختلافا واضحا بين أهداف وتساؤلات الدراستين، وقد استفدنا من هذه الدراسة في بلورة الإطار المنهجي وفي صياغة أسئلة الإستمارة.

2- دراسة **الباحثة نوال بركات** تحت عنوان: **انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية:** دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين-، وهي أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم الاجتماع: جامعة بسكرة، **2016**.

وقد استهدفت الدراسة التعرف على عوامل وانعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات التي تربط المستخدمين الجزائريين مع محيطهم الاجتماعي[1]، وقد استخدمت الباحثة في دراستها المنهج الوصفي من خلال انتقاء عينة قصدية متمثلة في 1000 مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الجزائريين مستخدمة أداة الملاحظة واستمارة الاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1- توصلت الدراسة إلى أن أهم العوامل التي تمثل دافعا لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في: البحث والدراسة، ثم التواصل مع العائلة وتبادل المعلومات مع الأصدقاء، لتحاور وتبادل الآراء مع الآخرين، ثم للتعرف على أشخاص جدد...

2- تتعامل أعلى نسبة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الجزائريين مع أصدقائهم المقربين، يليهم الذين يتفاعلون مع زملاء الدارسة من خلال المواقع الاجتماعية، ويرجع ذلك لخصائص العينة التي تكونت من نسبة عالية من الطلبة المتفرغين للدارسة من مختلف الأطوار التعليمية، في حين تليها المستخدمين الذين يتعاملون مع الأهل والأقارب، أما من يتعاملون مع زملائهم في العمل فهم في آخر

(1) نوال بركات، **انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية -دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين-**، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية: جامعة بسكرة، 2016/2015.

الترتيب، كما أن هنا نسبة معتبرة ممن يتعاملون مع مستخدمين تعرفوا عليهم فقط على مواقع التواصل الاجتماعي.

3- وفي تحديد معيار اختيار الأصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي، وجدت الباحثة أن أساس علاقة الصداقة معيار أساسي، يليه أساس علاقة القرابة، تليها أساس الانسجام الفكري والاهتمام العلمي، ثم أساس الاهتمام المشترك نفي حين نسبة عالية من المستخدمين يقيمون علاقات الصداقة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة عشوائية ودون أي معيار محدد.

4- أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الجزائريين يقبلون طلبات الصداقة من الغرباء، وذلك من أجل تبادل الأخبار والمعلومات الجديدة أو للتعرف على أشخاص جدد ومن أجل التسلية وتمضية الوقت، وهم من فئة الذكور أكثر من الإناث، أما عن الذين لا يقبلون طلبات الصداقة التي تصلهم من أشخاص غرباء، فقد أرجعوا هذا لعدم الثقة فيهم وأنهم يتعمدون الإحراج ويسببونه.

5- بقي مستوى العلاقات الواقعية لدى أغلب المستخدمين الجزائريين على حاله كما كان قبل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، تليها النسبة التي أكدت أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى توسيع علاقاتهم الاجتماعية وزيادة عمقه.

6- أعلى نسبة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يرون أن مستوى علاقاتهم الافتراضية جيد، يليها من يرون أن مستوى علاقتهم متوسط.

7- أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الجزائريين يفضلون العلاقات الاجتماعية الواقعية، يليهم الذين يفضلون النوعين معا، حيث تتأرجح عندهم العلاقات الاجتماعية بين النمط الافتراضي والنمط الواقعي، في حين أن نسبة قليلة من يفضلون النمط الافتراضي للعلاقات الاجتماعية.

8- أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لا يشعرون بتفاعل كبير ومهم في علاقاتهم الافتراضية مقارنة بعلاقاتهم الواقعية، حيث أكد المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدتهم في التنفيس والتعبير وبكل حرية.

9-استفاد أغلب مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي الجزائريين من استخدامها في التواصل مع أقاربهم البعيدين مكانيا، وكذا المقيمين خارج الجزائر.

10-أقرّ أغلب مستخدموا مواقع التواصل الاجتماعي الجزائريين بأن نشاطاتهم في المناسبات العائلية بدأت تقل منذ أن بدئوا استخدام المواقع الاجتماعية وإلغائهم لحضورهم ومشاركتهم أفراد أسرهم وأقاربهم في العديد من المناسبات العائلية.

11-نسبة معتبرة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي أكدوا أنها ساعدتهم على معرفة اهتمامات أفراد أسرهم، وتبين هذه النتائج الدور الكبير الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تجسيد القرب الافتراضي بين المستخدم وأفراد أسرته الذين يتواصل معهم.

12-استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التواصل مع جيرانهم مما أدى إلى تقليل فرص الجلوس معهم وتبادل أطراف الحديث وجها لوجه، فهم يقضون وقتا في الدردشة مع جيرانهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه.

13- يتواصل مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي الجزائريين مع زملائهم في الدراسة و/أو العمل عبر هذه المواقع، وتساعدهم هذه المواقع أيضا على التواصل مع زملائهم الذين درسوا معهم سابقا.

14-يساعد التواصل مع زملاء الدراسة الطلبة الجزائريين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الدروس وفهمها وفي إنجاز البحوث والواجبات الدراسية.

15-تساعدهم مواقع التواصل الاجتماعي على معرفة مختلف اهتمامات وانشغالات زملائهم في الدراسة و/أو العمل، وأنهم منذ بدؤوا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قلّت لقاءاتهم مع زملائهم بعد أوقات العمل و/أو الدراسة، كما أصبحوا لا يمارسون الرياضة ولا يسجلون في النوادي الرياضية والثقافية ولا يشاركون في الرحلات والنشاطات مع زملائهم.

استهدفت هذه الدراسة التعرف على عوامل وانعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات التي تربط المستخدمين الجزائريين مع محيطهم الاجتماعي، وتعد هذه الدراسة الأقرب لموضوع بحثنا مع اختلاف في زاوية التناول، وفي المقاربات النظرية وفي أهداف الدراسة والمنهج المستخدم، وقد مكنتنا من أخذ نظرة عن مجتمع البحث، إضافة إلى مساعدتنا في بلورة الجانب التطبيقي للدراسة والاستفادة من النتائج التي توصلت إليها الباحثة في صياغة وضبط دراستنا.

3- دراسة **الباحثة صونية عبديش** تحت عنوان: **الشبكات الاجتماعية على الإنترنيت**[1]: دراسة مسحية لمستخدمي الفايسبوك من طلبة جامعات الجزائر العاصمة (1 و2 و3) 2014/2013.

استهدفت الدراسة التعرف على واقع استخدام طلبة جامعات الجزائر العاصمة1و2و3 للشبكة الاجتماعية على الإنترنت الفايسبوك، مستخدمة في سبيل تحقيق ذلك منهج المسح..وأداتي الملاحظة بالمشاركة واستمارة الاستبيان على 905 من المبحوثين من طلبة جامعات الجزائر (1و2 و3) وتوصلت الباحثة إلى النتائج التالية:

1- اتجاه أغلب مفردات العينة إلى استخدام لغة الدردشة المبتكرة على الفايسبوك، إذ تصدرت الأحرف اللاتينية للحديث بالعربية الدارجة المرتبة الأولى، في حين احتلت إيقونات العواطف المرتبة الثانية، كما تستخدم اللغة الفرنسية أثناء النشاط على الموقع.

2-كما توصلت الباحثة أن اغلب المبحوثين غير مدمنين على الفايسبوك، فأغلبيتهم لا يقضون 5 ساعات في اليوم بالاتصال بحسابهم.

3- النسبة الغالبة من المستجوبين يميلون إلى استخدام الفايسبوك لنسج علاقات الصداقة، ثم علاقات التعاون ، دراسة، تبادل الخبرات...إلخ (لتأتي العلاقات الأخرى) علاقات قرابة، النسب: امتداد للعلاقات الاجتماعية الطبيعية ...فالعلاقات العاطفية في المراتب الأخيرة.

لاحظت الباحثة كذلك أن العلاقة بين استخدام الفايسبوك ورأس المال الاجتماعي غير واسعة لدى المبحوثين، كما كشفت نتائج البحث أن الكثير من أفراد العينة لا يثقون في أصدقائهم الفايسبوكيين، لكن هذا لم ينف كون أغلبيتهم ونظرا لاندماجهم وتفاعلهم مع أصدقائهم يحسون بالانتماء والولاء للمجتمعات الافتراضي، وهذا أساسا بسبب التمكن من الحديث والتعبير في كل المواضيع دون قيود، أنها سبب تقاسم نفس الأذواق والأهداف والاهتمامات والمصالح المشتركة، بالإضافة إلى الشعور بحميمية العلاقات مع الأصدقاء الفايسبوكيين، وأخيرا تقاسم نفس الاعتقادات والعادات والقيم.

(1) صونية عبديش، **الشبكات الاجتماعية على الأنترنيت -دراسة مسحية لمستخدمي الفايسبوك من طلبة جامعات الجزائر العاصمة (1و2و3) 2014/2013**، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية: جامعة الجزائر 3، 2015/2014.

4- تبين أن العلاقات الاجتماعية الافتراضية عبر الفايسبوك، فرصة للعلاقات الاجتماعية الكلاسيكية، وهذا لكونه أساسا يعمل على توسيع الشبكة الاجتماعية للأفراد والقضاء على العزلة، وعبرت النسبة المتبقية عن كون العلاقات الاجتماعية عبر الفايسبوك تهديد للعلاقات الاجتماعية.

5-لا يفشي أغلبية أفراد العينة بذاتهم على موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك؛ على أن تبقى نسبة من أجاب بالإيجاب على سؤالنا معتبرة .

6- أجاب أغلبية الطلبة بأن إعدادات الخصوصية على الفايسبوك غير كافية لحماية معلوماتهم ما قد يبرر كون النسبة الغالبة منهم يستخدمون هويات مستعارة للتستر وراءها، علما بأن أغلبيتهم يستخدمون إسما غير حقيقي مع صورة غير شخصية، تجسيدا لهويتهم المستعارة في حين يستخدم آخرون اسما حقيقيا مع صورة غير شخصية، أما النسبة المتبقية من مجموع العينة، فتمثل من يعتمد على تجسيد هوية مستعارة، من خلال اسم غير حقيقي مع صورة شخصية، واختار أغلبية المبحوثين هويات مستعارة خوفا من الوقوع فريسة في القرصنة الحاسوبية والاختراق والاحتيال والتجسس، في حين احتل المرتبة الثانية سبب الفضول والتسلية.

ارتكزت الدراسة على الشبكات الاجتماعية على الإنترنيت وقد تقاطعت مع دراستنا في المنهج وأدوات جمع البيانات، إلا أنهما اختلفا في أهداف الدراسة وتساؤلاتها، مع هذه الاختلافات بين الدراستين إلا أننا استفدنا من الدراسة في تكوين في تكوين قاعدة معرفية عن الموضوع، وكذا في الإطار التطبيقي، ومثّلت النتائج التي توصلت إليها الباحثة نقطة انطلاق لدراستنا.

6- تحديد مفاهيم الدراسة:

لا تخلو أي دراسة من مجموعة من المفاهيم التي تشكل مفاتيح لاستيعابها، والتعمق في مختلف جوانبها، وتتمثل أهم مفاهيم دراستنا في:

1- الشبكات الاجتماعية:

1-1- لغة:

-شَبَكَ الخُيُوطَ": أَدْخَلَ بَعْضَهَا فِي بَعْضٍ، والشبكة: خُيُوطٌ مُتَشَابِكَةٌ تُسْتَعْمَلُ لِصَيْدِ السَّمَكِ، شَرَكَةٌ[1].

1-2- إصطلاحا: تعرف على أنها "إحدى تطبيقات الويب التي تتركز على إنشاء مجتمعات من أفراد ذو اهتمامات مشتركة، توفر طرقا متعددة للتفاعل بين مشتركي الشبكة، وتنحصر الشبكات الشهيرة في "فايسبوك" **"Facebook"**، "فرندستر" **"Friendster"**، "اوركت" **"Orkut"**، و"ماي سبيس" **"MySpace"**"[2].

1-3-إجرائيا: ومن هنا يمكن الوصول إلى تعريف إجرائي لمواقع الشبكات الاجتماعية على أنها: أحد تطبيقات الجيل الثاني للويب **"Web 2.0"**، تتسم بقدر كبير من التفاعلية والديناميكية، بما يمكن المستخدمين الأعضاء من ربط اتصالات وتكوين صداقات مع أشخاص آخرين، كما تمكنهم من تحميل مختلف أنواع الملفات (نصوص، فيديو، صور...)، ومشاركتها مع غيرهم ممن يقاسمونهم نفس الاهتمامات.

وقد استخدمنا مفهوم الشبكات الاجتماعية للاختصار، كون المفهوم الأدق هو الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، والشبكات الاجتماعية هو مفهوم قديم عرف في علم الاجتماع إلا أنه استعير للدلالة على ظاهرة اتصالية اجتماعية جديدة، ومن هنا يذهب بعض الباحثون إلى التفريق بين المفهومين بإضافة بعض الكلمات التي لها علاقة بالإنترنت للدلالة على هذا النوع من المواقع، بحيث أصبحت عبارات مثل "الشبكات الاجتماعية على الإنترنت" "Online Social Network"، أو مواقع الشبكات الاجتماعية" " Social Network Site" تستخدم للدلالة على هذه الظاهرة الجديدة.

---

(1) عبد الغني أبو العزم، **معجم الغني**، متاح على الموقع: https://www.almeshkat.net/book/8122، (2017/01/10، 22:00).

)2(San Murugesan, **Handbook of Research on Web 2.0, 3.0, and X.0: Technologies, Business, and Social Applications**, Information science reference: New York, 2010, p 612.

2- نمط العلاقات الاجتماعية:

2-1-لغة:

- **النمط:** جاء في المعجم الوسيط أن النمط قد يقصد به الطريقة أو الأسلوب، وقد يقصد به الصنف أو النوع أو الطراز من الشيء. فالنمط هو الطريقة والنموذج والصنف، نقول على نمط واحد أي على طريقة واحدة ومن نمط واحد أي من نوع واحد[1]، وجمع أنماط ونماط: الطريقة، المذهب نمط في الكتابة أو العمل[2].

العلاقة ج علائق: الارتباط ، الصداقة، الخصومة، الحب، ما تعلق به الإنسان من صناعة أو معيشة أو غيرهما[3].

2-2-إصطلاحا:

يشير مصطلح العلاقات الاجتماعية إلى "نسق معين ثابت يشمل طرفين (سواء كانا فردين أو جماعتين) تربطهم مادة معينة أو مصلحة أو اهتمام معين، أو قيمة معينة تشكل قاعدة لتفاعلهم...ويمكن القول بشكل آخر أن العلاقات الاجتماعية هي نسق التفاعل المنظم بين شريكين على أساس خطة محددة"[4].

2-3-إجرائيا:

ومنه يمكن تعريف نمط العلاقات الاجتماعية في دراستنا على أنه: الصنف أو الشكل الذي تتخذه العلاقات الاجتماعية أو هو الروابط التي تربط بين شخصين أو أكثر وتنتج عن التفاعل المتبادل بينهم والمستمر، سواء في شكل مشاعر، عواطف، أفكار، أحاسيس...، وتحكمها مجموعة من القواعد والمعايير، وقد تأثرت هذه العلاقات بالتكنولوجيا الحديثة والشبكات الاجتماعية بشكل خاص مما غير في شكلها وطبيعتها.

---

(1) إبراهيم مصطفى وآخرون، **معجم الوسيط** ، ط4، مكتبة الشروق الدولية: بيروت ، 2004، ص 955 .

(2) جبران مسعود، **الرائد**، ط7، دار العلم للملايين: بيروت، 1992، ص 463.

(3) المرجع نفسه، ص 822.

(4) جمال مجدي حسنين، **سوسيولوجيا المجتمع**، دار المعرفة الجامعية: الإسكندرية، 2007، ص 99.

3- الشباب:

3-1-لغة:

جاء في القاموس المحيط الشباب: الفتاء، كالشبيبة، وجمع شاب، كالشبان: أول الشيء[1]، وجاء في معجم الوسيط الشاب : من أدرك سن البلوغ، ولم يصل إلى سن الرجولة، والشباب : الفتاء والحداثة، وشباب الشيء أوله[2].

3-2-اصطلاحا:

نستنتج أن الشباب هي أوج مراحل الإنسان، وهي المرحلة التي تتميز بالقوة والنشاط، والحيوية، وفي هذا الإطار "يرى علماء الاجتماع أن مرحلة الشباب هم كل من يدخل في فئة السن من (15 إلى 25 سنة) ويبنون رأيهم على أساس أن أولئك قد تم نموهم الفسيولوجي أو العضوي، بينما لم يكتمل نموهم النفسي والعقلي اكتمالا تاما بعد، وبالتالي فهم في مرحلة وسط بين الطفولة والرجولة الكاملة"[3]، ويتميز أفراد هذه الفئة ببعض المميزات والخصائص النفسية والاجتماعية والثقافية التي تجعلهم يختلفون عن الفئات الاجتماعية الأخرى.

3-3-إجرائيا:

ولا شك أن دراسة الشباب تركز عادة على تقسيم المراحل العمرية، ولهذا فقد تناولنا في دراستنا الفئة التي تبدأ من 18 إلى 35 سنة لنأخذ أطول مرحلة عمرية ممكنة تمثّل هذه الفئة، والتي تتميز عموما بالقوة والحيوية والنشاط والرغبة في التجديد، وكسر الروتين، وكذا البحث عن المكانة واعتراف الآخرين، وربط علاقات مع الآخرين وبالتالي فهم أكثر الفئات إقبالا على استخدام الشبكات الاجتماعية حسب ما أثبتته الكثير من الدراسات.

(1) مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز آبادي، **المحيط:** الحديث، القاهرة، 2008، ص 832.

(2) إبراهيم مصطفى وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 470.

(3) سمير لعرج، **دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية**، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2007/2006، ص 04.

7-منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

تندرج هذه الدراسة ضمن نوع الدراسات الوصفية، التي تهدف إلى البحث عن معلومات حول ظاهرة لم تتناول بالدراسة العلمية المتخصصة، قصد التعرف عليها أكثر وإلقاء الضوء على مختلف جوانبها، وبالتالي الوصول إلى تعميمات حول الظاهرة المدروسة، والهدف من الأبحاث الوصفية هو "الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن الموضوع محل الدراسة، كما هو في الحيز الواقعي، أي وصف ما هو موجود في الواقع من زوايا مختلفة محققة للأهداف المتوخاة من إجراء دراسة، دون التدخل في بحث الأسباب الكامنة وراء وجود الظاهرة المدروسة في هذه الوضعية أو تلك...الخ، أو التحكم فيها بصورة جزئية أو كلية.

وهنا لا بد من الإشارة إلى أن الدراسات الوصفية، ليست مجرد جمع للبيانات عن الواقع المدروس فقط...بل هي أيضا عملية تصنيف هذه البيانات إلى عناصرها الرئيسية والفرعية، وتفسيرها تفسيرا شاملا، من أجل استخلاص النتائج في شكل دلالات تساعد على الوصول إلى تعميمات حول المواقف المدروسة، وعلى بناء الأرضية التي يقوم عليها وضع الفرضيات، بالنسبة للدراسات التفسيرية للعلاقات السببية"[1].

ويعرّف المنهج عموما على أنه: "فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة حين نكون بها جاهلين، وإما من أجل البرهنة عليها للآخرين حين نكون بها عارفين"[2]، ولا شكّ أن "اختيار المنهج المناسب للدراسة يرتبط بطبيعة المشكلة المبحوثة، والمجال الذي تنتمي إليه، وكذا الإمكانيات المتاحة لدى الباحث"[3]، ونظرا لطبيعة الدراسة المتمثلة في التعرف على دور الشبكات الاجتماعية في مجال إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية، فإن المنهج المناسب لهذا النوع من الدراسات هو منهج المسح الوصفي، كونه الأنسب لجمع المعلومات والبيانات عن الظواهر ووصفها وصفا دقيقا من كل جوانبها من أجل التعرف على الظاهرة والوصول إلى تعميمات حولها.

---

(1) أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال**، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر، 2005، ص 51.

(2) عمار بوحوش، محمد محمود الذنيبات، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر، 2009، ص 99.

(3) أحمد بن مرسلي، مرجع سبق ذكره، ص 285.

ويعرف المسح الاجتماعي على أنه: "الدراسة العلمية لظروف المجتمع وحاجاته بقصد الحصول على بيانات ومعلومات كافية عن ظاهرة معينة وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعميمات بشأنها"[1].

وقد عرفه الباحث "ذوقان عبيدات" على أنه "المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها"[2]، ويستهدف المسح الوصفي تصوير وتوثيق الوقائع والحقائق الجارية، ويهتم في مجال دراسة جمهور المتلقين بوصف حجم وتركيب هذا الجمهور، وتصنيف الدوافع والحاجات، والمعايير الثقافية والاجتماعية، وكذلك الأنماط السلوكية ودرجاتها أو شدته، ومستويات الاهتمام والتفضيل"[3]، فهو "يحاول أن يصوّر أو يوّثق الظروف أو الاتجاهات الحالية، وهذا يعني أن تفسر ما هو موجود في هذه اللحظة"[4]، وهو ما نبحث عنه من خلال دراستنا أي توصيف وتفسير النمط السائد حاليا من العلاقات الاجتماعية في ظل استخدام الشبكات الاجتماعية، وما أحدثته هذه الأخيرة على تركيبة المجتمعات وعلى خارطة العلاقات الاجتماعية فيها.
وقد اعتمدنا في بحثنا على الأدوات التالية:

1- الملاحظة:

"وهي أداة وتقنية مباشرة للتقصي تستعمل عادة في مشاهدة مجال المجموعة محل الدراسة مؤسسة، جمعية...الخ بصفة مباشرة، وذلك بهدف أخذ معلومات كيفية من أجل الفهم المعمق للوضع والوسط الذي يعيشون فيه بكل شموليات‌ه"[5]، وهي"المشاهدة والمراقبة الدقيقة لسلوك ما أو ظاهرة معينة في ظل ظروف وعوامل بيئية معينة بغرض الحصول على معلومات دقيقة لتشخيص هذا السلوك أو هذه الظاهرة، كذلك

(1) فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، **أسس ومبادئ البحث العلمي**، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية: الإسكندرية، 2002، ص 94.

(2) أحمد بن مرسلي، مرجع سبق ذكره، ص 286.

(3) محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط2، عالم الكتب: القاهرة، 2004، ص 159.

(4) روجر ويمر، جوزيف دومينيك، **مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي**، تر: صالح أبو أصبع، فاروق منصور، المنظمة العربية للترجمة: بيروت، 2013، ص 328.

(5) سعد سلمان المشهداني، **مناهج البحث الإعلامي**، دار الكتاب الجامعي: العين، 2017، ص 118.

يقصد بالملاحظة :الانتباه المقصود والموجه نحو سلوك فردي أو جماعي معين، بقصد متابعته ورصد تغيراته ليتمكن الباحث من وصف السلوك فقط، أو وصفه وتحليله، أو وصفه وتقويمه[1].

فالملاحظة العلمية هي:"المشاهدة الحسية المقصودة والمنظمة والدقيقة للحوادث والأمور والظواهر، بغية اكتشاف أسبابها وقوانينها ونظرياتها، عن طريق القيام بعملية النظر في هذه الأشياء والأمور والوقائع، وتعريفها وتوصيفها وتصنيفها في أسر وفصائل"[2].

وفي موضوعنا اعتمدنا على أداة الملاحظة لتقصي معلومات حول موضوع الشبكات الاجتماعية وتشكيل نمط العلاقات الاجتماعية، وقد حاولنا مشاهدة ومراقبة التفاعل بين المستخدمين داخل المجتمعات الافتراضية، ومحاولة التقصي عن الظاهرة من أجل تحليلها ورصدها في الواقع، وقد استخدمنا كلا من الملاحظة من دون مشاركة: من خلال محاولة مراقبة سلوك مستخدمي الفايسبوك على مدى سنوات الدراسة، وأسلوب تعبيرهم وكيفية تفاعلهم وتواصلهم مع بعضهم البعض، عن بعد دون تدخل الباحث من أجل رصد الظاهرة كما هي في الواقع.

كما استعانت الباحثة بالملاحظة بالمشاركة من خلال الاحتكاك المباشر بمستخدمي الفايسبوك وجمع معلومات عنهم، ونمط العلاقات الاجتماعية المتشكل لديهم وكيف ساهم في إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية، وقد استفدنا من المعلومات التي قمنا بجمعها في فهم الظاهرة أكثر والاقتراب منها، كما ساعدت الباحثة في تكوين رؤية حول الموضوع وضبطه ضبطا دقيقا.

2- استمارة الاستبيان:

يعرف الاستبيان على أنه "مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق"[3].

---

(1) عبد الخالق محمد علي، **خطوات نحو بحث النهج الإعلامي**، دار المحجة البيضاء: بيروت، 2010، ص 119.

(2) عمار بوحوش، محمد محمود الذنيبات، مرجع سبق ذكره، ص 67.

(3) المرجع نفسه، ص 67.

وبالنسبة لدراستنا قمنا بتصميم استمارة استبيان تغطي جميع محاور الدراسة، وذلك بالاستفادة من الدراسات السابقة وكذا عرضها على الأستاذ المشرف والأساتذة المحكمين، للوصول إلى الشكل النهائي للاستمارة، والذي يشمل ثلاث محاور: خصصنا المحور الأول لطبيعة العلاقات الافتراضية عند الشباب الجزائري على الفايسبوك وذلك من السؤال رقم 1 إلى السؤال رقم 11، والمحور الثاني لمساهمة مكونات الهوية الافتراضية في إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية وذلك من السؤال رقم 12 إلى السؤال رقم 23 ، ومحور ثالث خصصناه للعلاقة بين التفاعل الافتراضي وإعادة تشكيل نمط العلاقات الافتراضية عند الشباب الجزائري وذلك من السؤال رقم 24 إلى السؤال رقم 34.

وقد اعتمدنا الاستمارة اليدوية التي تسلم إلى المبحوث باليد، لكون أفراد العينة ينتمون إلى مجتمع افتراضي يتسم بالضبابية والمجهولية، وبالتالي كان هذا النوع الأنسب لاختيار المفردات حسب الخصائص التي حددتها الباحثة مسبقا.

- صدق أداة الدراسة:

للتأكد من صحة استمارة الاستبيان وصلاحيتها للتطبيق، ومدى تحقيقها لأهداف الدراسة، تم الاعتماد على صدق المحكمين للاستئناس بآرائهم، ولمعرفة مدى قدرة الأداة على قياس ما أعدّت لقياسه، وذلك من حيث علاقة استمارة الاستبيان بتساؤلات الدراسة وفروضها وأهدافها، وكذا من حيث دقة الصياغة اللغوية للأسئلة، وترتيبها ومن هنا قمنا بعرضها على عدد من الأساتذة المتخصصين* من مختلف الجامعات الجزائرية والعربية، وقد خضعت لبعض التعديلات بناء على الملاحظات المقدمة للوصول إلى الشكل الأخير للإستمارة.

*** الأساتذة المحكمون هم: أ.د جمال العيفة، جامعة باجي مختار –عنابة-**
د. أحمد عبدلي، جامعة الأمير عبد القادر
د.أحمد فلاق، جامعة الجزائر 3
د. رضوان سلامن، المدرسة العليا للصحافة
أ.د وائل إسماعيل عبد الباري جامعة عين شمس مصر
د.يوسف جوادي، جامعة بسكرة

وقد قمنا بالاختبار القبلي لاستمارة الاستبيان قبل توزيعها على 40 مفردة ما يمثل أكثر من (10%) من مجموع مفردات العينة، من أجل التأكد من مدى فهم المبحوثين للأسئلة واستيعابها، وقد لا حظنا بعد تفريغ استمارات الاختبار القبلي استجابة مقبولة جدا من طرف المبحوثين مما يؤكد جاهزيتها للتوزيع النهائي.

-المعالجة الإحصائية:

إن تحقيق أهداف الدراسة مرتبط إلى حد بعيد باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، والتي تمكن من تقديم تفسيرات واقعية للظاهرة، وقد استخدمنا في معالجة البيانات إحصائيا برنامج (Spss)، وتم تطبيق مجموعة من الأساليب الإحصائية:

1- الإحصاء الوصفي: كالتكرارات والنسب المئوية.

2- ($كا^2$) لجودة التطابق وذلك للكشف عن دلالة الفروق بين التكرارات المشاهدة والمتوقعة.

3- ($كا^2$) للإستقلالية وتم استخدامها في الجداول المركبة للتعرّف على الفروق في الإجابات حسب متغيرات الدراسة، كونها الأنسب للتعامل مع البيانات الاسمية.

08- مجتمع الدراسة وعينته:

يعرف مجتمع البحث على أنه "جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها"[(1)]، "ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر المجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته"[(2)] .

ومجتمع البحث المستهدف في دراستنا هو مستخدمي الفايسبوك من الشباب الجزائري، والذين تتراوح أعمارهم بين (18 و35 سنة)، ونظرا لضخامة مجتمع البحث من حيث العدد الهائل لمفرداته إضافة إلى انتشاره على رقعة جغرافية واسعة جدا، مما يصعب من عملية مسح مفرداته، لجأنا إلى "التركز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والإقتراب منه لجمع البيانات، والذي يعتبر عادة -حسب محمد

(1) سمير محمد حسين، **بحوث الإعلام**، عالم الكتب: القاهرة، 2006، ص 292.

(2) محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، مرجع سبق ذكره، ص 130.

عبد الحميد- جزء ممثلا للمجتمع المستهدف، ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها"[1] ، فكان اختيارنا لمجتمع بحث ضمن بلدية بسكرة (عاصمة الولاية)، وذلك لعدة أسباب حيث لا يوجد فروق واختلافات فيما يخص استخدام الفايسبوك لدى الشباب بين بسكرة وغيرها من البلديات والولايات الأخرى، فقد ساهمت التكنولوجيا الحديثة في تحويل العالم إلى قرية كونية، كما ساهمت في إلغاء كل أشكال الحدود بين المناطق وحتى الدول، كما أن غياب إحصائيات دقيقة حول استخدام الفايسبوك بين الولايات الجزائرية يجعل عملية ترجيح ولاية على أخرى غير مبرر علميا، كما أننا لا نهدف من خلال دراستنا إلى التمثيل الإحصائي الدقيق لمجتمع البحث.

ونظرا لأن دراسة كل المجتمع المستهدف أو حتى المتاح هي من الأمور شبه المستحيلة خصوصا في دراسات الإعلام والاتصال، كونها غالبا ما تتم على مجتمعات كبيرة الحجم، قد يلجأ الباحث في بعض الأحيان إلى دراسة العينات التي تعتبر من الدراسات الأساسية في بحوث الإعلام "نظرا لأن الباحث يعتمد في إجراء دراساته على اختيار عينات تمثل مجتمع البحث تمثيلا صحيحا، على أساس أنه من الصعب -إن لم يكن من المستحيل- في بعض الحالات إجراء الدراسة على المجتمع الأصلي بأكمله، فضلا على أن الاختيار العلمي الدقيق للعينة يؤدي إلى الوصول إلى نتائج متماثلة مع نتائج دراسة كل مفردات المجتمع الأصلي عن طريق الحصر الشامل بأخطاء عشوائية محسوبة حسابا دقيقا، مما يؤدي إلى توفير الوقت والجهد والاقتصاد في النفقات، والسرعة في التوصل إلى النتائج البحثية المطلوبة"[2]، وتعرف العينة على أنها: "الجزء الذي يختاره الباحث، وفق طرق محددة، ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما"[3].

وبالنسبة للعينة المناسبة لدراستنا فقد واجهنا في البداية صعوبات في اختيار النوع المناسب لدراستنا، كوننا نتعامل مع مجتمع بحث كبير وغير واضح وضبابي وهي خاصية مميزة للمجتمعات الافتراضية عامة، ومن هنا وقع اختيارنا على العينة المساحية الحصصية، حيث يتم انتقاء المفردات على مرحلتين،

(1) محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، مرجع سبق ذكره، ص 130.

(2) سمير محمد حسين، مرجع سبق ذكره، ص 291.

(3) أحمد بن مرسلي، مرجع سبق ذكره، ص 170.

بحيث قمنا في المرحلة الأولى باختيار 05 أحياء ممثلين بذلك كل مناطق البلدية، ليتم سحب المفردات بالطريقة الحصصية في المرحلة الثانية.

والعينة المساحية يتم على أساسها "تقسيم المجتمع إلى مساحات أو أقاليم أو مناطق أو قطاعات جغرافية، ثم يختار من كل منها تجمعا تختار من بينه مفردات العينة"[1] ، "وهذه العينة ذات أهمية كبيرة عند الحصول على عينات تمثل المناطق الجغرافية، وهذا النوع من العيّنات لا يتطلب قوائم كاملة بجميع مفردات البحث في المناطق الجغرافية، هذا وتختار المناطق الجغرافية نفسها عشوائيا، ولكن يجب أن تمثّل في كل منطقة مختارة كل الفئات المتمايزة لمفردات البحث في حالة أن يتطلب ذلك"[2] .

ومنه فقد قمنا في المرحلة الأولى تقسيم بلدية بسكرة إلى خمس مناطق (الشمال، الجنوب، الشرق، الغرب، والوسط) وذلك لضمان تمثيل العينة لكل المناطق الجغرافية للبلدية، ثم اختيار حي من أكبر الأحياء على مستوى كل منطقة، **وقمنا باختيار 72 مفردة على مستوى كل حي من الأحياء**، على النحو التالي:

-المنطقة الشمالية: حي المجاهدين

-المنطقة الجنوبية: حي باب الضرب

-المنطقة الشرقية: حي العالية

-المنطقة الغربية: حي السعادة

-المنطقة الوسطى: حي الضلعة

وتعتبر العينة الحصصية من العينات التي "تستخدم في الأبحاث ذات المجتمعات الواسعة، التي لا يتمكن الباحث في دراستها من حصر مفرداتها في شكل قوائم، لاستحالة هذا الحصر، أو لضخامة تكاليف انجازه، من حيث الوقت والإمكانيات المادية"[3].

وبالنسبة لدراستنا فيتوفر في مجتمع البحث خاصية الضخامة، وعدم وجود القائمة الكاملة لمجتمع البحث، إضافة إلى عدم توفر المعطيات الإحصائية الأساسية عن هذا المجتمع، ومنه فقد قمنا بتقسيم عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة بطريقة الحصص المتساوية، "حيث أن اختيار التمثيل في العينة

(1) محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، مرجع سبق ذكره، ص 140.

(2) ينال حمادي، **مناهج وأساليب البحث العلمي**، دار أمجد للنشر والتوزيع: عمان، 2014، ص 85.

(3) أحمد بن مرسلي، مرجع سبق ذكره، ص 191.

الحصصية لا يتم بناء على حجم المجتمع الأصلي، لأن هذا الأخير غير معروف المفردات ...لذا يقوم الباحث بتحديد حجم العينة في إطار ما يحقق له الأهداف النهائية للبحث، وفي حدود الإمكانيات المادية والزمنية المتوفرة له"[1].

ونظرا لعدم وجود شروط ومعايير واضحة ومحددة لتحديد حجم العينة الأنسب لمثل هذا النوع من الدراسات وإنما يترك المجال للباحث لاختيار نوع العينة الذي يحقق أهداف دراسته، وفق ما يتاح له من إمكانيات، من هنا حددنا حجم العينة بـ (360 مفردة)، مقسمة بالتساوي بين مناطق البلدية، وبعد أن قمنا بتقسيم حجم العينة المتمثل في 360 مفردة على الأحياء الخمس (05) السابقة الذكر، قمنا في هذه المرحلة بتقسيم العينة على مستوى كل حي من الأحياء، حيث قسمنا (72) مفردة لكل حي حسب متغيرات الدراسة بطريقة الحصص المتساوية 50% لكل حصة (متغير الجنس: 36 مفردة لكل جنس)، (متغير السن: 24 مفردة لكل فئة عمرية)، (متغير المستوى التعليمي: 18 مفردة لكل مستوى تعليمي)، ونفس الطريقة على باقي الأحياء الأربع.

وقد اعتمدنا هذه الطريقة من أجل تمثيل كل فئات مجتمع البحث ومناطقه، ولكون مجتمع بحثنا يتسم بالضبابية والمجهولية وهي الخاصية التي تميز مجتمعات الإنترنت عموما، مما يصعب الوصول إلى مفردات العينة، بالخصائص التي حددتها الباحثة سابقا إذا اعتمدنا نوع آخر من العينات، ولأن ما يهمنا ليس التمثيل الإحصائي الدقيق لمجتمع البحث، وإنما البحث عن معلومات تفصيلية من أجل توصيف الظاهرة وتفسيرها، والمقارنة بين إجابات المبحوثين حسب كل متغير من متغيرات الدراسة.

09- المداخل النظرية للدراسة:

اعتمدنا في دراستنا على مجموعة من المداخل النظرية، التي لها علاقة بالموضوع والتي تعد بمثابة دعامة أساسية توجه الباحث في تناوله لموضوع نمط العلاقات الاجتماعية السائد حاليا، بعد ظهور ما يعرف بمواقع الشبكات الاجتماعية وما لعبته من دور في إعادة تشكيل نمط هذه العلاقات بين الشباب، ومن هنا نتعرض لهذه المداخل الثلاث:

(1) أحمد بن مرسلي، مرجع سبق ذكره، ص ص، 191-192.

1- نظرية الاستخدامات والإشباعات:

"تهتم نظرية الاستخدامات والاشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال الأربعينات من القرن **(20)**، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام"[1]، "وقد طرح أصحاب هذه النظرية سؤالا مغايرا لما كان سائدا: وهو ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟"[2]، "بدل السؤال الذي كان سائدا: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالناس؟ وهو الاتجاه الذي تبنته نظرية الرصاصة السحرية التي ترى في الجمهور كتلة خاملة تنتظر بسلبية أن تتلقى المعلومات التي يعممها الإعلام من أجل أن تستوعبها وتتبنى مضامينها متبعة سلوكا متشابها بالنسبة للجميع"[3].

وترى النظرية "أن الأفراد يوظفون- بفعالية- مضامين الرسائل الإعلامية والاتصالية بدلا من أن يتصرفوا سلبيا اتجاهها، ومن ثم فإن هذا المدخل لا يفترض وجود علاقة مباشرة بين الرسائل الإعلامية والاتصالية والتأثيرات على الجمهور، ويفترض بدلا من ذلك أن الجمهور يستخدم الرسائل لأمور كثيرة وتلك الاستخدامات تلعب كعوامل (متغيرات متداخلة في مصطلح مناهج البحث) وسيطة في عملية التأثير"[4].

ومنه فقد "حاولت هذه النظرية أن تبحث عن العديد من الإجابات للأسئلة التالية: لماذا يستخدم الناس المنتجات الإعلامية؟ وما هي الاشباعات التي يحققونها؟ ولهذا فإنه مقارنة بالدراسات التقليدية لتأثير وسائل الإعلام والاتصال، فإن هذا النموذج يأخذ في الاعتبار زبون وسيلة الإعلام والاتصال كنقطة بدء بدلا من أن تكون الرسالة الإعلامية والاتصالية هي نقطة البدء ثم يخبرنا عن سلوكه الاتصالي فيما يتعلق بتجربة الفرد المباشرة مع وسائل الاتصال"[5].

---

(1) ملفين ديفلير، ساندرا بول روكيتش، **نظريات وسائل الإعلام**؛ تر: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع: القاهرة، 1993، ص 266.

(2) أرمان ماتلار، ميشال ماتلار، **تاريخ نظريات الاتصال**، تر: نصر الدين العياضي، الصادق رابح، ط3، المنظمة العربية للترجمة: بيروت، 2005، ص 166.

(3) فريال مهنا، **علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية**، دار الفكر: دمشق، 2006، ص 154.

(4) مي العبد الله، **نظريات الاتصال**، دار النهضة العربية: بيروت، 2006، ص 279.

(5) المرجع نفسه، ص 279.

ويلخص "كاتز" "**Katz**" وزملاؤه افتراضات هذه النظرية في النقاط الآتية:

1- جمهور المتلقين هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

2- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

3- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي، أو المؤسسات الأكاديمية، أو غيرها..

4- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه، وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.

5- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة[1].

و"بعكس النظريات السابقة تحاول هذه النظرية أن تنظر إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور بشكل مختلف، ليست وسائل الإعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها، بل إن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام، لذلك ترى نظرية الاستخدامات والإشباعات أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه، قد تكون الحصول على معلومات أو الترفيه أو التفاعل الاجتماعي، أو حتى تحديد الهوية"[2]، ومن هنا فقد جاءت نظرية الاستخدامات والاشباعات لتكشف أن ثمة أدوارا قوية جدا للمتغيرات المعرفية وللثقافات التحتية في عملية التأثير.

كما توفر هذه النظرية "مجالا رحبا لاختبار السلوك الاتصالي الفردي مضافا إلى مجالات البحث المستمرة عن الطرق التي بها يخلق البشر حاجاتهم ويشبعونها، حتى الآن يمكن وصف الكثير من الحاجات التي تم دراستها باعتبارها إشباع الحاجات ذات العلاقة بوسائل الإعلام والاتصال ولكن غيرها من الحاجات ليس من الضرورة أن تكون نابعة من استخدام وسائل الإعلام والاتصال ولذلك يمكن

(1) محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط3، عالم الكتب: القاهرة، 2004، ص ص، 284-285.

(2) محمد عبد الرحمن الحضيف، **كيف تؤثر وسائل الإعلام؟**، ط2، مكتبة العبيكان: الرياض، 1998، ص 26.

إشباعها عن طريق مصادر وسائل الإعلام والاتصال أو عن طريق غيرها"[1]، وبالاستناد إلى جملة من الأدبيات الإعلامية المتعلقة بالوظائف السيكولوجية والاجتماعية للإعلام الجماهيري، صنف بعض الباحثين الإعلاميين خمس طبقات من الحاجات يمكن للإعلام أن يشبعها وهي:

- حاجات معرفية (اكتساب وتقوية معارف وفهمها).
- حاجات مشاعرية، مظهرية (تقوية التجربة المظهرية والانفعالية).
- حاجات تكميلية على مستوى الشخصية (اطمئنان، استقرار عاطفي، نمو المصداقية، والوضع الاجتماعي.
- حاجات تكميلية على الصعيد الاجتماعي (تقوية العلاقات الشخصية، ومع العائلة، ومع الأصدقاء، ومع الزملاء...الخ).
- حاجات ترويجية (تراخي التوترات والتخفيف من الصراعات).
- يمكن اعتبار كل طبقة من هذه الحاجات، متغيرا مستقلا لدراسة تأثيرات الإعلام الجماهيري[2].

"وليشبع الفرد حاجاته الإعلامية فإنه يستخدم المواد الإعلامية المختلفة، وعلى سبيل المثال الشخص الميال للعنف والمغامرات يستخدم التلفزيون لإشباع هذا الميل من خلال مشاهدة أفلام العنف والمطاردات، والمرأة التي لديها نزعة تحرر وتمرد على القيم تجد ذاتها وراحتها النفسية في ذلك النوع من البرامج الذي يتبنى مثل هذا التوجه، وهذا مما يشعرها أنها ليست وحدها في ممارسة هذا السلوك مما يدعم التوجه لديها أكثر فأكثر"[3].

وبالنسبة لموضوع بحثنا المتمثل في دور الشبكات الاجتماعية في إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية عند الشباب، فلا شك أن استخدام الشباب لمثل هذا النوع من المواقع الإلكترونية يساهم بدرجة كبيرة جدا في إعادة تشكيل خارطة العلاقات الاجتماعية، فالحاجات الاجتماعية تشكل أحد أهم الحاجات التي يسعى الفرد إلى تحقيقها، ولا شكّ أن الشبكات الاجتماعية قد وفرت بعضا من هذه الحاجات عن طريق التواصل الافتراضي والعلاقات الافتراضية، ومن هنا جاء تناولنا لهذه المقاربة باعتبار أن تعرض الشباب لهذه الشبكات وأسلوب استخدامها يعد انعكاسا طبيعيا، لمجموع الحاجات المتكونة لديه، وهو ما

(1) مي العبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 280.

(2) فريال مهنا، مرجع سبق ذكره، ص 155.

(3) محمد عبد الرحمن الحضيف، مرجع سبق ذكره، ص 22.

يؤثر لا محالة على نمط العلاقات المتشكلة سواء عن طريق هذه الشبكات أو حتى تلك التي تشكلت في الواقع.

وهذا الاتجاه أصبح يميز "المقترب الحديث للاستعمالات والاشباعات الذي بدأ يتبلور منذ الثمانينات من القرن الماضي بتوجيه الاهتمام أكثر فأكثر إلى تكنولوجيات الاتصال الحديثة مثل شبكة الإنترنت والهاتف النقال وجهاز **MP3** و**MP4**...الخ"[1]، "وذلك لسهولة تطبيق الفروض الخاصة بنظرية الاستخدامات والاشباعات في هذه البحوث والدراسات"[2].

2- نظرية الحضور الاجتماعي:

أسس هذه النظرية كل من "وليم" و"كرتل" و"كريستي"**William, Chirtle End Christie 1976**، ويعتبر ظهور الإنترنت كوسيط اتصالي إعادة الحياة لهذه النظرية، حيث أتاحت لها أرضا خصبة للتطبيق نظرا إلى أنها تعنى بدراسة أهمية التواجد (الحضور) المادي للفرد (بالجسد) مع الآخرين، وتأثير هذا الحضور من عدمه على العلاقات الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي للفرد[3]، حيث أن "درجة التفاعل الاجتماعي بين أفراد الجماعة أثناء عملية الاتصال فيما بينهم تتوقف على درجة الوجود أو الحضور الاجتماعي لأفراد هذه الجماعة معناه التواصل والإحساس في الطرف الآخر بمدى تفاعل هذا الشريك"[4].

وبرزت أهمية هذه النظرية مع ظهور وسائل الاتصال الحديثة مثل الإنترنت واهتمام كثير من الأبحاث بدراسة تأثيرات هذه الوسيلة (الإنترنت) كوسيط اتصالي على العلاقات الاجتماعية والتفاعل الإجتماعى بين الأفراد خاصةً وأن الإنترنت تقلل من درجة الحضور الإجتماعي لمستخدميها نظراً للنقص الشديد في استخدام الاتصال غير اللفظى على خلاف الإتصال الشخصى الذي يوفّر درجة عالية من التفاعل الاجتماعي بين أفراده، نظرا لقدرتهم على التعبير عن أنفسهم لفظياً أو عن طريق الإتصال غير اللفظى بالإضافة إلى التواجد الجسدي للأفراد ورؤية كلٍ منهما للآخر ومعرفة خصائصهم الاجتماعية

(1) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، **الإعلام والمجتمع**، الورسم للنشر والتوزيع: الجزائر، 2010، ص 79.

(2) محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، مرجع سبق ذكره، ص 288.

(3) علياء سامي عبد الفتاح، **الانترنت والشباب-دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي-**، ط2، دار العالم العربي: القاهرة، 2011، ص 119.

(4) عبد الأمير الفيصل، **انعكاسات المجتمع الافتراضي وعلاقته بالقيم الاجتماعية لدى طلبة الجمعة**، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد: بغداد (العراق)، العدد 19، 2013، ص 37.

والثقافية وسماتهم الديمغرافية فضلا عن إمكانية قياس رجع صدى Feedback بقية أفراد الجماعة تجاه الرسائل الإتصالية للقائم بالإتصال[1].

ومفهوم الحضور وفقا لهذه النظرية هو الإحساس بوجود الطرف الآخر معك، وهذا التواجد هو الذي يضفي على العملية الاتصالية إحساسا ودفئا وحركة وحالية وشخصية، وقد أطلق الباحثون على الحضور الاجتماعي عبر الاتصال الشخصي قبل ظهور الانترنت مصطلح (الحضور الاجتماعي التقليدي)، بينما أطلقوا على الحضور الاجتماعي بعد ظهور الانترنت مصطلح (ما وراء الحضور الاجتماعي)[2].

ويرى بعض الباحثين الغرب أن الحضور الاجتماعي يتكون من ثلاثة عناصر كما يلي:[3]

1- المدخـلات: ويحددها النموذج في ثمانية عوامل رئيسية تتمثل في:

- الدوافع، المعرفة، المهارات الشخصية، السمات الشخصية، السمات المجتمعية، عوامل السياق، متغيرات الوسيلة (وتشمل التفاعلية وإتاحة النص...)، متغيرات الرسالة (جاذبية وفائدة الرسالة وطابعها النفسي والاجتماعي).

2- العمليات التفاعلية:

3- المخرجات:

انطلاقا من أن التواجد الاجتماعي يولد لدى الأشخاص إحساساً بوجود أفراد آخرين مشاركين معهم، أو على الأقل لديهم الرغبة في التفاعل الاجتماعي، أو قد تحدث نتائج سلبية ممثلة في التقوقع والانسحاب والهروب، وبالتالي السلبية والعزلة النفسية والاجتماعية

وشروط الحضور كما أشار كل من "بيرجون" و"هال" **Burgon End Hale** تتمثل في:[4]

1- الدفء **(Warm)** أي الإحساس بتواجد الآخر ومشاركته معك في الموقف الاتصالي.

2- الألفة **(Intimate)** أي وجود علاقة ود قوية بين طرفين أو أكثر.

---

(1) نرمين زكريا خضر، **الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية دراسة على مستخدمي موقع FaceBook**، المنتدى العربي للعلوم الاجتماعية ، والإنسانية، 2010 ، ص ص، 12-13، متاح على الرابط: http://socio.montadarabi.com/t3526-topic، (2014/11/22، 11: 14).

(2) عبد الأمير الفيصل، مرجع سبق ذكره، ص37.

(3) ايهاب حمدي جمعة، **النظريات المفسرة للتقنية والمجتمع، متاح على الرابط:**
http://alexandriamedia.blogspot.com/2014/05/blog-post.html، (2016/11/11، 10:12).

(4) علياء سامي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 117.

3- الإحساس **(Sensitive)** أي إحساس كل طرف بمشاعر الآخر أثناء العملية الاتصالية.

4- الشخصية **(Personality)** أي وضوح سمات شخصية كل طرف أثناء العملية الاتصالية.

تتحدث نظرية الحضور الاجتماعي **Social Presence** عن كيف يمكن لوسط اتصالي ما، أن يوفر معنى مشتركا بين المشاركين وإشعارهم بحضورهم الاجتماعي الحقيقي أي الطبيعي، وعلى الرغم من أنها تركز على بعض العناصر المشتركة مع الخلفية المشتركة، فإن وصولها تأتي من دراسات الاتصالات وعلم النفس الاجتماعي، بدلا علم اللغة، ومع ذلك فإن هذه النظرية تأخذ منظورا آخرا، إنها تساعد في شرح كيف يتأثر السلوك الاجتماعي بخصائص الوسائط المختلفة، بينما الخلفية المشتركة تركز على المحادثة[1].

وقد ركزت هذه النظرية على غياب الاتصال غير اللفظي في الاتصال عبر الانترنت، والذي يعتمد على إيماءات وإشارات ولغة الجسد غير المنطوقة التي تؤثر بشكل كبير على حضور كل طرف لدى الطرف الآخر، وركزت أيضا على افتقار الانترنت كوسيط اتصالي للرموز الاجتماعية، وهي السمات المتعلقة بالفرد كالاسم والسن والوظيفة والطبقة ...الخ، والتي تحدد وجود الفرد لدى الطرف الآخر، ووجود هذه الرموز يقلل من الغموض في العملية الاتصالية كما يشير كل من"بوستميس" **Postimes** وآخرين[2] ، حيث أن الإنترنت تفتقر إلى التواجد الجسدي: حيثُ حل التواجد العقلى محل التواجد الجسدى بين مستخدمي الإنترنت أثناء الإتصال والتفاعل فيما بينهم عبر الشبكة أثناء الإتصال إضافة إلى غياب الفورية أو بطء رد الفعل Feedback at once والتفاعل بين الأفراد عبر الإنترنت[3].

وبالتالي فنظرية الحضور الاجتماعي تعبر أساسا عن مسألة إشباع الذات الاجتماعية في الإنسان، وفي حين أن الخلفية المشتركة تختص بإيجاد الوسط الذهني والدلالي للفهم والتأويل، ومن ثم التفاعل وفقا لذلك بين المشاركين، فإن الحضور الاجتماعي هو حضور تكنولوجي يجسد انعكاسا مشتركا بين الذات المشتركة بين المشاركين وآلية التواصل الالكتروني بينهم، وبناء على ذلك نلاحظ أن التصرفات والاستجابات الاجتماعية للمشاركين، هي في واقع الأمر مسألة قدرات تكنولوجية، سواء من حيث قدرة

(1) علي محمد رحومة، **علم الاجتماع الآلي**، طلبة الجمعة، عالم المعرفة عالم المعرفة "المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب": الكويت، 2008، ص 104.

(2) علياء سامي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 118.

(3) انظر نرمين زكريا خضر، مرجع سبق ذكره، ص 13.

التصميم التكنولوجي وكفاءته في أصله على التمثيل الاجتماعي المطلوب، أو قدرة المستخدمين أنفسهم وكفاءتهم في استخدام التكنولوجيا والتمثل المطلوب، وخصوصا بما يتناسب وقدراتهم الاجتماعية الأصلية لتمثيل أنفسهم، من خلال الوصل والاتصال وإبراز حضورهم الاجتماعي المشترك[1].

وقد اتفق الباحثون على أن غياب الاتصال غير اللفظي وعدم وجود رموز اجتماعية يؤثر سلبا على الحضور الاجتماعي للفرد، على عكس الاتصال الشخصي الذي يعتمد على هذين المتغيرين في التفاعل الاجتماعي، كما أن هناك بعض أدوات الاتصال الوسطى التي لا تتيح وجود رجع صدى فوري مثل البريد الالكتروني، فالشخص قد يرد على الرسالة بعد فترة زمنية طويلة من تاريخ إرسالها، كما انه قد يقوم بعملية الرد على فترات زمنية متفاوتة قد تختلف فيها الحالة النفسية للشخص، وهذا يختلف عن الاتصال الشخصي الذي يتيح الحضور المادي فيه إلى وجود رجع صدى فوري وسريع، ويتيح لكل فرد ملاحظة انفعالات الآخر[2].

وقد اختلف مفهوم الحضور بعد ظهور الانترنت، حيث أصبح هناك نوعان من الحضور كما يشير كل من "فيشر" 1988 **Fisher** و"ريو" 2002 **Rew**:[3]

1- الحضور الجسدي بين فرد وآخر **Social Presence In Human-Human**

2- الحضور بين فرد وآخر عن طريق الكمبيوتر دون تواجد مادي-**Social Presence In Human-Computer**

ورغم ماعرفته الشبكات الاجتماعية من تحديثات التي عرفتها مواقع الشبكات الاجتماعية لا سيما الفايسبوك، والتي ساهمت في تسهيل عمليات التواصل بين الأفراد افتراضيا، حيث وفرت الاتصال بالصوت والصورة إضافة إلى الرموز المستخدمة في التفاعل، والفورية في رجع الصدى، مما يزيد من فرص إحساس كل طرف بالطرف الآخر في عمليات التفاعل والتواصل بين أطراف العلاقة، إلا أن نظرية الحضور الاجتماعي تربط عمليات التفاعل بالحضور الفيزيائي الجسدي، وبالتالي فالتواصل عبر الشبكات الاجتماعية، وتكوين العلاقات الاجتماعية افتراضيا يفتقر لنقل السمات الخاصة بالفرد، حيث يبنى

(1) علي محمد رحومة، **علم الاجتماع الآلي**، مرجع سبق ذكره، ص 104.

(2) علياء سامي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 118.

(3) المرجع نفسه، ص 119.

التواصل في هذه الحالة على الخيال أكثر من الواقع، كونه لا ينقل مختلف أشكال الإيماءات، والإشارات ومختلف أشكال لغة الجسد التي تساهم في حضور الفرد اجتماعيا حسب النظرية.

جدول رقم 01: يوضح الفرق بين المصطلحين:[1]

الحضور الاجتماعي عبر الاتصال الشخصي (SP)	الحضور الاجتماعي عبر الانترنت (PSP)
1-تواجد متزامن **Synchrounous** 2-..... ..... 3-حضور جسدي 4-رجع صدى فوري 5-استخدام الوسيط الاتصالي لأغراض محددة وأغلبها للتواصل مع أفراد يعرفهم الفرد من قبل.	1- تواجد متزامن في بعض الأحيان 2-تواجد غير متزامن في بعض الأحيان **Asynchronous**. 3-حضور عقلي 4-رجع صدى فوري في بعض الأحيان وغير فوري في أحيان أخرى. 5-إمكانية التواصل مع أفراد لا يعرفهم الفرد من قبل والتعرف بأفراد جديدة عبر الوسيط الاتصالي

3- التفاعلية الرمزية:

هي أقدم التقاليد النظرية القائمة في علم الاجتماع والمهتمة بدراسة التفاعلات الاجتماعية اليومية من زاوية أن" المجتمع محادثة" وليس بنية أو تنظيما **(Organisation)**، كان مركز النظرية قسم علم الاجتماع بجامعة شيكاغو في عشرينيات القرن الماضي، اعتمدت على الفكر البرغماتي النفعي (pragmatisme)* ، وعلى التفسير الاجتماعي الإيكولوجي (دراسة العلاقة بين الكائن والبيئة)[2]، وعلى مناهج الدراسة الحقلية التي طورها الأنتربولوجيون، والتي تعرف بين علماء الاجتماع الآن بمنهج الملاحظة بالمشاركة، وكما لاحظ أصحاب النظرية الوظيفية فيما بعد، كانت التفاعلية الرمزية قوية في

(1) علياء سامي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 119.

* **الفكر البرغماتي:** مذهب يعتقد بكون الفكر غائي المعرفة وظيفة لخدمة مطالب الحياة و ينظر إلى الحقيقة، بأنها في صميم التجربة الإنسانية أو الفعل البشري، وأن صدق الأفكار بكونها ذات فائدة ومنفعة.

(2) حسين سعد، **براديغمات البحوث الإعلامية (الابستمولوجيا-الإشكاليات-الأطروحات)**، دار المنهل اللبناني: بيروت، 2017، ص ص، 202- 203.

مجال البحث التجريبي، وضعيفة في مجال التنظير فمثلما يعيش الأنتربولوجي مع قبيلة في غينيا الجديدة فإن التفاعل الرمزي أيضا يعايش جماعة في مجتمعه هو[1].

والتفاعلية الرمزية تعود إلى فكرة وحدة الفعل الصغرى، على طريقة "بارسونز"، ومن مسلماتها، أن الفاعل يختار من بين أهداف ويختار الوسائل لتحقيق تلك الأهداف في موقف يتكون من موضوعات مادية واجتماعية، والاجتماعية تتضمن معايير اجتماعية وقيما ثقافية، تتطلب خلق المؤسسات أن يوجه الفاعلون أفعالهم نحو بعضهم البعض لتحقيق الإشباع المتبادل"[2].

منظرها الرئيسي هو "جورج هربرت ميد" **(Geurge Herbert Mead)**، والأبحاث الحديثة حول هذا المنظور كلها تعطي ميد قصب السبق في هذه المدرسة والغموض الذي أشرت إليه يعود إلى أن عمله الرئيسي الموسوم ب: العقل والذات والمجتمع **(1934)**، قد جمع بعد موته من مذكرات طلبته المستمدة من محاضراته التي كان يلقيها عليهم[3].

برز مبدأ ارتباط العادات اللغوية بسلوك الناس في علم الاجتماع كطريقة لتحليل كيف يكتسب الناس تحديدات مشتركة لمعاني الأشياء، بما في ذلك قواعد الحياة الاجتماعية، وذلك بالتفاعل مع الآخرين عن طريق اللغة، أو كما يميل علماء الاجتماع إلى القول بأنه من خلال "تبادل التفاعل الرمزي"[4].

وتعد فكرة تبادل التفاعل الاجتماعي والمعاني المشتركة كأساس للتفسير الفردي للعالم الموضوعي، وفي هذا الإطار يرى عالم النفس الاجتماعي "تشارلز هورتون كولي" إن الناس يستطيعون الانتساب إلى بعضهم من خلال الانطباعات التي يخلقها كل منهم لدى الآخرين من خلال عمليات التفاعل بينهم، وليس على أساس صفاتهم الواقعية، ويطلق كولي على هذه الانطباعات اسم "الأفكار الشخصية" فالفرد يكون فكرة عن فرد آخر أو جماعة، وتصبح تلك الفكرة بناء للمعنى الذي يتمثل في مجموعة من الصفات

(1) إيان كريب، **النظرية الاجتماعية –من بارسونز إلى هابرماس**، تر: محمد حسين غلوم، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب: الكويت، 1999، ص ص، 117– 118.

(2) حسين سعد، مرجع سبق ذكره، ص ص، 202– 203.

(3) إيان كريب، مرجع سبق ذكره، ص 118.

(4) حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط4، الدار المصرية اللبنانية: مصر، 2003، ص ص، 151–152.

التي يتخيلها الفرد ويسقطها على كل شخص يعرفه كتفسير لشخصيته، والتنبؤ بسلوكه وسلوك الآخرين المشابهين له[1].

وأشار "جورج هربرت ميد" أن الإنسان يستطيع أن يتعلم أيضا كيف يتوقع سلوك الآخرين، ومدى تقبلهم أو رفضهم لسلوكات معينة، وأكد على ضرورة أن يلعب الفرد داخل جماعة ما جميع الأدوار المحددة لينتسب لهذه الجماعة، وهو ما سيفيده بتوقع سلوكات الآخرين عن تصرفاتنا[2].

وتتمثل أهم فرضيات نظرية التفاعلية الرمزية حسب" هربرت بلومر" (1969) :

1- إن البشر يتصرفون حيال الأشياء على أساس ما تعنيه تلك الأشياء لهم.

2- هذه المعاني هي نتاج للتفاعل الاجتماعي في المجتمع الإنساني.

3- وهذه المعاني تحور وتعدل ويتم تداولها عبر عملية تأويل يستخدمها كل فرد في تعامله مع الإشارات التي يواجهها[3].

هذه الفرضيات الثلاث تتطابق تقريبا مع الأقسام الثلاثة لكتاب ميد:

العقل والذات والمجتمع، ونقطة البدء عند ميد هي مناقشته للخصائص التي تفرق الإنسان عن الحيوان وقد استقر رأيه شأنه شأن الكثير من المفكرين على أن الفرق بين الكائنين إنما هو في استخدام اللغة، أو الرمز الدال، واهتم بالتوسع في دراسة مضامين ذلك ، فالحيوانات تدخل في محادثات إيمانية، إلا أن الخطأ القول إنها تتواصل مثل الإنسان، فعندما ينخر كلب على أخر ويتراجع الأخر، يشعر احدهما بالعدوانية بينما يشعر الأخر بالخوف، ولكن لا يوجد في ذلك فهم متبادل، إما إذا أردت تحذير أحد طلبتي ربما لأنه أخذ من وقتي أكثر مما يجب فإنني (في العادة) لا أكثر من أسناني وأنخر بل أقدم له سببا أظن أنه سوف يفهمه، والفرق هنا هو أن الرمز الدال على عكس الإيماءات الحيوانية، يحدث ردة الفعل نفسها في أنا ، كما يحدث في نفس الشخص الأخر، والعكس صحيح[4].

(1) انظر حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد، مرجع سبق ذكره، ص 152.

(2) المرجع نفسه، ص ص، 152-153.

(3) إبان كريب، مرجع سبق ذكره، ص 119.

(4) المرجع نفسه، ص ص، 119-120.

وتبرز أهمية التفاعلات الرمزية بالنسبة لدارسي التفاعلية في الأهمية التي تعطيها لفعل الاتصال الذي يتم في وضعية الوجه لوجه وعملية تأويل معاني الفعل سواء تعلق الأمر بالاتصال الشخصي أو الاتصال الجماهيري، وهذا يتجلى من خلال أهمية الاتصال في المجتمع الذي يتيسر فهمه بدراسة الكيفية التي يتواصل بها الأفراد، لأنها هي التي تحدد كيف يرتبط الناس بعضهم ببعض في الحياة الاجتماعية، وبالتالي سنجد مفاهيم وأفكار مدرسة التفاعلات الرمزية في دراسات التفاعلية الرمزية والوسائط المتعددة، مثل: التفاعل والتبادل والهوية الشخصية والتفاعلات التماثلية وغيرها[1].

من الواضح أن وسائل الاتصال الجماهيرية تمارس دورا مهما في المجتمعات الحديثة، فهي تقدم تفسيرات للواقع بالكلمة والصورة والحركة واللون وتضفي على من يتلقون الرسالة الإعلامية صبغة ذاتية، ويبني الأفراد معاني مشتركة للواقع المادي والاجتماعي من خلال ما يقرؤونه أو يسمعونه أو يشاهدونه.

ومن ثم فإن سلوكهم الشخصي والاجتماعي يمكن أن يتحدد جزئيا من خلال التفسيرات التي تقدمها وسائل الإعلام للإحداث الاجتماعية والقضايا التي لا توجد مصادر معلومات بديلة عنها، ويعد هذا أحد اعقد النماذج المستخدمة في بحوث الاتصال، وهو ضروري لفهم التأثيرات غير المباشرة وبعيدة المدى لوسائل الإعلام سواء أكان ذلك على مستوى الأفراد أم المجتمعات[2].

وتلجأ البحوث حول مواقع الشبكات إلى نماذج نظرية أخرى لدراستها، مثل التفاعلات الرمزية التي ترى أن البشر يتصرفون تجاه الأشياء على أساس ما تعنيه لهم، فالمعاني تحور وتُعدل ويتم تداولها وفق تأويل المتصلين، ورغم أن الاتصال المكتوب عبر المواقع المذكورة أصبح يستعين بجملة من الرموز التي تقربه من التفاعل الحي الكامن في الاتصال المباشر الذي انطلق منه النموذج النظري للتفاعلات الرمزية إلا أن الحذر العلمي يقضي الأخذ بعين الاعتبار الفرق بين التفاعل في الاتصال الفعلي وجها لوجها، والاتصال عبر المواقع المذكورة الذي تحدده مجموعة من الإكراهات التقنية والاجتماعية، منها موقف

(1) مصطفى يوسف كافي، **الإعلام التفاعلي**، دار الحامد للنشر والتوزيع: عمان، 2016، ص 47.

(2) حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد، مرجع سبق ذكره، ص 154.

المتصل أمام المتصلين وعلنية مادة اتصاله التي تصاغ بطرق تتوقف على مدى معرفة المتصل للشخص أو الأشخاص الذين يخاطبه[1].

فظهور الشبكات الاجتماعية قد أتاح طرقا جديدة للتفاعل لم تكن متاحة من قبل، وهو مايؤثر على التفسيرات التي يكونها الفرد عن عالمهم وعن الآخرين، ويؤدي إلى خلق انطباعات تكون نتاج تفاعل افتراضي، تحل فيه اللغة المكتوبة ومجموعة الرموز والصور محل التفاعل عن طريق الاتصال الشخصي، مما يؤدي إلى بناء معاني عن الأفراد وعن العلاقات الاجتماعية، ويخلق لدى الفرد توقعات عن سلوكاتهم مستقبلا، قد تقترب هذه التوقعات أحيانا من الواقع، بحسب صدق أطراف العلاقة ولكن غالبا ما تكون هذه التوقعات والمعاني التي تكونت لدى الأفراد تتسم بالمثالية والبعد عن الواقعية، ولكنها ستتخذ كمرجع لتوقع سلوكات الآخرين مستقبلا، وتفسيرها، بناء على المعاني التي تم تشكيلها في التفاعل الافتراضي، لا على مايتميزون به من صفات واقعيا.

(1) نصر الدين لعياضي، **وسائط جديدة وإشكاليات قديمة: التفكير في أدوات التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية**، مجلة الباحث الإعلامي: بغداد، العدد 22، 2013، ص 46.

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول:

الويب 2.0 وظهور الشبكات الاجتماعية

لقد كان ظهور الإنترنت أحد أهم ابتكارات العصر الراهن، حيث أدت إلى تغير جذري على نمط الحياة الإنسانية في مختلف المجالات، واقترنت الإنترنت منذ ظهورها بخاصية التفاعلية التي ميزتها عن غيرها من وسائل الاتصال الأخرى، وقد أتاحت الإنترنت منذ ظهورها فرصا أكبر للمتلقي لإبداء آرائه وأفكاره مقارنة بباقي الوسائل الاتصالية، دون الخضوع لأي قيود سياسية أو اقتصادية، أو حتى تلك المتعلقة بسياسة المؤسسة الإعلامية.

وإذا كان ظهور الإنترنت قد شكل حدثا استثنائيا في وقته، فإن التطورات التي عرفها الويب قد أدّت إلى حدوث ثورة حقيقية، حيث أدى ظهور الجيل الثاني للويب إلى تغير كبير في طرق انتقال المعلومات وتداولها، بحيث حوّل الإنترنت إلى منصّة لتبادل المعلومات في اتجاهين، مما أدخل الإنترنت في مرحلة جديدة من التفاعلية ألغيت فيها كل أشكال القيود والاحتكار والتحكم في العملية الاتصالية، وأعطت صلاحيات للمتلقي لم تتح له من قبل، بل أصبح بإمكانه أن يصبح عنصرا فاعلا ينتج المعلومة ويشاركها مع غيره، ويتبادل معهم مختلف أشكال الملفات والأحداث والمعلومات بكل سهولة، وبإمكانيات بسيطة وغير مكلفة.

وقد عرفت تطبيقات الجيل الثاني للويب بمختلف أنواعها شعبية كبيرة، لا سيما الشبكات الاجتماعية، حيث تحظى هذه الأخيرة برواج كبير لدى مستخدميها نظير ماتتميز به من خصائص، خاصة في الجانب الاجتماعي حيث تحولت هذه المواقع إلى مجتمعات موازية بأعداد هائلة، تحاكي تلك الواقعية، وتوفر الكثير من خصائص الاتصال الشخصي، والتشارك في مختلف أشكال الملفات والأنشطة والمعلومات وتختلف عنها كونها لا تخضع لقيود الزمان أو المكان، ولا إلى المتغيرات والخصائص الديموغرافية، والاجتماعية، والنفسية...

من هنا سنحاول من خلال هذا الفصل تقديم رصيد معرفي حول الجيل الثاني للويب وظهور الشبكات الاجتماعية في ثلاث مباحث، يعرج المبحث الأول على مفهوم الجيل الثاني للويب "ويب Web 2.0"، ثم خصائصه وأشهر تطبيقاته، أما المبحث الثاني فيتضمن مفهوم الشبكات الاجتماعية، من تعريفها وأهم خصائصها ونشأتها، ثم تضمن المبحث الثالث نماذج عن أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية.

المبحث الأول: الجيل الثاني للويب "Web 2.0" مفهومه، خصائصه، وأشهر تطبيقاته

لقد عرفت الشبكة العنكبوتية المعروفة بـ"الويب" منذ ظهورها تطورات كثيرة أدت إلى ظهور الجيل الثاني للويب أو "الويب **2.0**" **(Web 2.0)** الذي وسع من دور المستخدمين في إنتاج المضامين الاتصالية وطرق عرضها، وإذا كانت الإنترنت قد عرفت بخاصية التفاعلية، فإن الويب 2.0 قد عمق من معنى هذه الأخيرة إلى أبعد الحدود، فلم تعد الإنترنت مجرد مخزن للمعلومات، أو مجرد أداة للتسلية، أو التجوال في مختلف غرف الحوار والدردشة، وإنما تحولت إلى فضاء يمثل مجتمعا موازيا للمجتمع الواقعي،يتيح التفاعل بين المستخدمين، ويمنحهم الفرصة لإنتاج مختلف المواد الاتصالية ونقدها ومناقشتها، أي المساهمة في تطوير المعرفة بكل أشكالها وبناء علاقات اتصالية، من خلال العديد من التطبيقات التي تندرج تحت ما يسمى بـ "الإعلام الاجتماعي" أو "إعلام النحن" أو "إعلام الجمهور"...الخ.

المطلب الأول: مفهوم الجيل الثاني للإنترنت "ويب 2.0" "Web 2.0"

"تبين في السنوات الأخيرة، أن جودة خدمات الإنترنت وكفاءتها أصبحت تقل وتضعف بعض الشيء، مع تزايد الأعداد الهائلة للمستخدمين وذلك لاشك يرجع لجملة من الأسباب الفنية، يأتي في مقدمتها أن التقنية المستخدمة في الإنترنت، كانت أصلا منذ سنوات تطويرها الأولى مصممة لأعداد أقل مما هي عليه الآن، ...فتقنية مصممة للآلاف أصبحت تستعمل من قبل الملايين، إضافة إلى تصاعد حاجات البحث العلمي والتعليمي...، وبخاصة فيما يخص نقل كميات ضخمة جدا من المعلومات بسرعة هائلة وأساليب فنية دقيقة ومأمونة، واستعمال تطبيقات شبكية بالغة التقدم والتعقيد"[1].

كل هذه الأسباب أثارت اهتمام الباحثين، ودفعت بهم إلى البحث عن الطرق التي تمكنهم من تطوير الشكل التقليدي للويب القائم على "تبادل المعلومات عبر الإنترنت من خلال تبادل الملفات والوثائق ذات الطابع الاستاتي_الجامد الخالي من التفاعلية_"[2]، إلى شكل آخر حديث يتيح إمكانية تفاعل المتلقي مع المادة المعروضة، بل وإنتاجها أيضا، وقد خضع الويب الذي نعرفه والمواقع الشخصية

(1) علي محمد رحومة، **الإنترنت والمنظومة التكنو-إجتماعية**، مركز الدراسات الوحدة العربية: بيروت، 2005، ص ص، 161-162.

(2) نبيل علي، **الثقافة العربية وعصر المعلومات**، عالم المعرفة: الكويت،2001، ص 101.

إلى تغييرات كبيرة، سواء من الناحية التكنولوجية أو الوظيفية، مما أدى إلى ظهور ما يعرف بـ "**ويب** 2.0" أو (Web2.0).

ويذهب بعض الباحثين إلى أن تيم أوريلي "O'reiley Tim" (صاحب مؤسسة O'reiley Media) هو من صاغ مصطلح "الويب 2.0" في سنة 2004، لكن هناك باحثين آخرين يخالفونهم الرأي ويرون أن "كلمة "ويب 2.0" سُمعت لأول مره في دورة نقاش بين شركة "أورلي" (O'reilly) الإعلامية المعروفة، ومجموعة "ميديا لايف" (Media Live) الدولية لتكنولوجيا المعلومات في مؤتمر تطوير ويب الذي عُقد في سان فرانسيسكو في 2003، الكلمة حسبهم ذكرها نائب رئيس شركة أورلي O'Reilly، "دايل دوغرتي" (Dougherty Dale) في محاضرة الدورة للتعبير عن مفهوم جيل جديد للشبكة العالمية، ومنذ ذلك الحين اعتبر كل ما هو جديد وشعبي على الشبكة العالمية جُزءا من "ويب 2.0"، ولهذا السبب فإنه حتى الآن، لا يوجد تعريف دقيق لـ "ويب 2.0"[(1)]، حيث اختلف الباحثون حول إعطاء تعريف موحد لما يعرف بـ"ويب 2.0"، كما أن أغلب التعاريف تناولته من حيث خصائصه ومميزاته، أو من حيث التفرقة بينه وبين الويب 1.0، وليس كشيء مستقل.

ولقد ذهب عباس مصطفى صادق إلى "عدم وجود تعريف واحد ومحدد لهذا المصطلح، ولكنه يحدد سمات جديدة لشبكة الويب، هو: "أنها نسخة جديدة من الويب يتم فيها تحويل شبكة الإنترنت إلى منصة عمل بدلا من كونها موئلا للمواقع فقط، أي أن تعمل التطبيقات من خلال المواقع بدلا من أن يعمل عليها المستخدم من خلال جهازه الشخصي"[(2)]، وهذا التعريف لا يعطي صورة كاملة عن ما يعرف بـ"ويب 2.0"(Web 2.0)، فهو يقتصر على شرح طريقة عمله، دون أن يعطي تعريفا شاملا محددا له.

وذهب فيليب تورلوتينغ "Philippe Torloting " إلى أن "ويب 2.0" "يجمع بين الخدمات الحديثة للويب بالإضافة إلى خدمات أخرى كالهاتف،..."[(3)]، أما ويكيبيديا "wikipedia" فتعرفه على أنه: "مصطلح يشير إلى مجموعة من التقنيات الجديدة والتطبيقات الشبكية التي أدت إلى تغيير سلوك الشبكة

(1) ويكيبيديا، www.wikipedia.org، (2016/03/07، 17:52).

(2) عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، دار الشروق للنشر والتوزيع: عمان، 2008، ص 107.

(3) Philippe Torloting, **Enjeux Et Prospectives Des Reseaux Sociaux**, 2009, P 08. Site: Www.Phive-Online.Com, (07/12/2015, 12: 24).

العالمية "إنترنت"[1]، وهذا التعريف كسابقه فيه الكثير من الغموض كما أنه لا يعطي صورة كاملة عمّا يعرف بـ"ويب 2.0" (Web 2.0)، حيث أنه تحدث عنه كتقنية جديدة غيرت من سلوك شبكة الإنترنت، دون الغوص في نوع هذا التغيير وطبيعته، أو تقديم تعريف دقيق لهذه التقنية وخصائصها، والإضافات التي تميّزها عن غيرها.

ويرى سان مورغيزان "San Murugesan" أن "ويب 2.0" (Web 2.0) عبارة عن "مصطلح شامل يضم مختلف تقنيات الويب الحديثة: مدونات، ويكي، شبكات اجتماعية، ...الهندسة والتكنولوجيات التي تشكل ويب 2.0 توفر مزايا عديدة تضم:

- تسهيل تصميم صفحات ويب مرنة، خلاقة، وسهلة التحديث.
- توفير واجهة مستخدم، غنية وسريعة الاستجابة.
- دعم التعاون والمساعدة في تجميع الذكاء الجمعي.
- تيسير إنشاء محتوى تعاوني مبدع والتعديل من قبل المستخدمين.
- إنشاء شبكات اجتماعية للأفراد الذين يملكون اهتمامات مشتركة.
- التمكين من إنشاء تطبيقات جديدة جذابة من خلال إعادة استخدام، والجمع، و/ أو دمج التطبيقات المختلفة على شبكة الإنترنت أو عن طريق الجمع بين البيانات والمعلومات من مصادر مختلفة"[2].

وبهذا فإن المصطلح يعطى لوصف الجيل الثاني للشبكة العالمية العنكبوتية "ويب" "Web"، والذي يركز على قدرة الأفراد على التعاون ومشاركة المعلومات على الإنترنت[3]، أما بالنسبة للمستخدم، ففي ويب 1.0 كان "المستخدم سلبي، ولكن مع ويب 2.0 المستخدم أصبح نشط "إيجابي": يبدع محتوى خاص به، يتقاسم المعلومات (صور، فيديو، ...)"[4]، حيث لم يعد الويب "**Web**" مجرد وسيلة للنفاذ للمعلومات على شبكة الإنترنت بل وسيلة تمكن أي شخص عادي من إنتاج المعرفة ونشرها، حيث يبنى ويب 2.0

(1) ويكيبيديا، مرجع سبق ذكره.

(2) San Murugesan, Op.Cit, p 05.
(3) Ibid, p 508.
(4) philippe Torloting, Op.Cit, p 08.

(Web 2.0) حول زيادة سرعة الاتصالات، ويركز على تشجيع مشاركة المستخدمين، ويكون التعاون هو النتيجة الحتمية لهذه النقلة النوعية السريعة[1].

وقد تناول "عبد الله الزين الحيدري" "ويب" **2.0** مركزا على الشق التفاعلي للجيل الثاني للويب معتبرا إياه "الهندسة التي حولت الويب من مداره السيميائي الغارق في المضامين إلى مداره الاجتماعي العلائقي المزدهر بالتفاعلات والانفعالات مع ما يتم استثماره من مضامين وخدمات لا حصر لها، وهي كذلك الهندسة التي منحت الفرد قوة التحكم في المضمون الذي يبثّه والمضمون الذي يستقبله، وهيأت له التربة الصالحة للتواصل والإندماج عبر زراعة الأفكار والأحاسيس، والمهم في هذه الزراعة...تحررها من الرقابة، وخلوها من القواعد والقيود"[2].

يعد "ويب 2.0" (Web 2.0) أكثر دينامية من سابقه ويب 1.0، خاصة من حيث تحكم الفرد في المحتوى المنتج، مما يعني "أن المستخدمين هم من يبنون خدمات الويب 2.0 وليس صاحب الموقع، فصاحب الموقع يقدم النظام كخدمة أو كفكرة قائمة أساسا على تفاعل المستخدمين بالمشاركة في هذه الخدمة، فموقع فليكر مثلا مبني على الصور الشخصية للمستخدمين، وموسوعة ويكيبيديا مبنية على جهود الآلاف إن لم نقل ملايين البشر، الذين يكتبون يوميا معلومة جديدة تفيد البشرية"[3].

ومن هنا فإن –ويب 2.0– "يسمح –ويشجع– كافة المستخدمين على إنشاء، المشاركة، وتوزيع المعلومات والصور، في الواقع لقد تسبب ويب 2.0 في ثورة اجتماعية في استخدام الويب، وتسبب في نقلة نوعية من كونه وسيلة نشر إلى وسيلة مشاركة"[4].

إن ويب 2.0 "في الواقع ليس شيئاً جديداً، ولا هو إصدار مُحسن، بل هي امتداد تقني طبيعي للويب 1.0، والتقنيات المستخدمة لتطوير مواقع الإنترنت في الويب 1.0 ما زالت كما هي منذ أكثر من 16 عاماً، وكل ما تفعله تطبيقات الويب 2.0 هو أنها تقوم باستدعاء الوظائف القديمة للويب 1.0 ولكن في الخلفية،

(1) Murugan Andarajan, Asokan Andarajan, **E-research collboration theory-technique and challenges,** springer: New york, 2010, p 220.

(2) عبد الله الزين الحيدري، **الإعلام الجديد النظام والفوضى، ضمن كتاب: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد**، مطبعة جامعة البحرين: البحرين، 2009، ص 141.

(3) عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، مرجع سبق ذكره، ص 108.

(4) San Murugesan, Op.Cit, p 03.

فصفحات الإنترنت في الويب 2.0 مثلاً، برغم كل التطور الذي يبدو عليها، مازالت تستخدم بروتوكول الـ**http**، وتقنية ال -**html** البدائية، التي تستخدمها جميع مواقع الإنترنت دون استثناء، منذ أن قام بتطويرها العالم الفيزيائي تيم بيرنيرز – لي "**TIM Berners-Lee**" في عام 1991 لحساب المنظمة الأوربية للأبحاث النووية"[1].

من خلال استعراض التعاريف السابقة يمكن أن نجزم بعدم وجود تعريف جامع شامل لما يعرف بـ"ويب 2.0"، وذلك لكونه من المصطلحات الحديثة والمعقدة في آن واحد، وكذا لتشعب تطبيقاته وتعدد خصائصه، بالإضافة إلى أنه من المصطلحات الغير ثابتة، فهو أحد الظواهر التي تتطور وتتغير خصائصها باستمرار، وهو ما يصعّب من إيجاد تعريف دقيق له.

المطلب الثاني: "ويب 2.0"...الخصائص والإضافات

لا شكّ أنّ ويب 2.0 قد مثّل عصرا جديدا للويب، ألغى النمط التقليدي للنشر، والذي كان يميز ويب 1.0، حيث لم يعد التحكم في مواقع الإنترنت حكرا على أصحاب هذه المواقع، ولكن أتاح لجميع المستخدمين هذه الإمكانية من خلال تمكينهم من النشر، والتعديل لبعض المعارف، والتعليق على مقالات أخرى، كما أتاح تسهيل استخراج واستخدام، وإعادة استخدام البيانات، والمعلومات وتحديثها بطريقة مرنة، ومنه فإن ويب 2.0 (Web 2.0) هو نتاج لحاجات حقيقية، لاستخدامات وتطبيقات واقعية تستفيد من الذكاء الجمعي، وليس لاستخدامات مثالية محصورة بصاحب الموقع، وتتطلب معارف كثيرة بالمعلوماتية، ولم يتوقف الحد عند ويب 2.0 (Web2.0)، ولكن تلاه ظهور ويب 3.0، 4.0،...إلا أنها اعتمدت كلها على نفس خصائص ويب 2.0، بالإضافة إلى بعض التحسينات والخصائص الجديدة.

و"أهم ما يميز "الويب 2.0" هي قيامه على حزمة من التطبيقات الموجودة أصلا، خاصة تطبيقات "الأجاكس" "AJAX" وهي أداة تسهل التصفح للزوار، وهي اختصار للمصطلح "JavaScript and XML Asynchronous"، وهي طريقة يمكن بواسطتها تطوير تطبيقات الويب، بحيث يكون أكثر تفاعلية وأكثر استجابة للمستخدم، لكي يتم التقليل من حالات العودة إلى السيرفر، وإعادة تحميل الصفحة، هذا بالإضافة إلى "الجافا ويب استارت" "Java Web Start"...، وهي تسمح لأي شخص

(1) عماد عرابي، **ماذا تعرف عن Web 2.0**، متاح على الموقع: www.infomag.news.sy،(06/03/2017، 42 :17).

بتشغيل البرامج على الإنترنت، وكأنه قام بتثبيتها على جهازه، بجانب استخدام لغات "السي اس اس" "CSS" "الاكس اتش أم ال" "XHTML" بشكل صحيح واستخدام أدوات نقل المحتوى مثل "الاتو" و"الاراس" "Rss/Atom"..."[1].

"هذه الأدوات لا يشترط توافرها جميعها في الموقع أو الخدمة لكي تصنف تحت تصنيف ويب 2.0، ولكن كلما وجدت خصائص أكثر في الموقع كلما كان الموقع يميل بشكل أكبر لأن يصنف تحت تصنيف الويب **2.0**، فالمواقع البرمجية التي تستخدم الجافا التي تمكن الشخص العادي من العمل على البرنامج داخل متصفح الإنترنت وكأنه يعمل على جهازه، هذا بجانب تطبيقات أخرى تشمل التحول في نشر محتويات المواقع من الطريقة التقليدية التي تعتمد على التحديث "Update" من صاحب الموقع، إلى طريقة التعديل المفتوح لمحتويات المواقع، مثلما الحال في الويكي "Wiki"، والمدونات "Blogs" وغوغل اي بي اس "Google Apis" وتطبيقاته المختلفة وكريتف كومونس "Creativ Commons" التي حملت تطبيقات جديدة ومستحدثة تسهل التفاعل مع زوار الموقع، والتعامل الحر مع البرمجيات المفتوحة وغيرها"[2].

وبهذا فقد حول (Web 2.0) مواقع الإنترنت من كونها "مجرد صفحات ثابتة غير تفاعلية نادرا ما يتم تحديثها، "أي مواقع للقراءة فقط"، إلى مواقع ديناميكية متغيرة باستمرار بفضل إسهامات المستخدمين ومشاركتهم في النشر والتعليق...، وهذا ما جعل الإنترنت "تتحول من مصدر للمعلومات الجاهزة، إلى مصنع للمعلومات التفاعلية، وأدى إلى انتقال المستخدم من دور الزبون إلى دور الشريك"[3]، الذي يصنع محتويات المواقع ويضيف ويعدل ويعلق بسهولة من خلال أنظمة إدارة المحتوى، كما تتيح مشاركة الملفات مع الآخرين..الخ.

(1) عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، مرجع سبق ذكره، ص 107.

(2) المرجع نفسه، ص 107.

(3) عماد عرابي، مرجع سبق ذكره.

ويمكن تحديد أهم خصائص "ويب 2.0" " Web 2.0" فيما يلي:

1- ويب هي منصة تطوير متكاملة: "يفترض في جيل ويب **2.0 (Web 2.0)** أن يتعامل مع ويب كمنصة تطوير بمعزل عن أي عوامل تقنية أخرى، الموقع يستفيد من موارد وخصائص الشبكة تماما كما يستفيد مطور التطبيقات من أوامر النظام الذي يبرمج برنامجه عليه"[1].

2- **تحكم فريد من نوعه، بالإضافة إلى إمكانية تصفح الموقع باستعمال كل الأجهزة الرقمية:**[2] الحاسوب العادي الشخصي وهو الشكل الأكثر شيوعاً لتصفح الإنترنت، والهاتف الخلوِي والحاسوب الجيبي، وربما في القريب العاجل التلفاز.

3- الاستفادة من الذكاء الجمعي "Collective Intelligence":"وهذا مصطلح من علم الاجتماع يقول بأن هناك خبرات تتطور نتيجة العمل الجماعي، وهذا يعني أننا يجب أن نجعل زوار الموقع يطورون الموقع، وما يحتويه من معلومات تطويراً مباشرا من خلال التعليقات، والرسائل والحوارات وتطويرا غير مباشر من خلال مراقبة وتسجيل اهتماماتهم"[3].

4- المشاركة: مستخدموا الويب هم المطورون، حيث أن المستخدمين هم من يبنون خدمات ويب **2.0 (Web 2.0)** وليس صاحب الموقع، صاحب الموقع يقدم النظام كخدمة أو كفكرة قائمة أساسا على تفاعل المستخدمين بالمشاركة في هذه الخدمة، موقع فليكر مبني على الصور الشخصية للمستخدمين، موسوعة ويكيبيديا مبنية على جهود مئات الآلاف إن لم نقل ملايين البشر الذين يكتبون يوميا معلومة جديدة تفيد البشرية[4].

(1) ويكيبيديا، مرجع سبق ذكره.

(2) Murugan Andarajan, Asokan Andarajan, Op.Cit, p 290.

(3) عماد عرابي، مرجع سبق ذكره.

(4) Murugan Andarajan, Asokan Andarajan, Op.Cit, p 290.

5- التشبيك Networking: "الذي تعتبره غايتها الأساسية، حيث أن الأساس في هذه الحقبة ربط التطبيقات المختلفة بالشبكة والسماح للمستخدم باستعمالها لأغراض التواصل العميق وليس فقط الاتصال"[1].

6- التفاعلية أو"ما بعد التفاعلية": وهو ما يعني بحسب الباحثين "ظهور جيل جديد من الإنترنت يبشر بمرحلة جديدة هي مرحلة "ما بعد التفاعلية"، و"ما بعد التفاعلية" تسمية دخلت إليها الإنترنت بدء من عام **2004**، وأمكن فيها لكل متصفحي الإنترنت أن يكونوا بمثابة مرسلي المادة الإعلامية ومستقبليها في آن واحد، أي أن الإنترنت كوسيلة إعلامية صارت منصة أو "**Platform**" تضمن تدفق المحتوى الإعلامي في اتجاهين أو أنه أصبح تدفق متعدد الاتجاهات "**Many to Many**" بعد أن كان إنتاج محتوى الإنترنت وقفا فقط على من يملكون المواقع، وهو ما يعرفه خبراء الإعلام باسم اتجاه "**OnetoMany**"، بفضل التطور التقني، وترجمته في وسائل مثل السيرفرات الضخمة، وقواعد البيانات المتطورة، وتقدم لغات تطبيقات الويب"[2].

7- أنظمة تتطور إذا كثر استخدامها: "تلك هي أنظمة ويب **2.0 (Web 2.0)**، استخدامك لموقع **فليكر** بكثافة على سبيل المثال، يعني أنك تطور خدمة فليكر للأفضل، مشاركاتك في خدمة **ويكيبيديا** يعني أنك تجعل موسوعة ويكيبيديا مصدرا مهما للمعلومات، نشرك للروابط المفضلة لديك في موقع "**Delecious**" يعني أنك تطور هذا الموقع ليكون مرجعا مهما للروابط"[3].

8- خدمات فعالة من حيث التكلفة، ولكن ليس حزم برمجيات:[4] "حيث أنه من أهم مفاهيم ويب **2.0 (Web 2.0)** هي أنها مجموعة من الخدمات متوفرة في المواقع أو في التطبيقات وليست بحد ذاتها حزمة برمجيات تقدم للاستفادة منها، على سبيل المثال، برنامج "**Itunes**" يعتبر من ويب **(2.0)** "**2.0** Web" **(**على الرغم من أنه ليس **تطبيق ويب)** ولكنه يقدم بحد ذاته خدمة مرتبطة بشبكة ويب ارتباطا وثيقا، لذا

(1) www. kenanaonline.com، (2017/01/11، 14: 00).

(2) يامين بودهان، **المواقع التواصلية لشبكة الإنترنت نحو ميلاد بيئة اتصالية افتراضية جديدة**، ورقة مشاركة في الملتقى الوطني الأول حول تأثيرات وسائل الاتصال الجديدة على الأفراد والمجتمعات: جامعة سطيف، 18، 19 أكتوبر 2010.

(3) ويكيبيديا، مرجع سبق ذكره.

(4) Murugan Andarajan, Asokan Andarajan, Op.Cit, p 290.

فالفكرة في هذا البرنامج هو تنظيم الملفات الصوتية ومشاركتها أو نشرها على شبكة ويب، فبرنامج "**Itunes**" هو خدمة وليس حزمة برمجيات"[1].

لقد حاولنا من خلال المعلومات المقدمة عن الـ"ويب **2.0**" عدم التعمق في الجوانب التقنية والاكتفاء بما يخدم موضوعنا من معلومات، لأن ما يهمنا هو التعرف على ما أنتجه مصطلح ويب **2.0**، من النواحي الاجتماعية والاتصالية، حيث أدى إلى ظهور ما يعرف بـ"الإعلام "الاجتماعي"، أو "إعلام المجتمع" أو"الإعلام الشعبي" أو "إعلام النحن" **Social media ...**

وبغض النظر عن الاختلاف في التسمية فإنه يشير إلى "المحتويات التي تم إنشاؤها بواسطة جماهيرها"[2]، وهو مصطلح يطلق على مواقع الويب، والأدوات الإلكترونية التي تسمح للمستخدمين بالتفاعل مع بعضهم البعض بطريقة أو بأخرى، عن طريق تبادل المعلومات والآراء والمعارف والاهتمامات، فهو يتمركز حول الفرد بحيث يتيح له الفرصة ليكون عنصرا فاعلا ينتج ويتفاعل مع مختلف المضامين، ومع غيره من مستخدمي مختلف مواقع الإعلام الاجتماعي، أي أنه يشير "إلى ذلك المحتوى الإعلامي الذي يقوم أفراد المجتمع أو الجمهور بإنتاجه وبثه عبر الوسائل الاتصالية الشبكية، وساعد في انتشار هذا النوع من الإعلام انتشار أدوات إنتاج هذا النوع من الإعلام مثل كاميرات الفيديو والكاميرات الرقمية، وأجهزة الهواتف النقالة في حالة أعقد أنواع الإنتاج الإعلامي وهو الإعلام المسموع المرئي، وهو ذلك النوع الذي ينتمي إليه ما يمكن أن نطلق عليه (صحافة الفيديو) بعد انتشار المواقع الإلكترونية التي تسمح بإرفاق وبث هذه المقاطع على الإنترنت"[3].

إذا الإعلام الاجتماعي هو عبارة عن مجموعة من التطبيقات التي تحمل خصائص وسمات الجيل الثاني للويب "**Web 2.0**" يتمثل أبرزها في: الشبكات الاجتماعية "**Social Networks**"، المدونات "**Blogs**"، التأليف الحر "**Wiki**"، وصف المحتوى "**Content Tagging**"، الملخص الوافي للموقع "**RSS**".

---

(1) ويكيبيديا، مرجع سبق ذكره.

(2) Joel comm, **twitter power 2.0, John Wiley & Sons**: New Jersey, 2010, p 02.

(3) رضا عبد الواحد أمين، **استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت**، ضمن كتاب: "**الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد**"، منشورات جامعة البحرين: البحرين، 2009، ص 518.

وعلى الرغم من وجود بعض الاختلافات بين هذه التطبيقات إلا أن النقطة المشتركة بينها هي تفعيل دور المستخدمين وتفعيل المشاركة والتعاون فيما بينهم، من خلال إنتاج مختلف المواد الإعلامية الاتصالية والتعليق عليها.

ويمكن الاطلاع على أهم الاختلافات بين ويب 1.0 (Web 1.0) وويب 2.0 (Web 2.0) في الجدول التالي:

Web 1.0	**Web 2.0**
قراءة	قراءة +كتابة
ثابت	متغير
نشر	مشاركة
يهتم بحقوق ملكية المعلومات	يهتم بالمشاركة بالمعلومات
يعتمد في المقام الأول على **HTML**	يعتمد في المقام الأول على الـ **XML**
تكوين المحتوى من خلال مؤلفي الموقع	تكوين المحتوى من خلال أي شخص
تهتم بحقوق ملكية المعلومات	تهتم بالمشاركة بالمعلومات
مواقع شخصية	مدونات
مواقع جماعية	شبكات اجتماعية
الموسوعة البريطانية	ويكيبيديا
Ofoto	**Flickr**
نقر مزدوج	**Google AdSense**
Akamai	**BitTorrent**
mp3.com	**Napster**
وحدة المحتوى هي الصفحة	**وحدة المحتوى هي** التسجيل

جدول من إنجاز الطالبة

الجدول رقم 02: يوضح الفرق بين ويب 1.0، وويب 2.0

المطلب الثالث: نماذج عن أشهر تطبيقات ويب 2.0 (Web 2.0)

تتعدّد التطبيقات التي ظهرت انطلاقا من الجيل الثاني للويب وتتنوع ومن أهمها: المدونات، الشبكات الاجتماعية، الملخص الوافي للموقع RSS، وصف المحتوى Content Tagging، وقد ارتأينا تناول نموذجين من أشهر هذه التطبيقات وأكثرها رواجا واستخداما، متمثلة في المدونات "Blogs"، والويكي "Wiki"، بالإضافة إلى الدور الفعال لهذين التطبيقين سواء في الجانب السياسي، أو الاجتماعي أو المعرفي...، كما أنهما يحظيان بشعبية كبيرة لاسيما في أوساط الشباب بشكل خاص، بالإضافة طبعا إلى الشبكات الاجتماعية* التي هي موضوع بحثنا، والتي خصصنا لها المبحث الثاني.

1- المدونـات Blogs:

إذا كان ويب 2.0 هو مصطلح يعبر عن الموجة الثانية من الويب (WWW)، وبمقتضى تلك التكنولوجيا الجديدة يتمكن الأفراد من نشر ومشاركة وتبادل الخبرات والمعلومات مع المجموعات والأفراد، فلا شك أن المدونات تمثل أحد أهم تطبيقاته، ولقد عرفت المدونات في الفترة الأخيرة انتشارا كبيرا بين شرائح المجتمع، بمختلف أشكاله.

من **الناحية اللغوية** يذهب "جمال الزرن"إلى أن أصل كلمة المدونة أو **"WebLog"** تعني: "سجلات الشبكة"، وتعريفها دفتر يوميات إلكتروني، وقد تم الاتفاق عربيا على "مدونة " كتعريب لـ **"Web blog"** أو **(Blog)** وكلمة "تدوين" هي تعريب لـ"**Blogging**"[(1)]، و"يوجد إجماع على أن الترجمة العربية للبلوغر هي المدونة، ويفضل البعض الآخر كتابتها على النحو الآتي: بلوجر عوض بلوغر أو بلوقر ويذهب موقع "أراب بلوغر" إلى ترجمة **Blogger** بكلمة "مدونة"، وجمعها مدونات أي **Bloggers**"[(2)].

"وهناك أيضا كلمة "**Blogers**" وتعني كتاب المدونات، وتتألف بالإنجليزية من شقين، يمثل الحرف الأول "ب" "B"، القسم الأول منها يشير إلى كلمة "بيوغرافي" "**Biography**" التي تعني سيرة، ويرتكز

* يمكن أن تحتوي الشبكات الاجتماعية على خدمة التدوين أيضا.

(1) جمال الزرن، **المدونات الإلكترونية و"سلطة التدوين"، البوابة العربيّة لعلوم الإعلام والاتصال**، ص 02، متاح على الموقع:www.arabmediastudies.net ، (11/12/11،2017: 14).

(2) المرجع نفسه، ص 2.

القسم الثاني على كلمة لوغ "**Log**" وتعني جدولا تسجل عليه الأشياء بالتسلسل، يطلق اسم "بلوغرز" على من يقوم بكتابة ذلك المزيج المتآلف من جدول وسيرة"[1].

وقد دخل مصطلح بلوغ "**Blog**" "لأول مرة إلى معجم أكسفورد في طبعة مارس **2003**"[2].

أما **اصطلاحا** فيمكن تعريف المدونة على أنها: "عبارة عن صفحة ويب على شبكة الإنترنت، تظهر عليها تدوينات (مدخلات)، مؤرخة ومرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا، ينشر منها عددا محددا يتحكم فيه ناشر المدونة بنفسه، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها، ويمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة، كما يضمن ثبات الروابط، ويحول دون تحللها"[3]، ومنه فقد أتاحت المدونات الفرصة لكل فرد أن ينشر ما يشاء، وأن يشارك غيره المعرفة ويتفاعل معهم، كما أصبح بإمكانه أن يكون منتجا للمعرفة لا مجرد متلقي سلبي، "على خلاف زمن الوسائط الإعلامية الكلاسيكية أين كانت النخب السياسية والثقافية والإعلامية تحتكر إنتاج الخطابات العامة"[4].

هذه الآلية وعلى الرغم من الخصائص والسمات التي تتميز بها، إلا أنها لا تتسم بأي تعقيدات تقنية، فهي "تعزل المستخدم عن التعقيدات التقنية المرتبطة عادة بالإنترنت، وتتيح لكل شخص أن ينشر كتابته بسهولة بالغة، يتيح موفروا خدمة عديدون آليات أشبه بواجهات بريد إلكتروني على شبكة (الويب) تتيح لأي شخص أن يحتفظ بمدونة ينشر من خلالها ما يريد بمجرد ملء نماذج وضغط أزرار، وكما يتيحون أيضا خصائص مكملة، مثل تقنية "التلقيم" التي تهدف إلى تسهيل متابعة التحديثات التي تطرأ على المحتوى المنشور دون الحاجة إلى زيارة المواقع بشكل دوري، ودون الحاجة للاشتراك في قوائم بريدية، وخدمات أخرى للربط بين المدونات، إضافة إلى الخاصية الأهم وهي التعليقات التي تحقق التفاعل بين

(1) عبد الحليم حمود، **الإنترنت –إعلام ضد الإعلام–**، دار الهدى: بيروت، 2008، ص 89.

(2) الحمزة منير، **وسائل إعلام الألفية الثالثة: المدونات الإلكترونية نموذجا وسيلة إعلامية منافسة أم مكملة، ضمن كتاب: وسائل الإعلام والمجتمع**، دار الخلدونية للطباعة والنشر: الجزائر، 2010، ص 189.

(3) المرجع نفسه، ص 190.

(4) يامين بودهان، مرجع سبق ذكره.

المدونين والقراء"[1]، "حيث تمثل ردود أفعال القراء بعدا رئيسيا في المدونات، وتأتي قيمة مدونة ما من حجم ردود فعل القراء عليها، والتي تأتي في شكل رسائل"[2].

وقد ذهب "بيزاني" إلى اعتبار المدونات: "يوميات شخصية على الشبكة يتم إدراجها بواسطة برامج بسيطة، تسمح بطبع نص على الكمبيوتر، وإرساله فور الاتصال بالشبكة، ليظهر على صفحة موقع المعني، وهي تمزج بين المعلومات والآراء وتكون متصلة بمصدر أصيل أو بفكرة أخرى أو بمقالة ينصح بها كاتب المدونة أو يعلق عليها"[3] وهي بهذا أشبه ما يكون، بمذكرة شخصية، يسجل الفرد فيها معلوماته الشخصية وآراءه، وأفكاره اتجاه مختلف القضايا والمواضيع.

ويذهب البعض إلى أبعد من ذلك حينما يعتبرها شكلا من الكتابة الصحفية، حيث يعرفها الدكتور "جمال الزرن" بأنها: "اسم يطلق على موقع ذلك الشخص الذي يقوم بكتابة خليط يتألف من رزنامة من الأحداث والسيرة الذاتية والرأي على صفحة إلكترونية، فهي شكل حديث من الكتابة الصحفية الافتراضية ونشر القصص والتجارب الشخصية والمناقشات والحوارات حول تفاصيل الحياة اليومية، والثقافية والدينية والاجتماعية والسياسية، الجماعية منها والفردية، كما تشفع المدونة عادة بالصور والتسجيلات الصوتية والموسيقى والأغاني والأشرطة المصورة التي تكون غالبا من صنع المدون نفسه"[4].

وكانت المدونات في بداية ظهورها "عبارة عن مذكرات يومية، إلا أن ظهور العديد من الأحداث والحروب في الفترة الأخيرة، جعلها تقترن بالشكل الصحفي، في طريقة الكتابة وتناول القضايا ويجري جدل حول العلاقة بينها، وبين الصحافة على خلفية قيام بعض الصحفيين بنشر صحافتهم عبرها، فقد نشر "مات دردغ" **Matt Drudje** "قصة مونيكا-كلينتون، في تقريره المعروف "دردغ ريبورت" "**Report Drudje**" في 17 يناير 1998 للمرة الأولى التي تخرج فيها القصة خارج البيت الأبيض، وقد نشط هذا الجدال حول أهلية صحافة المدونات، عندما علقت المدونات على أحداث "11 سبتمبر"، والحرب في

(1) فيصل أبو عيشة، **الإعلام الإلكتروني**، دار أسامة للنشر والتوزيع: عمان، 2010، ص ص، 151-152.

(2) الصادق الحمامي، "**عالمهن المنكشف**" **المدونات العربية النسائية**، البوابة العربيّة لعلوم الإعلام والاتصال، ص 03، متاح على الموقع: **www.arabmediastudies.net**، (2010/12/11، 56: 14).

(3) عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، مرجع سبق ذكره، ص 196.

(4) جمال الزرن، **المدونات الالكترونية و"سلطة التدوين"**، مرجع سبق ذكره، ص 03.

أفغانستان والعراق (أشهرها موقع سلام باكس **Slam pax**[*]) ثم أثناء الانتخابات الأمريكية[**]في **2004**، ففي هذه الإنتخابات أصدر الحزبان الجمهوري والديمقراطي أوراق اعتماد صحفية إلى بعض أصحاب المدونات الذين كانوا يغطون مؤتمرات الحزبين، وهو ما أشار لمستوى جديد من التأثير والمصداقية للصحفيين غير التقليديين"[(1)].

"كل الأسباب السابقة أدت إلى انتشار ظاهرة المدونات على نطاق واسع بداية من سنة **2004**، "وتطور الأمر، كما رأى أحد الباحثين إلى أن أصبح عام **2005** هو عام المدونات، ويقدر مشروع "بيو للإنترنت والحياة الأمريكية "زيادة عدد الأمريكيين الذين يقرؤون المدونات إلى حوالي 32 مليون قارئ، ويفيد مشروع الإمتياز في الصحافة التابع لجامعة كولومبيا في مدينة نيويورك، أن معظم هؤلاء يتابعون المدونات من أجل الحصول على المعلومات ومتابعة الأخبار"[(2)]، "وفيما يتعلق بعدد المدونات المتاحة على العنكبوتية، تقوم شركتا **Blog, Technorati** بتكشيف ما يزيد عن **20** مليون مدونة وسجلت الشركة الأولى في سبتمبر **2005** أن عدد المدونات يتضاعف تقريبا مرة كل 5 شهور، بينما تضيف شركة "**Intellisseek Blog Pulse**" إلى محرك البحث الخاص بها حوالي **50.000** مدونة يوميا"[(3)]، "وتفيد بعض الدراسات إلى أنه يتم إنشاء **120.000** مدونة في العالم يوميا"[(4)]، لا شك أن كل هذه مؤشرات عن تطور المدونات في العالم، وأن هذا التطور مرشح للزيادة بقوة في السنوات القادمة.

"إن الحديث عن عوامل تطور المدونات بوصفها ظاهرة اتصالية، لا يمكن عزلها عن عنصر محوري يعود إلى ما توفره شبكة الإنترنت من مرونة في الاتصال وأدوات تدوين بسيطة ومتاحة ومجانية،

---

* وهو شاب من العراق كان يدون يومياته بشكل منتظم في موقع باسم "**Where is raed**" "أين رائد"، وكان الشاب يحكي في مدونته الشخصية مشاهد الحرب، وتفاصيل حياته الأسرية...كما كان ينقل مناحي الحياة اليومية في بغداد المحتلة. انظر عباس مصطفى صادق، مرجع سبق ذكره، ص 199، والحمزة منير، مرجع سبق ذكره، ص 192.

** لعبت المدونات الإلكترونية دورا كبيرا، في الانتخابات الأمريكية الأخيرة أيضا 2008، حيث لاقت إقبالا كبيرا من طرف الجمهور، وساهمت في نجاح اوباما، انظر: عبد الله الزين الحيدري، مرجع سبق ذكره، ص 140.

(1) عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، مرجع سبق ذكره، ص ص، 198-199.

(2) الحمزة منير، مرجع سبق ذكره، ص 192.

(3) المرجع نفسه، ص 192.

(4) عبد الله الزين الحيدري، مرجع سبق ذكره، ص 140.

نتيجة لذلك فإن المستخدمين يستطيعون الاتصال بسهولة مع الآخرين في شبكاتهم الاجتماعية ومجتمعاتهم الجغرافية، حيث تمثل المدونات أنظمة اجتماعية منظمة ذاتيا تساعد الأفراد على التفاعل من خلال المشاركة والتعلم عبر تبادل الأفكار والمعلومات، بالإضافة لحل المشكلات الجماعية، ومن أهم ما يميز المدونات أنها توفر حالة من التفاعلية غير موجودة في وسائل الإعلام الأخرى، حيث تسمح المدونات لقرائها بالتعليق على ما يطرحه المدون من رؤى وأفكار وموضوعات بشكل آني ودون قيود"[1]، "وأمام هذه الأهمية البالغة للمدونات، شرعت بعض قوى الضغط، والجمعيات والأحزاب والمؤسسات في العديد من المجتمعات في تجربة المدونات لتحقيق مستويات من التفاعل مع المحيط، مستويات مشحونة بروح تواصلية اجتماعية أكثر أنسنة، على غرار ما يحدث في مستوى المدونات الشخصية...ونجد مؤسسات كبرى مثل أي بي أم **(IBM)** وغوغل **(Google)** وبوينغ **(Boeing)** وجنرال موتورز **(Generale Motors)** قد بدأت تجربة التدوين لما في ذلك من فعالية في التواصل وجدوى في تحقيق الحضور المتميز "[2].

- **أنواع المدونات:**تتنوع المدونات تبعا للوسائل، فهنالك مدونات نصوص فقط، وهنالك مدونات صور ومدونات إذاعية صوتية، وهي تحتوي على وصلات لملفات صوتية ويطلق على بعضها مدونات الـ**MP3** المتخصصة في بث الأغاني والصوتيات، وتوجد مدونات البودكاست، وهناك مدونات الفيديو **Vblog**، كما توجد مدونات مختلطة، على ذلك تنقسم المدونات إلى عدة أنواع تشمل: [3]

1- المدونة الصحفية: يكون وراءها صحفيون أو أناس عاديون يكتبون بطريقة صحفية، ينقلون أحداثا يومية أو يعلقون على قضايا أو يقدمون أفكارا واقتراحات في شكل صحفي أقرب لكتابة العمود أو المقال.

2- المدونة الشخصية: حيث يكتب الناشر أفكاره الخاصة، أو شعرا خاصا به، أو رسوما قام برسمها، بالتالي تصبح المدونة كمعرض شخصي يمكن الوصول إليه من أي مكان في العالم.

3- مدونة الخبرات السابقة: بحيث يقوم الناشر بكتابة خبراته وتجاربه في المدونة، بالتالي تصبح المدونة وكأنها سيرة خاصة به، تعرض جميع قدراته ومهاراته.

---

(1) يامين بودهان، مرجع سبق ذكره.

(2) عبد الله الزين الحيدري، مرجع سبق ذكره، ص 140.

(3) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سبق ذكره، ص ص، 202- 203.

4- المدونة الاجتماعية: يتناول المدون المواضيع الاجتماعية، ويكتب قصصا من وحي المجتمع الذي يعيش فيه؛ بالإضافة إلى المدونات الأدبية، الثقافية، الاقتصادية، السياسية، العلمية، الرياضية.

لقد وجدت الكثير من الجماعات الافتراضية في الإنترنت منبرا لإسماع صوتها للآخرين، ولم يعد فضاء التعبير عن الآراء والمواقف مقتصرا على النخب والصفوة من المجتمع، بل أصبح للأفراد العاديين فرص للتعبير عن آرائهم*[1]، وإسماع صوتهم ومشاركة الآخرين في النقاش وتبادل الآراء، ونشر الأخبار والمعلومات والخبرات على نطاق واسع، ومن هنا فقد ساهمت المدونات في "كسر الحاجز النفسي وحاجز الخوف لدى المواطنين، وفتح الباب أمام التعبير عن الرأي مع إمكانية التخفي عبر الإنترنت من خلال الظهور بأي اسم، ونشر لا مركزية العمل السياسي، وتحقيق مفهوم العالمية والتواصل والتفاعل"[2].

2- الـويكـي "WIKI":

يعتبر "الويكي"** **"WIKI"** أحد تطبيقات الجيل الثاني للويب **2.0 (Web 2.0)** مثلها مثل المدونات، إلا أن هناك اختلافات بينهما، فإذا كانت المدونة عبارة عن صفحة ويب تسمح لصاحبها بتسجيل مذكراته وعرضها للجمهور والتعليق عليها، فإن "الويكي" **"WIKI"** "قد تأسست على مبدأ مفاده أن كل شخص تقريبا لديه بعض المعرفة التي يستطيع مشاركتها مع الآخرين، محررون تتراوح أعمارهم بين سبعة إلى سبعين عاما وما يزيد، كل منهم يساهم بجزء بسيط يساعد على بناء أشمل جهد تعليمي، نؤمن بأن التعلم

* ولعل خير مثال على ذلك الدور الذي لعبته المدونات في ثورة الشباب التونسي "ثورة الياسمين"، حيث كانت المحرك الأول للأحداث التي شهدتها البلاد، ومثلها في مصر وليبيا واليمن وسوريا ....

(1) يامين بودهان، مرجع سبق ذكره.

(2) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 161.

** يمكن أن تشير الكلمة أيضا إلى "برنامج ويكي" وهو تطبيق **ويب** يعتمد تقنية **ويكي** لإدارة محتويات الموقع، و يسمى أيضاً محرك ويكي **Wiki Engine**، وهذا البرنامج تتوافر فيه خاصيتان، إمكانية تعديل الصفحات بواسطة الزائر (أو الأعضاء المصرّح لهم) دون الحاجة لأي تطبيق آخر من أي نوع، وإمكانية إدراج رابط لصفحة لم تنشأ بعد عن طريق كلمات الويكى **WikiWords**.

حق للجميع، وفي الوقت نفسه لدى كل منا بعض من العلم الذي نستطيع (ويتوقع منا) تعليمه للآخرين"[1]، هذه هي الفكرة الأساسية التي يقوم عليها "الويكي"، ألا وهي التشارك في المعرفة.

لغة: كلمة "**Wiki**" بلغة شعب جزر هاواي الأصليين، تعني: بسرعة، أما بلغة التكنولوجيا فهي: "نوع بسيط من قواعد البيانات التي تعمل في شبكة الإنترنت"[2].

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال لـ"مارشال دانيسي" "Marcel Danesi" كلمة "ويكي" على أنها: "اسم يطلق على موقع الويب الذي يسمح للزوار أنفسهم بحذف، أو تعديل محتوياتهم، بدون الحاجة إلى التسجيل أحيانا، وأول البرمجيات التي أطلق عليها اسم "WIKI" هي WiKi Wiki Web، أطلقه عليها منشئها وارد كننغهام "Ward Cunningham..."[3]، ومنذ ذلك الوقت–**1995**– أصبح "ويكي" يتيح لأي شخص المساهمة في تقديم المعلومات والمشاركة في المعرفة، بما يمكن أي شخص من المساهمة في تطوير محتويات الموقع، وقد ذهب باحث آخر إلى اعتبار "الويكي" عبارة عن "قاعدة بيانات ويب، التي تسمح لكل مشاهدي الصفحة بتعديل المحتوى...، صناعة الويكي سهلة وبسيطة، لاستخدامها كقاعدة للعمل التعاوني على النصوص والنصوص الفائقة"[4].

ويذهب "Jérôme Bondu" إلى تعريف "الويكي" على أنه: "مساحة مشتركة أين يتم نشر صفحات الويب بحرية، وأيضا تعديلها من طرف كل الزوار المخول لهم"[5]، وبالتالي فهو يتيح للمستخدمين "أن يحرروا الموقع جماعيا وبلغة ترميز بسيطة، وباستخدام المتصفح، ما يميز مواقع الويكي بشكل عام هو سهولة إنشاء مواضيع جديدة، أو تحديث مواضيع قديمة وتعديلها دون الحاجة إلى وجود رقابة توافق على إنشاء الصفحات أو تعديلها عادة_إلا في حالة وجود أخطاء_، وبعض مواقع الويكي لا تتطلب حتى تسجيل الدخول في الموقع لإنشاء أو تعديل مواضيع"[6]، حيث أن معظم مواقع ويكي "تكون مفتوحة لعامة

(1) عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، مرجع سبق ذكره، ص 210.

(2) المرجع نفسه، ص 210.

(3) Marcel Danesi, **dictionary of media and communications**, M.E.sharpe: new york, 2009, p 305.

(4) Anja Ebersbach**, Markus Glaser, Richard Heigl, Wiki Web Collaboration**, Springer: Germany, 2006, p 10.

(5) Jérôme Bondu, Alain Garnier, **L'impact Des Reseaux Sociaux**, Inter-Ligere, Jamespot: Montreuil, 2009, p 06.

(6) ويكيبيديا، مرجع سبق ذكره.

الناس ولا يحتاج أي شخص إلى التسجيل في الموقع ليتمكن من إنشاء وتعديل المواضيع بل يستطيع مباشرة المساهمة في الموقع دون قيد أو شرط"[1].

و"يمكن استخدام "الويكي" لأغراض كثيرة ابتداء من استخدامها كوسيلة للاحتفاظ بملاحظات شخصية، إلى إنشاء قاعدة بيانات معرفية، مرورا بإنشاء مواقع تقليدية، ومن هنا فقد "ظهرت برامج "ويكي" كثيرة واعتمدت الكثير من المواقع على هذه البرامج والهدف هو تبسيط عملية المشاركة والتعاون في تطوير المحتويات إلى أقصى حد ممكن"[2].

وتتمثل أهم خصائص "الويكي" فيما يلي:

1- الوصلات المتشعبة (Hypertext)*:

"تحتفظ مواقع الويكي بكل محتويات الموقع في قاعدة بيانات متشعبة، وتستطيع مواقع الويكي معرفة كل صفحة وكل وصلة بين الصفحات، ولا يهم مواقع الصفحات هنا، على المشارك في تحرير محتويات الويكي أن يجعل بعض الكلمات تعمل كوسيلة وسيقوم موقع "ويكي" بتفعيل هذه الوصلات، إن كانت الوصلة تشير إلى صفحة موجودة سينتقل الزائر لها، وإن كانت تشير إلى صفحة غير موجودة سيظهر نموذج لإضافة محتوياتها وعندما، تنشأ الصفحة سيقوم موقع "ويكي" تلقائيا بتفعيل كل وصلة تصل هذه الصفحة الجديدة"[3].

2- تنظيم المحتويات:"لا توجد هيكلية محددة لتنظيم المحتويات في مواقع ويكي، فيمكن لأي موقع أن ينظم محتوياته بالأسلوب الذي يناسبه، عادة لا تحوي مواقع ويكي على صفحات تنظيم المحتويات إلا في

---

(1) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 164.

(2) عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، مرجع سبق ذكره، ص 211.

* وهي عبارة عن برمجة تحيل القارئ أو المتصفح لمضمون الإنترنت إلى نص آخر، فإذا أراد المتصفح مزيدا من المعلومات بخصوص موضوع معين (شخصية، فكرة، مفهوم، قضية ...الخ)، فما عليه سوى الضغط عليه وهي عادة ما تكون عبارة عن صورة ليد على كلمة أو جملة ملونة بلون، (Link) إشارة لرابط مغاير، وهذه السمة لا تتيحها إطلاقا وسائل الاتصال التقليدية، وتخلق هذه النصوص الذكية متعة في القراءة وهذا نتيجة إتاحته إمكانية اختيار الأخبار والمعلومات، وتوسيع الأخبار والمعلومات إن أراد. انظر محمد لعقاب، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، دار هومة: الجزائر، 2007، ص ص، 56-57.

(3) ويكيبيديا، مرجع سبق ذكره.

مواقع ويكي الكبيرة مثل "ويكيبيديا"، ففي "ويكيبيديا" هناك صفحة رئيسية تقود الزائر إلى أقسام فرعية أو إلى المواضيع مباشرة، ويمكن الانتقال من موضوع إلى آخر دون الحاجة إلى المرور على صفحات تنظيم المحتويات وتقسيمها، هذه المرونة في ويكي غير متوفرة في المواقع التقليدية التي تجبر صاحب الموقع على إنشاء هيكل محدد لمحتويات الموقع قبل وضع هذه المحتويات، أما في ويكي يمكن لصاحب الموقع كتابة المحتويات ثم تنظيمها بالطريقة التي يريدها وتناسبه"[1].

3- التحكم بالتعديلات: بالإضافة إلى الخصائص السابقة يمكن عد خاصية "التحكم بالتعديلات" "أحد أهم الخصائص التي تميز مواقع "الويكي"، حيث أنها "صممت بحيث يستطيع أي شخص أن يصحح الأخطاء بسهولة، بدلا من التركيز على تجنب الأخطاء، لذلك مواقع ويكي تعتبر حرة تماماً ويمكن لأي شخص أن يرتكب الأخطاء، لأن هذه الأخطاء ستصحح من قبل الشخص نفسه أو من قبل أناس آخرين"[2].

ومن هنا تتمثل أحد أهم سماة مواقع الويكي في "تبسط عملية تحرير المحتويات، فكل صفحة تحوي رابطا لتغيير محتوياتها، وإذا أراد شخص ما تغيير محتويات الصفحة فعليه أن يضغط على الرابط وسيظهر له نموذج لتحرير المحتويات، وعندما ينتهي من إضافة وتعديل ما يريد عليه أن يضغط الزر لإرسال التعديلات، وستظهر الصفحة كما قام بتحريرها، فهي تشجع على العمل الجماعي"[3].

"وهناك خاصية متوفرة في أغلب مواقع ويكي وهي صفحة أحدث التغييرات والتي تعرض قائمة بآخر التعديلات التي أجريت على صفحات موقع ويكي، هذه القائمة توفر وظيفتين: **الأولى** هي عرض الصفحة قبل آخر تعديل، و**الثانية** هي: عرض الإختلاف بين الصفحة الحالية وآخر تعديل أجري عليها، بهذا الأسلوب يستطيع أي كاتب أن يعرف ماذا أضيف للموضوع في كل تعديل، ويمكن إرجاع الصفحة إلى تعديل سابق في حال أن التعديلات الأخيرة لم تكن في صالحه"[4].

4- العبث والتخريب: طبيعة مواقع ويكي المفتوحة للجميع والتي تتيح للجميع تعديل المقالات تسمح للبعض أن يعبثوا في المواضيع، وأسباب هذا التخريب كثيرة، فالبعض يعبث لمجرد العبث وتجربة

(1) ويكيبيديا، مرجع سبق ذكره.

(2) المرجع نفسه.

(3) عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، مرجع سبق ذكره، ص 211.

(4) ويكيبيديا، مرجع سبق ذكره.

الموقع،والبعض يريد حذف ما لا يوافق رأيه أو تخريب المقالات التي تخالفه الرأي، والبعض يكتب مقالات جديدة لا علاقة لها بتخصص أو توجه الموقع، قد تكون هذه المقالات دعاية له أو دعاية ضد شخص ما أو فكر معين. الكثير من برامج ويكي تتيح لمدراء الموقع حماية الصفحات فلا يستطيع أحد تعديلها، وهذا الإجراء يتخذ في حالة المواضيع الخلافية التي يكثر تعديلها دون الوصول إلى وجهة نظر محايدة ترضي جميع الأطراف، وقد تضطر مواقع ويكي في بعض الأحيان إلى وقف الكتابة والتعديل تماما في كل الموقع. بشكل عام يمكن تعديل أي تخريب وإعادة الصفحات إلى ما كانت عليه قبل التخريب، لذلك من الأفضل ترك المخرب يعبث كما يشاء لأنه سيتوقف لاحقاً، بعد ذلك يمكن لأي شخص إصلاح ما عبث به المخرب، ويمكن في بعض المواقع وقف المخرب عن طريق رقم **IP** فلا يستطيع تخريب المقالات، أو في بعض الحالات منعه تماما من تصفح الموقع وقراءة محتوياته[1].

وعلى الصعيد العربي نلاحظ أن هناك نقصا فادحا في مواقع "ويكي" بالعربية، وهو ما يمثل انعكاسا للحضور العربي المحتشم على الشبكة بصفة عامة، "فبينما يصل عدد مواقع الويكي الإنجليزية 2800 والألمانية **400** موقع"، فإن عدد مواقع "الويكي" العربية لا يتجاوز أصابع اليد، لعل أشهرها، ويكيبيديا، وجوريسبيديا، والمعرفة... [2]

– **نموذج ويكيبيديا:** توجد نماذج كثيرة لمواقع "الويكي"، ولكن تعد موسوعة ويكيبيديا "Wikipedia" النموذج الأكثر شهرة، وتمثل ويكيبيديا "Wikipedia" "مصدر مفتوح يمكن لأي شخص أن يضيف ويعدل فيها، ولكنها في الوقت نفسه تتمتع ببنية واضحة تمنح المديرين السلطة لممارسة السيطرة التحريرية وشطب المواد غير المناسبة، وحماية تلك المواد المعرضة للتشويه"[3]، ويعرفها قاموس الإعلام والاتصال على أنها: "الموسوعة الحرة المتعددة اللغات على الإنترنت، انطلقت يوم 1 مارس **2002**، الاسم هو مزيج من الكلمات "Wiki" (ويكي)، و"Encyclopedia" (الموسوعة)، تكتب بالتعاون بين متطوعين، يمكن تعديل معظم مقالاتها من طرف أي شخص تقريبا يصل إلى موقع الويب ولهذا السبب هناك جدل على

(1) ويكيبيديا، مرجع سبق ذكره.

(2) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 166.

(3) ويكيبيديا، مرجع سبق ذكره.

مدى دقة ويكيبيديا"[1] بين من يرى بأن معلوماتها غير موثوق منها، باعتبار أنه من حق كل شخص أن ينشر ما يشاء دون أي شروط مسبقة، وبين من يرون أن الموقع يشرف عليه مجموعة من المنظمين، غالبا ما يكونون من الشباب يتولون عملية حماية الموقع من التخريب، وكذا التحقق من صدق المعلومات المنشورة فيه.

"وتعمل ويكيبيديا "**Wikipedia**" من خلال مؤسسة "ويكيميديا" "**Wiki Media**" ومقرها فلوريدا في الولايات المتحدة الأمريكية، وهي المنظمة المسؤولة عن جمع التطبيقات التي تحمل اسما ممتدا لويكيبيديا "**Wikipedia**" والمشاريع الشقيقة".

"ويضم مشروع الويكيبيديا "**Wikipedia**" ما يلي: [2]

- **قاموس ويكاموس على** "**Ar.Wiktionary.Org**" وهو عبارة عن مشروع تعاوني تشاركي، يهدف لتوفير قاموس متعدد اللغات لكل اللغات ومنها العربية مع توضيح أصول وجذور الكلمات، وطريقة اللفظ، وكافة المعاني في كل المجالات.

- **مشروع المكتبة الإلكترونية العالمية** "**WIKIBOOK.Org**" الذي يهدف إلى توفير الكتب الإلكترونية مجانا.

- **موسوعة الاقتباسات** "**Wikiquote.Org**" المتعددة اللغات، وموسوعة مصادر ويكي "**Wikisource.Org**" وهي مستودع للنصوص المجانية الحرة المشاعة التي لا يملك أحد حقوق الطبع والتأليف لها، كالرسائل الأدبية، الكتب، المحاضرات الدينية....

- الويكي نيوز أو الويكي الإخباري "**Wikinews**" وهو يشير إلى أنه المصدر الحر للأخبار التي يمكن أن تكتبها أنت، وهو يقدم الأخبار من جميع أنحاء العالم لحظة نشرها في الانترنت لتغطي طيفا واسعا من الاهتمامات، وبعكس جميع مشاريع ويكيبيديا، فإن ويكي نيوز يعتمد على أدوات من "كريتف كومونوز" "**Creative Commons**" لترخيص حقوق الملكية للأخبار التي تنشر فيه.

(1) Marcel Danesi, Op.Cit, p 305.

(2) عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، مرجع سبق ذكره، ص 212.

المبحث الثاني: الشبكات الاجتماعية وتعميق البعد الاجتماعي لشبكة الإنترنت

لا شكّ أن كل تطبيقات الجيل الثاني قد شكلت ثورة على طرق إنتاج وتداول المعلومات، والاتصال والتشارك بين الأفراد، إلا أن الشبكات الاجتماعية قد شكلت ظاهرة بحد ذاتها، تستحق الاهتمام، حيث حصلت على رواج لم يسبق له مثيل لأي موقع انترنت، بل أصبحت تنافس محركات البحث في جماهيريتها، مما أهلها لاحتلال المراتب الأولى لأكثر المواقع تصفحا، وتحولت الإنترنت على إثرها إلى وسيلة اتصال جماهيرية بامتياز، تنافس المؤسسات الإعلامية الكبرى في عدد مستخدميها، كل هذا جاء نظير ما قدمته من خدمات وما تميزت به من خصائص عن غيرها من المواقع والتطبيقات، والتّي سنحاول الإلمام بها في هذا المبحث.

- المطلب الأول: مفهوم الشبكات الاجتماعية

يعد مصطلح الشبكات الاجتماعية من المصطلحات القديمة الحديثة، حيث أن لهذا المصطلح امتداد في علم الاجتماع ولكنه أصبح يستخدم للدلالة على ظاهرة جديدة لها بعد افتراضي، ولكنه في نفس الوقت يحمل الكثير من خصائص الشبكات الاجتماعية التقليدية كونه يشير إلى شبكة أفراد يتفاعلون ولكن بطريقة افتراضية.

إنّ ارتباط مفهوم الشبكات بالتقنية جعله معطى مجازيا أكثر منه تقنيا لأنه تحول إلى نمط من التفكير، وتحليل المجتمعات الغربية التي يُعتقد أنها تتسم بتفكك اجتماعي وتشذر سياسي وهكذا يُرحل مفهوم موقع الشبكات الاجتماعية من الحقل العلمي إلى الحقل الأيديولوجي ويتحول إلى أداة لخلاص المجتمعات من كل مشاكلها، وليس الاتصالية فقط؛ أي أنه يقوم بردم الفجوات الاجتماعية والسياسية، ويجلب الديمقراطية وهكذا تقدم العُدَّة التقنية كضابط لكل ما هو اجتماعي وسياسي[1].

1- لغة: جاء في قاموس المحيط شبكه: أنشب بعضه في بعض، وشبكت الأمور وتشابكت: اختلطت والتبست[2].

(1) نصر الدين العياضي، مرجع سبق ذكره، ص 39.

(2) مجد الدين محمدبن يعقوب الفيروز آبادي، مرجع سبق ذكره، ص 835.

وهي تعني: "حالة الترابط البنيوي بين نقاط متباينة (يُطلَق عليها عادة اسم عقد) متصلة إجمالًا بوساطة روابط متعددة ومتداخلة ومتكررة، وبهذا المعنى لا يمكن الحديث عن الشبكة إلّا إذا كنا أمام كمّ هائل من العقد (أكانت أشخاصًا أم شركات أم حواسيب) المتصلة بعدد كبير من العقد الأخرى، ويجري تأمين هذا الاتصال عبر كثير من الروابط التي تتقاطع مع روابط العقد الأخرى[1].

وترجمت كلمة **(Network)** إلى العربية بمعنى شبكة وتختصر إلى **(Net)**، والشبكة في اللغة العربية تعني: تداخل الشيء في الشيء، مثل تشبيك أصابع اليدين، ويقال بين القوم شبكة نسب، اذا تصاهروا وتزاوجوا، وشبك الشيء اذا تداخل بعضه في بعض وتشابك[2].

ظهرت في المملكة المتحدة في الأساس في حقل الانثروبولوجيا الاجتماعية (ولا سيما في جامعة مانشستر في ظل إرشاد ماكس غلوكمان)، كوسيلة لتحديد تشابك العلاقات بين الناس، وكان اقتراح هذا العمل يتمثل في أن الشبكات تغيرت عبر الزمن، مع تدهور الحياة الريفية، من شبكات قليلة ولكن قوية إلى شبكات كثيرة ولكن ضعيفة في عصر العمران الحديث.

إجمالا يستخدم هذا التقليد الانثروبولوجي كلمة "الشبكة" بمعنى مجازي لتدل على السمات الكيفية للعلاقات (مثلا: التعاونية مقابل الاستقلالية) كالعلاقات التي تربط بين شريكي الزواج في طبقات اجتماعية مختلفة.. [3].

(1) بارني داون، **المجتمع الشبكي**، تر: أنور الجمعاوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات: قطر، 2015، ص 10.

(2) هاشم احمد نغيمش، **خدمات التواصل وأشكالها في شبكة المعلومات العالمية** ، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية: تونس، العدد 1، 2015، ص 56.

(3) طوني بينيت، لورانس غروسبيرغ، ميغان موريس، **مفاتيح اصطلاحية جديدة –معجم مصطلحات الثقافة والمجتمع**، تر: سعيد الغانمي، مركز دراسات الوحدة العربية: بيروت، 2010، ص 421.

- **اصطلاحا:**

- **اجتماعي:** ترتبط كلمة اجتماعي بعملية الاشتراك في حياة المجتمع، وبقبول قواعده العامة وقوانينه، وتتدرج من مجرد القبول بآداب السلوك، الاتيكت، إلى قوانين الزواج[1].

الشبكة الاجتماعية هي كشف لخارطة العلاقات بين العناصر (أفراد، منظمات، دول ...)، حيث توضح الشبكة مختلف الطرق التي يترابط بها العناصر، سواء كان ذلك عن طريق علاقات الصداقة، الحاجة للمعرفة، الموقع التنظيمي وتوزيع الأدوار أو الروابط الأسرية [2].

تعرف الشبكات الاجتماعية على أنها موقع على شبكة الإنترنت، يسمح للمستخدم بالتسجيل وإنشاء بطاقة تعريف افتراضية غالبا ما تسمى "بروفايل" "Profile"، ويقال عن الشبكة أنها اجتماعية عندما تسمح بالمشاركة مع أعضاء آخرين مسجلين على نفس الشبكة: رسائل عامة أو شخصية، وصلات، أشرطة الفيديو، صور، ألعاب،..."[3].

وهي عبارة عن : "موقع الويب الذي يسمح للأفراد بالانضمام، ملكية، وتحرير صفحة ملف شخصي "Profile"، للربط علنا مع غيره من الأعضاء (على سبيل المثال أصدقاء)، والتواصل مع أعضاء آخرين"[4].

وقد أشار الباحث "برادلي" "Broadly" إلى خاصية التفاعلية التي تميز الشبكات الاجتماعية حيث عرفها على أنها: "موقع ويب، أو أي نوع آخر من الاتصال عبر الإنترنت الذي يسمح للأفراد بالتفاعل مع بعضهم البعض"[5].

---

(1) فج رايت، **مبادئ علم الاجتماع –معجم مصطلحات الثقافة والمجتمع**، تر: محمد شيا، دار الحداثة: القاهرة، 2010، ص 12.

(2) طارق عبد الله الشدي، **منهجية تحليل الشبكات الاجتماعية**، مجلة جامعة الملك سعود: الرياض، 2010، م22، ص ص، 373- 374.

(3) Laurent Collée, **Sécurité et vie privée sur les réseaux sociaux**, Master en gestion de la sécurité des systèmes d'information: Faculté de Droit, d'Economie et de Finance: université du Luxembourg, 2009. Site : www.cases.public.lu/fr/public.lu/fr/publication, (30/05/2013, 17:12).

(4) Panayiotis Zaphiris, Chee Siang Ang, **Social Computing and Virtual Communities, Taylor &** Francis Group: New york, 2010, p 265.

(5) Carla Mooney**, Online Social Networking,** Gale: New york, 2009, p 10**.**

ويتجّه بعض الباحثين إلى تعريف الشبكات الاجتماعية على أنّها: "المواقع التي تستهدف إيجاد علاقات تعارف وتواصل بين الأصدقاء والأقارب أو زملاء الدراسة أو المهنة"[1].

وبالرغم من أن التواصل أحد الخدمات الأساسية التي توفرها الشبكات الاجتماعية على الانترنت إلا إن هذا التعريف يهمل باقي الخدمات الأخرى التي يمكن أن توفرها هذه الشبكات كتحميل الملفات ومشاركتها وغيرها بل أهمل بعضا من الشبكات الاجتماعية المتخصصة في عرض محتوى معين كالفيديو والصور أو غيره من المحتويات والتي قد لا توفر خاصية التواصل الا في التعليقات.

ويعد التعريف الذي قدمته كل من دانا بويد **Dana Boyd** وزميلها نيكول أليسون**Nicole Elisson**، أحد أشهر التعاريف وأكثرها استخداما من طرف الباحثين، واللذان يشيران إلى أن الشبكات الاجتماعية "**Social networks**" هي عبارة عن "مواقع خدمات على شبكة الإنترنت، والتي تتيح للأفراد:

1- بناء ملفات عامة، شبه عامة وفق نظام محدد.

2- تحديد قائمة المستخدمين الآخرين الذين يشتركون معهم في الاتصال.

3- عرض والتنقل بين قوائم اتصالاتهم، و .القوائم التي أعدت من طرف آخرين داخل النظام"[2].

ومن هنا يمكن تعريف الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على أنها: "موقع الويب الذي يسمح للأفراد بالانضمام، ملكية، وتحرير صفحة ملف شخصي "**Profile**"، للربط علنا مع غيره من الأعضاء (على سبيل المثال أصدقاء)، والتواصل مع أعضاء آخرين"[3]، فبعد أن كانت الشبكات الاجتماعية تتم بين أشخاص يجمعهم البعد الجغرافي، أصبحت تنشأ عبر وسيط تكنولوجي، وعن طريق موقع ويب، حيث "أصبح الأفراد داخل البيئة الاتصالية الجديدة يتمتعون بقدرة على خلق فضاءات اتصالية افتراضية يلتقون فيها ظرفيا كأسلوب تعبيري جديد يمكنهم من الاتصال بالآخرين"[4].

---

(1) رحيم مزيد علي فوكولتي، **أخلاقيات الإعلام الجديد دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في المواقع الالكترونية العراقية**، مجلة آداب الفراهيدي: جامعة دهوك (العراق)، العدد 18، 2014، ص 620.

(2) Danah Boyd, Nicole .B.Elisson, **social network sites: definition, history, and sholarship, journal of computer-Mediated communication**, issue 13, 2008, p 211. Site: www. onlinelibrary.wiley.comdoi, (13/01/2014,16:19) .

(3) Panayiotis Zaphiris, Chee Siang Ang, Op.Cit, p 265.

(4) يامين بودهان، مرجع سبق ذكره.

ومنه فقد "قلصت من تكلفة الاتصالات، كما سمحت بتضاعف سرعة انتشار المعلومات والصور والأفلام وكمها، الأمر الذي أدى إلى ظهور ما أصبح يدعى بعد ايمانويل كاستل "مجتمع الشبكات" ...سمح لأشكال جديدة من العلائق بالظهور لا تخضع لمنطق تمركز الفضاءات المعهود، ولا لأقطاب القرار المألوفة، فمقابل الطابع المادي الذي كان يسمى التدرجات التقليدية حل تزايد العلائق الأفقية التي غالبا ما تتخطى الحدود الاجتماعية والوطنية[1].

وتنتمي الشبكات الاجتماعية الى مواقع الويب **0.2** فهي تعتمد "على إنشاء المادة المعروضة ديناميكيا من مجموع البروفيلات والتفاعلات التي تتم عبرها، فالعناصر المكونة للتواصل بين المشتركين مستمدة من الهوية الاجتماعية (من أنت؟ أين تقطن؟ في أي مدرسة تلقيت تكوينك؟ ما هي ميولاتك الفكرية؟ ما هي عقيدتك السياسية؟) وهو ما يعطي الجيل الثاني للويب (**Web 2.0**) خصوصيته، إذ لم يعد مصممو المواقع مطالبين بتوفير المحتوى كما لم يعد موفروا المحتوى مطالبين بتصميم المواقع...لقد حسمت هذه التقنيات –ولو ظاهريا– شكل الويب في الألفية الجديدة، حيث صار الهرم المعلوماتي قائما على التشارك...بما قطع الطريق أمام الرغبة في الاستئثار بحكومة الإنترنت والحصول على ترخيص أممي حصري لإدارتها"[2].

وبالتالي فالشبكة الاجتماعية هي عبارة عن "تركيبة اجتماعية الكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم العقدة (**Node**) بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما، أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص[3].

(1) امحمد مالكي وآخرون، **الانفجار العربي الكبير في الأبعاد الثقافية والسياسية**، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات: الدوحة، 2012 ، ص 79.

(2) عامر بوعزة، **زمن الفايسبوك**، البوابة العربيّة لعلوم الإعلام والاتصال، ص ص، 5–6، متاح على الموقع: www.arabmediastudies.net، (2017/12/15، 06:30).

(3) فايزة يخلف، مرجع سبق ذكره، ص 55.

ويطلق البعض على الشبكات الاجتماعية بـ"مواقع التواصل الاجتماعي" وهذا "لكونها تصبح أدوات لدى استخدامها وتوظيفها من قبل الأفراد أو المنظمات (المؤسسات) للتواصل والتفاعل مع الآخرين، كما يطلق عليها بالإعلام الاجتماعي (Social Media) باعتبارها وسيلة متطورة من وسائل الإعلام وإيصال المعلومات، تجمع بين ميزتي المعلومات والتطور التكنولوجي لدى استخدامها لوظائف إعلامية تجاه الجمهور بمختلف أنواعه.

ويطلق عليها أيضا أدوات الإعلام التفاعلي (Interactive Media Tools) لأنها توفر خاصية التفاعل بين الأطراف المختلفة، وإمكانية اشتراك الجميع في صياغة المضامين والتعليق والإضافة عليها وتعديلها أو حذفها[1].

-المطلب الثاني: خصائص الشبكات الاجتماعية

للشبكات الاجتماعية "مزايا جمة فهي تبقينا على تواصل مع أصدقائنا القدامى، وتعرفنا إلى أناس جدد يملكون اهتماماتنا نفسها، وتنشئ منطقة آمنة نحن في حاجة ماسة إليها، يقول الفيلسوف إيان يوغوست: "لقد دمّرت الحواجز الفاصلة بين الأشخاص، وخصخصت، وأصبحت تحت المراقبة، خلال العقود المنصرمة، لكن مادمّر بالأخص هو حياة اليافعين والمراهقين بسبب المخاوف الإضافية من الاختطاف والاستغلال ، والجريمة ، والفساد الأخلاقي، تشكل مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة إلى يوغوست مرتعا للتسكع والتعرف إلى الطرز السائدة، والدور الذي تؤديه تلعبه صالات الألعاب الالكترونية في الماضي، اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي موجودة في كل مكان وضرورية، وتسبب الإدمان، ولم يعد التواصل عبر الشبكات الاجتماعية مجرد تسلية، بل أصبح أسلوب حياة[2]، ومنه يمكن تلخيص أهم خصائص الشبكات الاجتماعية فيما يلي:

(4) رحيمة عيساني، **الشبكات الاجتماعية في الوطن العربي: بيئات جديدة للتواصل الاجتماعي**، مجلة الخليج، العدد 90، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج: الكويت، 2012، ص 18.

(2) لوري اندروز، **أعرف من أنت ورأيت ماذا فعلت –مواقع التواصل الاجتماعي وفقدان الخصوصية**، تر: شادي الرواشدة، العبيكان للنشر والتوزيع: عمان، 2015، ص 7.

1- المشاركة (التقاسم) "Sharing":

لا ريب في أن الشبكة العنكبوتية العالمية تعد الوسيلة الأكثر مشاركة من بين وسائل الاتصال، حيث ساهمت في تفعيل دور المستخدمين من خلال تمكينهم من نشر المعلومات التي يرغبون في نشرها، بل وحتى تبادلها مع غيرهم من مستخدمي الشبكة والمشاركة في المعلومات نفسها بين عدد كبير منهم.
وأصبحت المشاركة ...، مفهوما أساسيا وجوهريا في دراسات وسائل الإعلام الجديدة، على سبيل المثال: ناقش مارك دييز **Mark Deuze (2006)** ثلاثة أنماط من الارتباط بوسائل الإعلام الجديدة : المشاركة، والمعالجة، والاقتطاف...[1].

وتتيح الشبكات الاجتماعية للأفراد مشاركة غيرهم –ممن يقاسمونهم نفس الاهتمامات– في مختلف أنواع المضامين، التي تحظى باهتمامهم من خلال "إنشاء والقدرة على التسجيل في مجموعات تتقاسم حول مركز اهتمام مشترك"[2]، بما يمكن أعضاء المجموعة من إرسال واستقبال مختلف الرسائل والملفات وتبادلها فيما بينهم، وعلى الرغم من أن أول خدمة للويب كان من أهم خصائصها "المشاركة في المعلومات وتبادلها والتعاون في مختلف المجالات، "ولكن أول ويب مكن من "المشاركة" على شكل نصوص فقط، وفي سنة 1992 طور مارك أندرسون "Marc Andreessen" متصفح ويب يستطيع معالجة الصور بالإضافة إلى النصوص"[3]، "ومع التطورات التي عرفها الويب، عرفت "المشاركة" "Sharing" تطورا كبيرا لاسيما مع ثورة المعلومات وظهور "ويب 2.0" الذي مكن المستخدمين من المشاركة في المحتوى والمعرفة: بإمكان الأفراد التعليق على مواقع المدونات، كتابة مقالات ويكي"[4] ومشاركة الآخرين في الاتصالات، النصوص والصور والفيديو...الخ من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية، فالمشاركة أحد الخصائص الأساسية لمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث تعد هذه المواقع أمثلة ملموسة للتقارب الاجتماعي من خلال خلق عوالم افتراضية أين يتفاعل الأفراد بحرية ويتصلون بعلاقات تبادلية (صداقة، إعجاب، تقاسم اهتمامات، علاقات مهنية...).

(1) ليا ليفرو، **وسائل الإعلام الجديدة البديلة والناشطة**، تر: هبة ربيع، المركز القومي للترجمة: مصر، 2006، ص ص، 20-21.

(2) Jérome Bondu, Alain Garnier, Op.Cit, p 10.

(3) Panayiotis Zaphiris, Chee Siang Ang, Op.Cit, p 153.

(4) Jérome Bondu, Alain Garnier, Op.Cit ,p 15-16.

يؤكد دييز Deuze، على أن المشاركة تجعل الناس"عملاء نشطين في عملية صنع المعنى"، وتعزز وسائل الإعلام الجديدة المشاركة في هذا المعنى التفاعلي والاستدلالي بشكل أساسي، وبالتالي فإنها توفر أيضا المنصات الضرورية إلى الصحافة التشاركية، والديمقراطية التشاركية، ..إلى أخره[1].

2- التفاعلية وما بعد التفاعلية: يعرف المعجم الإعلامي لمحمد منير حجاب التفاعلية على أنها: "من أهم سمات المجتمع المعلوماتي، وتعني قدرة مستقبل الاتصال على التعامل مع المشتركين الآخرين وتبادل ردود الأفعال المستمر لمعلومات ومكونات هذه الشبكة طبقا لما يرونه من ردود أفعال، ولهذا تتميز التفاعلية بالتشبيك"[2]، بمعنى الربط الكامل بين جميع مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية، وقد عرفها "ديرلاك" "Durlak" على أنها: "العملية التي يتوافر فيها التحكم في وسيلة الاتصال من خلال قدرة المتلقي على إدارة عملية الاتصال عن بعد"[3].

"ورغم أن مفهوم التفاعلية تم استخدامه في حقول معرفية كثيرة، إلا أن استخدامه في حقل الاتصال الجماهيري يعود إلى السنوات الخمسة عشرة الأخيرة، ويحتوي التراث العلمي في هذا الموضوع على نماذج تعريفية كثيرة للتفاعلية، ولكن أقربها إلى الدقة ماقدّمه Steuer من تعريف للتفاعلية بوصفها المدى الذي تسمح فيه الوسيلة للمستخدم بتعديل المحتوى أو تشكيل بيئة وسيطة في الوقت الفعلي، وكذلك التعريف الذي قدمه Mc millan للتفاعلية بأنها ذات بعدين أساسيين، هما: درجة مباشرة الاتصال، ومستوى تحكم المستقبل في عملية الاتصال"[4].

"حيث غيّر الاتصال التفاعلي عبر الانترنت الكثير من المفاهيم المرتبطة بعناصر العملية الاتصالية، وألغى الكثير من الفوارق بين أطراف عملية الاتصال الشبكي، وحدّ من قدرة القائم بالاتصال على سبيل المثال على تحديد أولويات (أجندة) الجمهور المتلقي.

---

(1) ليا ليفرو، مرجع سبق ذكره، ص 20.

(2) محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة، 2004، ص 156.

(3) فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص 91.

(4) حسني محمد نصر، **اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة –دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة**، دراسة مقدمة إلى: مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2015، ص 13.

وتتفق الإنترنت مع وسائل الإعلام التقليدية على نشر كم هائل من المعلومات لعدد ضخم جدا ولا نهائي من المستخدمين وأفراد الجمهور إلا أنها تختلف عن وسائل الإعلام التقليدية في أنها تعطي عادة للمستخدم القدرة على مناقشة الموضوعات المختلفة مع غيره من المستخدمين، وبالتالي فهي تعطي للمستخدم الفرصة لأن يكون مصدرا للمعلومات في نفس الوقت الذي يستقبلها فيه، لذا فالإنترنت لديها الإمكانية لتكون أول وسيلة اتصال جماهيرية عالمية تفاعلية[1]، ويلخص بعض الباحثون التفاعلية في "أنها تبدأ عندما يصبح المتلقي مشاركا، وفيه قد يتحول إلى منتج المحتوى"[2].

وبالرغم من ارتباط مفهوم التفاعلية بالاتصال الشخصي المباشر إلا أنه يصلح لدراسة أنماط اتصالية حديثة مثل التلفزيون التفاعلي Cable TV والاتصال عبر شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)[3]، إلا أنه "يجب التمييز بين التفاعلية في الاتصال الشخصي، والمتمثلة في رجع الصدى والتفاعلية كمفهوم حديث مرتبط بتكنولوجيا الاتصال الحديثة والمتمثلة بوضوح في الاتصال عبر الانترنت[4].

ويرى رفائيللي أن مفهوم التفاعلية يشير إلى مدى تسلسل وارتباط الرسائل التي يتم تبادلها عبر عملية الاتصال، ويشير إلى أنها تعني فورية ومباشرة درجة الاستجابة، وتمثل عملية مترابطة، وهي أيضا متغير يرتبط بإجراءات الاتصال، ويمكن أن يشار لمستواها من حيث الجودة والفاعلية، وأشار في دراسته إلى مجموعة من العوامل التي تتدخل في الموقف الاتصالي لتساعد على تحقيق التفاعلية، وتشمل الاشباعات التي يشعر بها المتلقي من التفاعل مع الرسالة، والتقبل وهي بذلك مرتبطة بعدة عناصر تتمثل في جودة الأداء، والدوافع التي تشجع المتلقي على الرد على المرسل، الرغبة في التواصل الاجتماعي، ويؤكد على أن التفاعلية تؤدي إلى المزيد من التعاون بين أطراف العملية الاتصالية"[5].

---

(1) رضا عبد الواحد أمين، **النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني**، 2007. متاح على الموقع: https://www.ketab.info/2017/01/pdf-al-nadharyat-al-ilmya-fi-al-iaalam.html (2013/10/17، 13:15)، ص ص، 93- 94.

(2) مصطفى يوسف كافي، **الإعلام التفاعلي**، دار الحامد للنشر والتوزيع: عمان، 2016، ص 47.

(3) رضا عبد الواحد أمين، **النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني**، مرجع سبق ذكره، ص 94.

(4) حسنين شفيق، **الإعلام الجديد والجرائم الالكترونية– التسريبات– التجسس–الإرهاب الالكتروني–**، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2015، القاهرة، ص 50.

(5) رضا عبد الواحد أمين، **النظريات العلمية في مجال الإعلام الالكتروني**، مرجع سبق ذكره، ص ص، 94–95.

وقد أشار Mc Millan إلى أن للتفاعلية ثلاثة أشكال أو ثلاثة مستويات تندرج كلها تحت المفهوم الشامل للتفاعلية في عملية الاتصال منعا لحدوث أي لبس في فهم أبعادها، وهي[1]:

1- التفاعل في علاقة المستخدم بغيره من المستخدمين User-to-User، مثل أشكال الاتصال التفاعلي الشخصي التي تعتمد على الحاسب الآلي، ومنها البريد الإلكتروني، والدردشة، وتكمن أهم ملامح ذلك المستوى من التفاعلية في أنه يعد أول تطبيق للتزامنية مقترنة بالاتصال المكتوب.

2- التفاعل بين المستخدم والوثائق User-to-Document وهو الشكل الذي يسمح للمستخدم بالتحكم التكنولوجي في اختيار المحتوى والتفاعل معه، مثل استخدام الصفحات الفورية التي تعتمد على هيكل الهايبر تكست.

3- التفاعل بين المستخدم والنظام User-to- System وتتضمن مختلف أشكال التفاعل بين الإنسان والآلة مثل الألعاب وآليات البحث.

ويفرّق بعض الباحثون بين نوعين من التفاعلية البشرية Human Interactivity وتفاعلية الوسيلة Medium Interactivité، كما يفرقون بين التفاعلية القائمة على فكرة "من مستخدم إلى مستخدم"، وبين التفاعلية القائمة على أساس "المستخدم–الوسيلة"، أو ما أسماه كل من **Massey and Levy**، التفاعلية الشخصية، وتفاعلية المضمون، وتشير Stromer-Galley إلى التفاعلية البشرية بوصفها أكثر أهمية من تفاعلية الوسيلة، لأنها أقرب إلى إعادة تشكيل الاتصال المواجهي (وجها لوجه) ، وتعرفها بأنها اتصال بين اثنين أو أكثر من المستخدمين يحدث من خلال قناة اتصال مثل استخدام لوحة الرسائل، أو استخدام روابط البريد الالكتروني، في المقابل فإن تفاعلية الوسيلة هي اتصال تفاعلي بين المستخدمين والتكنولوجيا وتقوم على طبيعة التكنولوجيا نفسها وما تتيحه للمستخدمين من أفعال مثل استخدام الروابط الفائقة للتنقل من قصة إخبارية إلى قصة أخرى[2].

وهناك من يرى أن الشبكات الاجتماعية على الإنترنت تخطت مرحلة التفاعلية إلى ما "بعد التفاعلية" أين يمكن لكل متصفحي الإنترنت أن يكونوا مرسلين للمادة الإعلامية ومستقبليها في آن واحد، وهو مفهوم "يصف تلك المراحل التي ولجت إليها شبكة الانترنت منذ عام 2006 اعتمادا على ما أضافته إليها

(1) رضا عبد الواحد أمين، **النظريات العلمية في مجال الإعلام الالكتروني**، مرجع سبق ذكره، ص 97.

(2) حسني محمد نصر، مرجع سبق ذكره، ص 13.

تقنيات Web 2.0 وWeb 3.0"..تلك الحالة التي تجاوزت التفاعلية لصالح المشاركة المباشرة من متصفحي الإنترنت في إنتاج وتقديم محتوى هذه الشبكة العنكبوتية"[1].

حيث أصبحت الإنترنت بمثابة "منصة" أو "Platform" تضمن تدفق المحتوى الإعلامي في اتجاهين، وعن طريق الشبكات الاجتماعية "يمكن للأفراد إرسال الكتابة والصور والفيديو، والموسيقى على شبكة الإنترنت ودعوة الآخرين للمشاهدة والتعليق عليها"[2]، كما أن المستخدم في الشبكات الاجتماعية ليس مجرد متلقي للمعلومة مثل وسائل الإعلام التقليدية، وإنما لديه الحرية في التعبير عن آرائه، التعليق على الموضوعات، الإضافة، التعديل، بل حتى إنشاء مختلف أنواع المحتويات ونشرها.

ويفرّق هنري جنكيز Henry Jenkis (2006) بين كل من المشاركة والتفاعلية فيرى أنّ التفاعلية تشير إلى "الطريقة التي صممت بها التكنولوجيات الجديدة لتصبح أكثر استجابة لردّ فعل المستهلك، بينما تعدّ المشاركة على "البروتوكولات الثقافية والممارسة" كما يمكن اعتبار المشاركة النقطة التي تتحول عندها معرفة الفرد أو قدرته على الفعل في الواقع إلى فعل اتصالي، والتفاعلية شرط ثقافي، واجتماعي، وتكنولوجي ضرري لدعم التفاعل والذي بدوره شرط ضروري من أجل المشاركة، ... التفاعلية باعتبارها سمة البنية التحتية الإعلامية (صياغة الأدوات، والممارسات، والترتيبات الاجتماعية)، والمشاركة باعتبارها شكلا معينا من الفعل المدعوم بتلك البنية التحتية، لكن كل منهما يعتمد على الآخر، وتقدّم وسائل الإعلام الجديدة "التفاعلية" فرصا أكثر للفعل الاتصالي، والتفاعل أكثر من معظم أشكال وسائل الإعلام الجماهيرية، وبالتالي فرصا أكثر للمشاركة[3].

3-الدرجات الست للانفصال "Six degrees of séparation":

حيث تقوم فكرة مواقع الشبكات الاجتماعية على "افتراض أن أي شخص في العالم، وليكن في اليابان تفصلني عنه "6 درجات "Six degree" (أو أشخاص)، وأستطيع التوصل إليه من خلال هؤلاء الأشخاص الستة، ويفيد هذا المفهوم بأن كل البشر متصلون فعليا ببعضهم البعض عبر ست درجات من

(1) حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص ص، 57-58.

(2) Carla Mooney, Op.Cit, p 12.

(3) ليا ليفرو، مرجع سبق ذكره، ص 20.

المعارف أو ست خطوات اجتماعية، فمثلا قد يكون لي صديق له ابن عم درس في الولايات المتحدة الأمريكية وتعرف في الجامعة إلى صديق مقرب من "الرئيس أوباما"، وعبر ست خطوات اجتماعية يمكن لي (على الأقل نظريا) أن أكون متصلة بالرئيس الأمريكي"[1].

وعلى الرغم من أن الفكرة لها جذور في علم الاجتماع منذ سنوات قديمة، "ابتداء من تجربة الدرجات الست للفصل التي أجراها ستانلي ميلغرام (Stanley Milgram) وقد لقي هذا النوع من الدراسات اهتماماً كبيراً في أعقاب التطورات الأخيرة في تحليل هذه الظاهرة، وقد أدت العديد من العوامل إلى اهتمام متزايد للباحثين بشبكات العالم الصغير، ومن هذه العوامل: العامل الأول هو العثور على عوالم صغيرة لوصف مجموعة متنوعة وواسعة من الأوساط الاجتماعية، بدءاً من العلاقات الاجتماعية إلى أنماط التعاون العلمي، إلى السلوك الاقتصادي للشركات، والعامل الثاني هو أن العالم الصغير لم يعُد يُعتبر فقط كبنية اجتماعية موجودة في كل مكان، ولكن أيضاً أصبح يعبر بشكل متزايد كقوة دافعة عن العمل الفردي والجماعي[2].

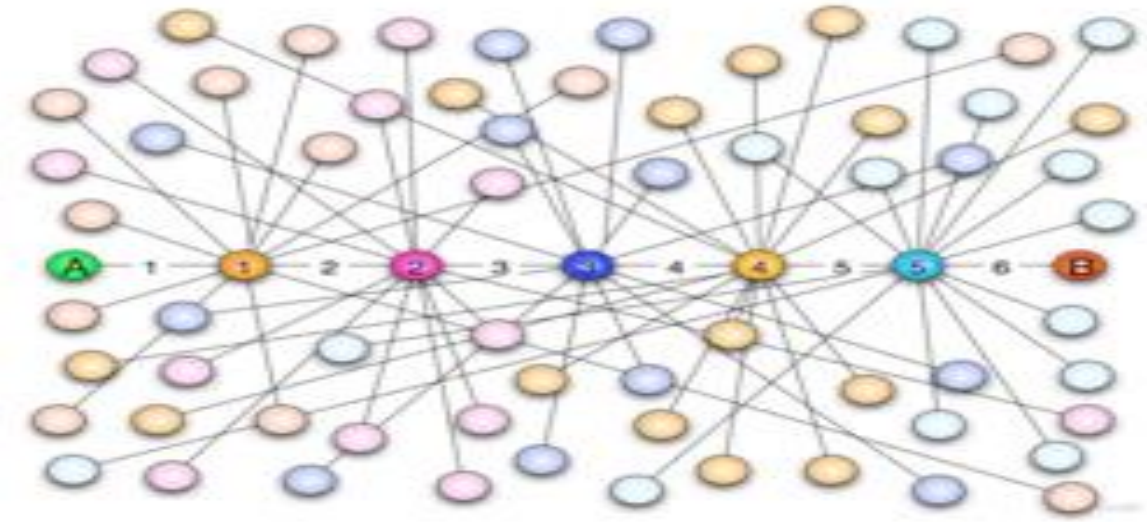
إلا أن نظرية 6 درجات للانفصال "تم الإعتراف بها على نطاق واسع منذ سنة 2006، عندما قام باحثان من ميكروسوفت هما "اريك هورفيتز" "Eric Horvitz"، و"جير لوزكوفاك" "Jure Leskovec" بتحليل 30 مليار من المحادثات الإلكترونية ل-"180" مليون مستخدم لـ"Messenger Live"...وكشفت الدراسة أنه يجب على الأقل إنشاء علاقات مع 6.6 أشخاص، قبل أن يتمكنوا من التحدث مع شخص معين لا يظهر على قائمة اتصالاتهم وذلك في 78% من الحالات"[3].

---

(1) رشا عبد الله، **مواقع الشبكات الاجتماعية الإلكترونية بين الخصوصية والحرية**، ضمن كتاب الثقافة العربية في ظل وسائط الاتصال الحديثة، تأليف مجموعة من الباحثين، كتاب العربي: الكويت، العدد 81، 2010، ص ص، 163-164.

(2) مراد بن سعيد، **علم الاجتماع، الشبكات والتعقيد: نموذج مقترح لتطبيقات نموذج «العالم الصغير» في العلوم الاجتماعية**، مجلة إضافات، العددان 31-32، 2015، ص ص، 179- 180.

(3) Laurent Collée, Op.Cit, p 19.



Source: Laurent Collée, Op.Cit, p 20.

الشكل رقم 01: الدرجات الست للانفصال

- أنواع الشبكات الاجتماعية:

هناك تصنيفات عديدة لمواقع الشبكات الاجتماعية حيث يرى بعض المتخصصين أن الشبكات الاجتماعية تنقسم إلى عدة أنواع:[1]

- **شبكات منصات المشاركة "التبادل": ويرمز لها بـ** "Snss" "Social Network Site Sharing": تسمح بنشر المحتوى للمستخدمين، وغالبا ميلتيميديا (فيديو وصوت)، مثلا أصبح التحميل والمشاركة في مقاطع الفيديو أسهل وفي متناول كل مستخدمي مجتمع الانترنت.

أمثلة: يوتيوب "YouTube"، دايلي موشن "Dailymotion"....

- **الشبكات الشخصية والعامة:** غالبا ما تتمحور حول مركز اهتمام (موسيقى، قراءة،...)، الهدف من هذا النوع هو ببساطة تقاسم الهوايات مع باقي المجتمع "مجتمع الشبكات" (تدخل ضمن هذا النوع مواقع التواصل "التشبيك الاجتماعي" ما يطلق عليه بالانجليزية "Social Networking").

أمثلة:...,"Friendster", " Skyblog", "MySpace".

(1) Philipe Torloting, Op.Cit, p 11.

– **الشبكات الشخصية والموضوعية:** غالبا ما تعمل على نفس مبدأ الشبكات العامة، ولكنها تتمحور حول موضوع: السيارات، الموسيقى، المطبخ؛ أمثلة:..."Boompa", "EonsCom".

– **الشبكات المهنية:** هي الشبكات الأكثر نجاحا بالمعنى الحقيقي للكلمة (لاسيما في الدول الغربية)، إنها توفر إمكانية الربط وتبادل المعلومات (عناوين، معلومات عن المؤسسات...)؛ أمثلة: 6nergies, Viaduc, Linkedin Openbc.

وهناك من يضيف أنواع أخرى للشبكات الاجتماعية[1]:

– **شبكات أساسية:** وهي التي يمكن وصفها بالشبكات الاجتماعية العامة، والتي تضم ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة تتمثل في المراسلات الشخصية للمستخدمين، ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص.

– **شبكات عمل:** وهي ليست شبكات ذات طابع عام وهي نمط من الشبكات ينصب اهتمامه على المحترفين وترتبط بأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن على سيرتهم الذاتية وانجازاتهم.

– **شبكات المميزات الإضافية:** هناك بعض الشبكات التي تتيح الفرصة أمام أعضائها بتوفير مزايا إضافية تتمثل على سبيل المثال في التدوين المصغر Micri blogging مثل موقع تويتر وبلارك.

---

(1) جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، **الشبكات الاجتماعية والقيم**، الدار المنهجية للنشر والتوزيع: عمان، 2015، ص ص، 35-36.

المطلب الثالث: نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية

على الرغم من أن مواقع الشبكات الاجتماعية قد سبقت ظهور مصطلح الويب 2.0 بكثير، إلا أنها تعد من ضمن تطبيقات "الويب 2.0"، حيث تتوفر في الشبكات الاجتماعية الحديثة خصائص وسمات خدمات الإنترنت في بيئة الويب 2.0، وهو ما تميزت به عن الشبكات الاجتماعية القديمة، "فمواقع الشبكات الاجتماعية الإلكترونية ليست بالجديدة على الرغم من أن نجمها لم يبزغ إلا منذ خمس سنوات فقط"[(1)]، "ووفقا لتعريف الشبكات الاجتماعية في الوقت الحالي فإن أولى مواقع الشبكات الاجتماعية **" Six degree.Com"** انطلق سنة 1997، والذي سمح للمستخدمين بإنشاء ملفات، وقائمة لأصدقائهم، وتصفح قوائم الأصدقاء ابتداء من سنة 1998"[(2)].

وهذا الموقع سبقته مواقع أخرى مثل موقع **"Classmatte.Com"**، "الذي بدأ في عام 1995، وقسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات وكل ولاية تشتمل على المناطق الداخلية وكل منطقة بها عدد من المدارس المتاحة، والتي تشترك في هذا الموقع، ويمكن للفرد البحث من خلال هذا التقسيم حتى يصل إلى المدرسة التي كان ينتسب لها ويجد بها زملاء له ويرشح بعض الزملاء الآخرين للتواصل فيما بينهم من خلال هذا الموقع، ولا تزال هذه الشبكة تعمل حتى الآن بنفس الفكر"[(3)].

و"على الرغم من أن موقع **"Classmatte.com"** قد سمح للأفراد بالانضمام، وتصفح الشبكة للبحث عن أفراد آخرين منضمين أيضا، لكن لم يكن بإمكان المستخدمين إنشاء ملفات أو قوائم أصدقاء حتى سنوات لاحقة، وكان **"Six Degree.Com"** الأول الذي جمع بين هذه الصفات"[(4)]، حيث يعتبر أول موقع "حاول تحديد ورسم خريطة لمجموعة من العلاقات الحقيقية، بين أشخاص حقيقيين، يستخدمون أسماءهم الحقيقية"[(5)]، "ويشير مصطلح **"Six degree"** إلى أن كل فرد يمكن أن يرتبط بسلسلة طويلة من

(1) رشا عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص ص، 162-163.

(2) Danah Boyd, Nicole .B.Elisson, Op.Cit, p 214.

(3) أماني جمال مجاهد، **استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة**، ص.08، متاح على الموقع: Informationstudies.Net/Images/Pdf/86.Pdf, (2017/04/05، 11:13).

(4) Danah Boyd, Nicole .B.Elisson, Op.Cit, p 214.

(5) David KirkPatrick, **the face book effect**, Simon & Schuster: New York, 2010, p 68.

العلاقات التي تبدأ من أصدقائك المقربين، تنتقل إلى الدرجة الموالية–أصدقاء أصدقائك–، وحتى الدرجة السادسة"[1].

ورغم التطورات التي عرفها الموقع –حيث فاق عدد مستخدميه مليون مستخدم– إلا أنه لم يكن مربحا، وتوقف بصفة نهائية (كان ذلك سنة 2001)، وقد وصف من قبل مؤسسه* بأنه كان "سابقا لأوانه"[2]، ففي "هذه الفترة لم تكن تطبيقات الويب 2.0 ظهرت أو تعارف عليها من جانب مستخدمي شبكة الإنترنت، ولم تكن التقنيات المصاحبة والبرمجيات وثقافة التحاور قد أخذت مكانها في بيئة الويب، ولكن نشأت الشبكات التي كانت تعتمد على بيئة الويب "Web Based" والتي تركز على استخدام غرف الدردشة والرسائل الإلكترونية وغيرها"[3].

وعلى الرغم من توقف الموقع **"Six Degree"** إلا أن المحاولات بعده لم تتوقف، حيث مثل هذا الموقع الأساس لظهور شكل جديد من المواقع الاجتماعية، وبهذا ظهرت منذ سنة 1997 وحتى 2001 مجموعة من مواقع الويب مثل:...,**Asia avenue, Blak planet, Live journale**، وكلها عانت من نفس المشاكل المادية.

وتتمثل "الانطلاقة الفعلية لمواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت في انطلاق مواقع: "الأصدقاء" "**freind**" و"ماي سبيس" "**MySpace**" و"فايسبوك" "**Facebook**"، وتعدّ هذه المواقع الأكثر شهرة بين المواقع الاجتماعية على شبكة الإنترنت، ويعتبر الموقع الأول هو الأقدم حيث تم إطلاقه عام 2002، ويعتبر الموقع الذي شارك في تطوير الصفات المشتركة لما يطلق عليه المواقع الاجتماعية حيث نجد فيه قوائم الأصدقاء الذين يجمعهم اهتمام واحد، وإمكان إرسال الصور وتسجيلات الفيديو..."[4].

ولقد عرف الموقع في البداية نجاحا سريعا، وكان الناس يتحدثون عن "**freindster**" على أنه خليفة غوغل "**Google**"، حتى أن صاحبه رفض صفقة بـ "35 مليون دولار" من غوغل "**Google**" نفسه، إلا

(1) David KirkPatrick, Op.Cit, p 68.

* مؤسس موقع Six degree.Com **هو اندرو وينريش** "Andrew Weinrreich".

(2) Laurent Collée, Op.Cit, p p, 15-16.

(3) أماني جمال مجاهد، مرجع سبق ذكره، ص 08.

(4) رشا عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 163.

أنه وبعد هذه الفترة تعرض الموقع إلى مشاكل مادية وتقنية (مرتبطة بذلك الوقت مثل سوء خدمات الهاتف، وضعف تدفق الإنترنت...)، وكذلك ظهور العملاقين "ماي سبيس" "MySpace" و"فايسبوك" **"Facebook"**، أما "ماي سبيس" فقد بدأ في 2003، ولقد كان استخدام "ماي سبيس" "**MySpace**" للفرق الموسيقية مثل **"Indie rock"** أحد الأسباب الرئيسية لنجاحه.

وعلى الرغم من أن هذه الفرق لم تكن "المصدر الوحيد لنمو "ماي سبيس" لكن العلاقات التكافلية بين الفرق والمعجبين ساعدت "ماي سبيس" على التوسع على المستخدمين السابقين لـ"فرنددستر" **"freindster"**، كان للفرق والمعجبين النشطين منافع متبادلة: الفرق ترغب أن تكون قادرة على الاتصال بالمعجبين في حين المعجبون يتوقون إلى الاهتمام من طرف فرقهم المفضلة"[1].

ولقد حظي "ماي سبيس" "**MySpace**" بشعبية كبيرة في بدايته، حيث كان يعتبر من أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداما، ولكنه عرف تراجعا فيما بعد لاسيما بعد ظهور "فايسبوك" "**Facebook**" في **2004**، والتطور الذي عرفه هذا الأخير، حيث أصبح يحظى بشعبية كبيرة"[2]، وبهذا "أصبح "فايسبوك" "**Facebook**" الموقع الأكبر والأسرع من حيث النمو في العالم"[3]، "كما ظهرت أنواع أخرى من الشبكات الاجتماعية، التي تهتم بالصور "مثل موقع الفلكر "**Fliker**" الذي ظهر عام 2004"، ونشر مقاطع الفيديو "مثل اليوتيوب "**YouTube**" الذي بدأ في 05 فبراير 2005"[4].

ويذهب البعض إلى تقسيم المراحل التي مرت بها الشبكات الاجتماعية إلى مرحلتين: [5]

المرحلة الأولى: وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب web1 ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة موقع **Sixdegrees.Com**، وموقع **Classmates.Com** و**Live Journal** و**cyword** ، وقد ركزت هذه الشبكات في بدايتها على خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أنها لم تستطع أن تدّر ربحا على مؤسسيها، ولم يكتب لكثير منها البقاء.

(1) Danah Boyd, Nicole .B.Elisson, Op.Cit, p 217.
(2) Joel Comm, Op.Cit, p 03.
(3) Laurent Collée, Op.Cit, p 16.

(4) أماني جمال مجاهد، مرجع سبق ذكره.

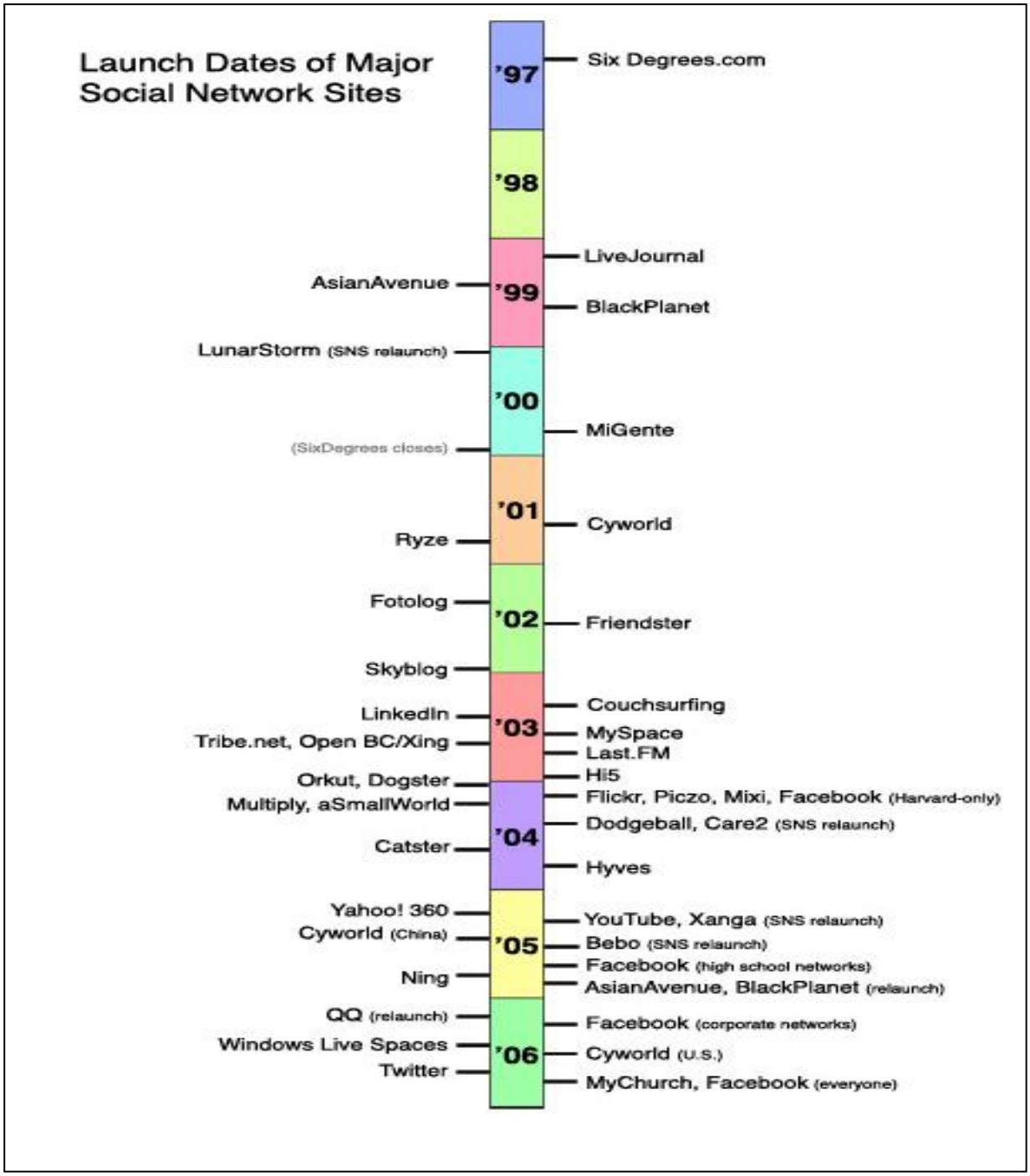
(5) أنظر جبريل بن حسن العريشي، مرجع سبق ذكره، ص ص، 24-25.

المرحلة الثانية: وهي التي ارتبطت بالجيل الثاني للويب **Web2** والمقصود هنا أنها ارتبطت بتطور خدمات الشبكة بانطلاق موقع **my space** ثم موقع **facebook**.

ويعرف الوقت الحالي نموا كبيرا في عدد مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت بمختلف اللغات والبلدان، حيث فرضت نفسها وجذبت إليها أعدادا كبيرة من المستخدمين إليها، ولعل خير دليل على الإقبال الكبير الذي تلاقيه، هو احتلال عدد كبير من مواقع الشبكات الاجتماعية مراكز متقدمة من بين 500 موقع الأكثر شعبية في العالم يتقدمهم "فايسبوك" "**Facebook**" الذي حل في المركز الثاني بعد غوغل، وبعده يوتيوب في المركز الثالث...وذلك حسب موقع اليكسا لسنة **2010**[1]، ويفوق عدد الشبكات الاجتماعية حاليا 200 موقع، والرسم التالي للباحثة دانا بويد "Dana Boyd" يبين سنوات ظهور أبرز مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وتطورها[2].

(1) اليكسا، مرجع سبق ذكره.

(2) Danah Boyd, Nicole .B.Elisson, Op.Cit, p 212.



Source: Laurent Collée, Op.Cit, p 17.

الشكل رقم 02: يوضح سنوات ظهور أبرز مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وتطورها

المبحث الثالث: نماذج عن أشهر الشبكات الاجتماعية

ظهر عدد كبير جدا من مواقع الشبكات الاجتماعية، يختلف كل واحد منهم عن الآخر من حيث الخصائص والخدمات، ولكنها اتفقت جميعا على مبدأ التشارك في المحتويات والاهتمامات، وتوفير خدمات اتصالية وتفاعلية تتيح للمستخدم عملية تصفح، تحميل، مشاركة أو حتى إنتاج مختلف المحتويات، وقد عرفت أغلب هذه المواقع تذبذبا في جماهيريتها، فما تلبث أن تحقق انتشارا إلا ويظهر لها منافس، مما يؤدي إلى تراجعها وهكذا حدث مع عدد كبير منها، باستثناء كل من فايسبوك، ويوتيوب اللذان حققا نجاحا كبيرة ومتزايدا مع مرور الوقت، لهذا قمنا باختيار الموقعين لنتناولهما في هذا المبحث إضافة إلى موقع ماي سبايس الذي كان من بين أولى مواقع الشبكات الاجتماعية ظهورا وانتشارا.

-المطلب الأول: موقع فـايسبوك "Facebook":

"لا خلاف على أن "فايسبوك" "**Facebook**" أبرز الشبكات الاجتماعية على الإطلاق، لاسيما في الوطن العربي، وقد شكل عالما خاصة لدى الكثيرين من مستخدمي الإنترنت"[1]، "وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط، وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة، بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء"[2].

ويمكن تعريف "فايسبوك" "Facebook" على أنه مجتمع افتراضي يشير إلى "مكان أين يمكن أن يلتقي الأفراد ويتفاعلوا: تبادل صور، فيديو، ومعلومات أخرى، واتصالات عامة مع الأصدقاء، العائلة.."[3]، المشاركة في أعمال مشتركة، والتفاعل حول اهتمامات متبادلة، والتواصل مع مجموعات الاهتمام والأفراد...

أما ويكيبيديا فتعرفه على أنه: "أحد مواقع التواصل الاجتماعي،.. يمكن للمستخدمين الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة، ومكان العمل والمدرسة والمنطقة ويمكن للأفراد أيضا إضافة أصدقاء،

---

(1) محمود عبد الستار خليفة، **الجيل الثاني من خدمات الإنترنت: مدخل إلى دراسة الويب 2.0 والمكتبات 2.0**، متاح على الموقع: www.journal.cybrarians.info/index.php?، (2015/11/15، 01:10).

(2) عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، مرجع سبق ذكره، ص 218.

(3) Sherry Kinkoph Gunter, **Teach Yourself Facebook**, Sams: United States of America, 2010, p 05.

وإرسال رسائل إليهم، وتحديث ملفاتهم الشخصية.."[1]، "فالقاعدة الأساس في "ممارسة الفايسبوك" هي التبادل والتقاسم والاشتراك، يحاول كل مشترك أن يضع في "البروفايل" الخاص به إضافة إلى المعلومات الشخصية، الروابط التي تعبر عن ميولاته وأفكاره، والمواد متعددة الوسائط التي تلخص اهتماماته، ومن هذا الخليط الذي يكونه المشتركون تتغير كل لحظة محتويات الصفحة الأولى وصفحة البروفايل "**Profile**" ديناميكيا وآليا"[2].

"يمنح الموقع _فايسبوك_ لمشتركيه ستة أنظمة تطبيق على الجهة اليسرى للصفحة الرئيسية له، وهي ملف الصور، وملف المذكرات، وملف المجموعات، وملف الأحداث، وملف الرسائل...وملف مكان التسوق، وملف آخر حول الفيديو، ومن ضمن ما يتميز به نظام "**Ilinke**" الذي يسمح بالعثور على أشخاص لهم الاهتمامات الموسيقية نفسها"[3].

لا يمكن الحديث عن فايسبوك كموقع عادي، بل يمكن القول أنه ظاهرة أذهلت العالم فزيادة على العدد الكبير من المستخدمين، يعد أكثر المواقع نموا في العالم، وقد قال عنه جون ولفورد" **John Walford**": "أنا أرى "فايسبوك" أحد الأدوات من بين أخرى التي يمكنها فتح الحوار بين الناس، ليس بديلا عن التواصل الشخصي، ولكن أكثر كآلية ربط فعالة للبقاء على اتصال دائم"[4].

قد يكون الصعود الصاروخي لمؤسسة فايسبوك الأمريكية وتعاظم شعبية شبكتها الاجتماعية أهم الأحداث التي شهدتها الإنترنت في السنوات الأخيرة، فقد ساد الاعتقاد أن زمن النجاحات السريعة الخاطفة والثروات العملاقة بسبب الشبكة قد انتهى قبل أن يبدأ، وأن السوق الجديدة قد تقاسمتها الشركات الكبرى المؤسسة ومن الصعب بما كان الصمود إزاء تنامي إمبراطوريات المعلومات هذه بعد أن احتلت كل المواقع المتقدمة، لكن نجاح "فايسبوك" "Facebook" السريع وتحوله إلى ظاهرة ثقافية اتصالية على

(1) Todd Kelse, **Social Networking Spaces_ From Facebook to Twitter and Everything In Between,** apress: New York, 2010, p 26.

(2) عامر بوعزة، مرجع سبق ذكره، ص 05.

(3) عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، مرجع سبق ذكره، ص 218.

(4) Todd Kelse, Op.Cit, p 52.

المستوى الكوني كذب هذه التوقعات"[1]، وأثبت أنه لا يوجد كبير في السوق الجديدة للإنترنت وأن التميز التكنولوجي والإبداع هو السبب الرئيسي للتفوق والنجاح.

تم إنشاء الموقع من طرف "مارك زوكربيرغ" "**Mark zuckerberg**"* سنة 2004 بهدف تسهيل عملية التواصل بين طلبة جامعة هافارد، "وكان في الأصل مصمما لمساعدة الطلبة في الكليات والجامعات"[2]، وبقى على هذا الحال لمدة سنتين، ولكن الرواج الكبير الذي لاقاه بين طلبة هافارد دفع بمؤسسه إلى فتح الموقع خارج مجتمع الجامعة.

وفي 26 سبتمبر من عام 2006، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر، والذين لديهم عنوان بريد الكتروني صحيح، ليصبح هذا التاريخ لاحقا احد أهم التواريخ التي شكلت منعطفات أساسية في تطور مسار المواقع الاجتماعية والانترنت[3].

وكغيره من الشبكات الاجتماعية فإن "فايسبوك" "**Facebook**" "انطلق أساسا كوسيلة لدخول الإنترنت والإنضمام إلى مجموعة من الناس مع شيء ما مشترك، ومن ثم تبادل المعلومات مع بعضهم البعض"[4]، ومع النمو الكبير لأعداد المستخدمين والعائدات المالية الضخمة أصبح "من الصعب استيعاب حجم النمو العالمي لـ"فايسبوك" منذ لحظة أن افتتح على المستخدمين من غير الطلبة في خريف **2006**، ...في بداية **2008** افتتح "فايسبوك" مشروع الترجمة الجديد، وفي نهاية **2008** أمكن استخدامه بـ35 لغة...، 145 مليون من المستخدمين النشيطين خارج الولايات المتحدة الأمريكية..**30%** من مستخدمي الإنترنت في العالم على "فايسبوك"، بارتفاع قدره 11.11**%**"[5]، وبعد هذه الفترة عرف فايسبوك

---

(1) عامر بوعزة، مرجع سبق ذكره، ص 01.

* من عائلة يهودية تقيم في نيويورك، يمتلك أبوه ادوارد "**Edward**" عيادة لطب الأسنان أما أمه "كارين" فتشتغل في مجال الفيزياء، برزت مواهبه في مجال البرمجة منذ وقت مبكر حتى أنه لفت أنظار ميكروسوفت "**Microsoft**" إليه ورغبت في انتدابه وضمه إلى قائمة مطوريها وهو لم ينه بعد دراسته الثانوية، لكنه على عكس "بيل جيتس" اختار مواصلة الدراسة الجامعية في هارفارد وهناك أطلق الشبكة الاجتماعية "**Facebook**".

(2) Miltiadis D. Lytras, Patricia Ordóñez de Pablos, Op.Cit, 2009, p 59.

(3) ليلى احمد جرار، **الفيسبوك والشباب العربي**، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع: الكويت، الإمارات، مصر، الأردن، 2012، ص 54.

(4) Todd Kelse, Op.Cit, p 26.

(5) David Kirkpatrick, Op.cit.p 275.

ارتفاعا ملحوظا لعدد المستخدمين حيث وصل في "نهاية 2009 إلى أكثر من 350 مليون مستخدم وكان ينمو بحوالي **1** مليون مستخدم جديد في اليوم في 180 دولة"[1]..

وعلى الرغم من "وجود شبكات أخرى مفتوحة ومغلقة تهدف كلها إلى خدمة العلاقات الاجتماعية وتنمية الخبرات والصداقات...فإن لفايسبوك جاذبية غريبة أصبح مارك بفضلها سنة 2008 أحد أثرياء العالم الأربعمائة المصنفين في مجلة "فوربس" الشهيرة، بل إن ثروته جاوزت سنة 2009 البليون دولار"[2]، "كما اختير مؤسس ورئيس موقع فايسبوك كرجل العام، من طرف مجلة "تايمز" Times" الأمريكية متقدما بذلك على جوليان أسانج (مؤسس موقع ويكيليكس)، وستيف جوبز (الذي اختارته "فاينانشيال تايمز" كرجل العام بسبب إطلاق الأيباد)، وذلك حسبما قالت مجلة "تايمز" "Times"، لأن فايسبوك غيَّر حياتنا وكيف نتعامل مع الناس والمعلومات إلى الأبد"[3].

ورغم الشعبية الكبيرة التي حظي بها الفايسبوك منذ بدايته، إلا أن مؤسسه سعى لاتخاذ خطوات أخرى للحفاظ على هذه الشعبية بل وزيادة عدد المستخدمين، في ظل منافسة شبكات أخرى، حيث أعلن فايسبوك سنة 2012 عن إستحواذه على خدمة مشاركة الصور إنستقرام بقيمة مليار دولار والذي يملك شعبية كبيرة.

ولم تتوقف طموحات مارك زوكربيرج الرئيس التنفيذي ومؤسس الفيس بوك عند هذا الحد بل أعلن سنة 2014 عن شراء فايسبوك لخدمة التراسل الفوري "واتس آب"، في صفقة قد وصلت قيمتها إلى 19 مليار دولار أميركي، سعيا منها لزيادة شعبيتها والاستحواذ على المستخدمين عبر العام لا سيما الشباب منهم كل هذه الخطوات بالإضافة إلى الكثير من التحديثات التي يقوم بها الفايسبوك على خدماته*.

(1) David Kirkpatrick, Op.cit.p 275.

(2) عامر بوعزة، مرجع سبق ذكره، ص 04.

(3) عمار بكار، **كيف سيكون حال الإعلام الاجتماعي في 2011؟**، متاح على الموقع: www.tech-k.com/2017/12/27، (2017/04/05، 14:13).

* أتاح الفايسبوك مؤخرا الكثير من الخدمات من بينها زر (أعجبني، أحببته، هاها، واو، أحزنني، أغضبني)، بدل الإعجاب فقط ما أتاح للمستخدمين عدة خيارات للتعبير عن عواطفهم المختلفة، إضافة إلى خدمة البث المباشر، ميزة القصص على حسابات المستخدمين الشخصية ثم على الصفحات أيضاً من خلال زر Create Story، ميزة صورتك الشخصية بصيغة GIF، ميزة اكتب بكل لغات العالم..ويتوقع قيام الفايسبوك بالكثير من التحديثات الأخرى مستقبلا.

وقد صرحت شركة فيسبوك سنة 2017 أن ملياري شخص يستخدمون موقعها الشهير بانتظام وذلك في منشور للرئيس التنفيذي للشركة مارك زوكربيرج على صفحته على الفايسبوك.

1-1- استخدامات فايسبوك "Facebook":

لاشك أن النمو السريع لموقع "فايسبوك" والشعبية المتزايدة له لم تأت من فراغ، وإنما نتيجة ما يوفره للعضو من استخدامات متعددة، وذات أهمية بالغة، ومن بين أهم هذه الاستخدامات ما يلي[1]:

- التواصل مع الناس..التواصل مع الأصدقاء، العائلة،...التواصل مع الأصدقاء القدامى، وأعضاء العائلة المنتشرين حول العالم، تكوين أصدقاء جدد تقاسمهم اهتماماتك.
- متابعة نشاطات أصدقائك...
- المشاركة في الرسائل، الروابط، ألبومات الصور،...
- التدوين مع ميزة مذكرات فايسبوك.
- تنظيم الأحداث ودعوة الأصدقاء إلى حفلات، سهرات...وكل أنواع التجمعات.
- التسلية مع الأصدقاء.
- إرسال هدايا افتراضية، تهاني ميلاد، وأشياء رقمية أخرى.
- الانضمام إلى مجموعات وشبكات للتواصل مع أفراد يشتركون في الاهتمامات.
- تصبح معجب بشخص مشهور، سياسي، فرقة موسيقية...
- صفقات وتجارة أعمال في "**Facebook Marketplace**".
- المشاركة بملخص، إيجاد وظيفة، أو موظف.
- التعاون في مشاريع علمية في العمل أو المدرسة
- تسويق نفسك، منتجك، مؤسستك.

وتختلف وجهات النظر حول "فايسبوك" بين مؤيد ومعارض، "فمن جهة يستهوينا توظيف الفضاء الافتراضي للتبادل الثقافي والتواصل الاجتماعي وتعزيز فاعلية المشترك الإيجابية، ومن جهة أخرى نحترز من "تسليع" المعلومات الشخصية وقد تذهب بنا الريبة إلى اعتبار هذا المنتج سلاحا آخر من أسلحة الإمبريالية الثقافية الجديدة، وبين هذين الموقفين عديد المواقف الأخرى تدور في فلك الرفض

(1) Sherry Kinkoph Gunter, Op.Cit, p 08.

والقبول، بينما تتزايد شعبية الموقع ويرتفع عدد مشتركيه يوميا وتتدفق في شراييه مليارات النصوص والروابط والصور والتفاصيل في كل ساعة من ساعات النهار"[1].

-المطلب الثاني: موقع "ماي سبيس" "My Space":

يعتبر التعارف وتكوين العلاقات الاجتماعية وتعميقها، السمة المشتركة بين أغلب مواقع الشبكات الاجتماعية، ويعد ماي سبيس "**MySpace**" أحد أهم المواقع الخاصة بالتواصل (التشبيك الاجتماعي)، وهو يمكن المستخدمين من "الإلتحاق بمجتمع خاص وتحديد مواعيد للالتقاء والتشابك المهني، والترويج للأعمال، ومشاركة الاهتمامات، والعثور على أصدقاء الدراسة القدامى والأصحاب"[2]، هذا الموقع أطلقه في سنة 2003 كل من "توم أندرسون وكريس دو وولف" "Tom Anderson and Chris DeWolfe" في "سنتا مونيكا" كاليفورنيا "Santa Monica California"[3].

يعتبر "ماي سبيس" ثاني أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية "**SNS**" زيارة في العالم في جويلية 2008، وفقا لترتيب "اليكسا" Alexa من قائمة لجميع أنواع المواقع على شبكة الإنترنت.

ماي سبيس هو عبارة عن موقع ويب يهدف إلى: عقد صداقات بين الأعضاء، بحث عن أصدقاء والوصول لأصدقاء سابقين، يمكنك من عمل صفحة خاصة بك، وتحميل صور فيديو، وتحميل موسيقى، ويمكنك استقبال خدمة الموقع على التليفون المحمول، يمكنك إعداد مدونة، واستقبال رسائل بريدية على الموقع ...وغيرها من الخدمات الاجتماعية[4]، وهو بهذا يجمع بين "الخصائص الاجتماعية لكل من مواقع التشبيك وقدرات النشر بالمدونات"[5].

نشأ "ماي سبيس" "MySpace" في البداية كتجمع لمشجعي الفرق الموسيقية، حيث كان يستخدم للترويج لمختلف الفرق الموسيقية...وحسب وولف "Wolf" كانت الفرق الموسيقية أداة تسويقية عظيمة في

(1) عامر بوعزة، مرجع سبق ذكره، ص 01.

(2) عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد**، مرجع سبق ذكره، ص 218.

(3) Carla Mooney, Op. Cit, p p, 16-18.

(4) أماني جمال مجاهد، مرجع سبق ذكره، ص ص، 30-31.

(5) Carla Mooney, Op. Cit, p p, 16-18.

البداية، يقول: "كل هؤلاء المبدعون أصبحوا سفراء لـ"ماي سبيس" باستخدامنا لهم، يحب الناس التحدث عن الموسيقى، وهكذا أقامت الفرق الموسيقية بيئة طبيعية للتواصل"[1].

يملك أعضاء "ماي سبيس" "MySpace" صفحة ملف تحتوي على صورة لهم، وبعض المعلومات الشخصية، أغاني، قوائم الاهتمامات الشخصية، قوائم الأصدقاء، قوائم تعليقات الأصدقاء، بالإضافة إلى ذلك، توجد وصلات "روابط" لمعلومات في صفحات أخرى، مثل مواقع المدونات، ومقاطع فيديو، وصور"[2].

صفحات ملف "ماي سبيس" "MySpace" ذات هيئة نمطية، لكن يمكن للأعضاء تجاوز ذلك مع خلفيات الصور، وأنظمة الألوان، يمكن الاتصال بالأصدقاء إما عن طريق إرسال رسائل خاصة أو عن طريق الكتابة على مساحات أخرى للتعليقات العامة، ويمكن للأعضاء أيضا أن يبثوا لكل أصدقائهم عن طريق مدونتهم، صور وأفلام فيديو.

وبهذا يوفّر "ماي سبيس" "MySpace" "للمستخدمين مساحة شخصية، حيث يمكنهم التعبير عن أنفسهم بحرية، والتعرف على أصدقاء جدد بأسهل طريقة ممكنة، بالإضافة إلى مجانية وسهولة استخدام الخدمة، يمكن للمشترك: إضافة وظائف لصفحته الشخصية: مدونة ليحكي فيها عن حياته، ورغباته، معلومات مفيدة أو العكس، نظاما لتقاسم، ونشر مقاطع الفيديو والصور، وأخيرا منتدى لكل المجتمع.

كما يقدم "ماي سبيس" "MySPACE" خدمات إضافية مثل قائمة الأحداث لمنطقة محددة، خدمة إعلانات قصيرة، دليل للمدارس...وأخيرا منصة لتقاسم الفيديو والموسيقى على الويب"[3].

ويعتبر "ماي سبيس" "MySpace" في أحوال كثيرة "مكانا لإبراز الهوية والتعبير عن الشخصية، من خلال المظهر الخارجي للملفات، الأشخاص في قوائم الأصدقاء، ومحتوى التعليقات المكتوبة على صفحات الملف الشخصي"[4]، وقد يلجأ البعض لاستخدام الموقع كمنبر من أجل إبراز الذات والحصول على تقدير الآخرين "الشهرة الافتراضية" لاسيما أن أغلب مستخدميه هم من المراهقين والشباب الذين

(1) Carla Mooney, Op.Cit, p 18.
(2) Panayiotis Zaphiris, Chee Siang Ang, Op.Cit. p 267.
(3) Philipe Torloting, Op.Cit, p 21.
(4) Panayiotis Zaphiris, Chee Siang Ang, Op.Cit. p 269.

يسعون دائما إلى التعبير عن أنفسهم، أفكارهم وانفعالاتهم، ويمنح "ماي سبيس" "MySpace" المستخدمين ميزة إضافية تتمثل في "وضع الملف بصورة خاصة تسمح فقط لمن دخلوا "كأصدقاء" بمشاهدة الصفحة، ولا يتطلب ذلك سوى معرفة المعلومات الأساسية للغة HTML، التي تستخدم في بناء صفحات الإنترنت كما يقدم أيضا آلة بحث داخلية ونظام بريد الكتروني داخلي"[1]، وقد أثبتت الدراسات اختلافا بين الأفراد في هذا المجال، حيث أكد الباحثون أن المراهقين الأصغر سنا يتجهون إلى تفضيل إظهار هويتهم، بينما يفضل المراهقون الأكبر سنا استخدام قوائم الأصدقاء لهذا الغرض.

"ظهرت شبكة "ماي سبيس" عام 2003، وظلت تتربع على عرش الشبكات الاجتماعية إلى أن خرجت منافستها الشهيرة "الفايسبوك" إلى العالمية عام 2006"[2]، وهنا تراجعت شعبية الشبكة، وفي جويلية 2005 اشترت "نيوز كوربوريشن" News Corporation "ماي سبيس" "MySpace" بـ580 مليون دولار[3]، ولا شك أن أحد أهم القضايا التي أثرت على شعبية الشبكة هي قضية "الأمن" لأعضائها الشباب "المراهقين"...، أدى هذا القلق بـ "ماي سبيس" إلى "وضع حد عمر أدنى أربعة عشرة سنة، إلغاء ملفات الغرباء الذين تقل أعمارهم عن ستة عشر، وتمكين المستخدمين الكبار أيضا من تقييد المعلومات الشخصية الخاصة بهم للأصدقاء،..."[4]، وإذا كانت قضية الأمن مطروحة على كل مواقع الشبكات، فإن هذه القضية مطروحة أكثر على "ماي سبيس" نظرا لكون أغلب مشتركيه من المراهقين والشباب، وهناك من يتهم "ماي سبيس" على أنه روج لكثير من الأنشطة غير المشروعة مثل تعاطي المخدرات وشرب الكحول في أوساط المراهقين بصفة خاصة، بل هناك حديث عن أن "الموقع كان متورطا في سلسلة من الفضائح الجنسية بين بالغين وقصر"[5]، ورغم الإجراءات المتخذة من جانب المسؤولين عن الموقع لتأمين المستخدمين لاسيما المراهقين، ومواجهة التجاوزات والانحرافات، إلا أن قضية أمن الملفات والبيانات تبقى مطروحة ليس على "ماي سبيس" فقط ولكن على أغلب مواقع الشبكات الاجتماعية ومواقع الإنترنت عموما.

(1) عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد**، مرجع سبق ذكره، ص 218.

(2) أماني جمال مجاهد، مرجع سبق ذكره، ص 30.

(3) Danah Boyd, Nicole .B.Elisson, Op.Cit, p 217.

(4) Panayiotis Zaphiris, Chee Siang Ang,Op.Cit, p 270

(5) Danah Boyd, Nicole .B.Elisson, Op.Cit, p 217.

-المطلب الثالث: موقع يـوتيـوب "Youtube":

هو أحد أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت،....وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت دون أي تكلفة مالية، فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم،كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع"[1].

يقوم موقع "يوتيوب" "YouTube" على فكرة مبدئية هي: "**بث لنفسك**" أو "**ذع نفسك**" يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى، وهو يعتبر أهم مكان في شبكة الإنترنت للمشاركة في الفيديو المجاني الشعبي، إذ تحمل عليه يوميا أفلام من صنع الهواة حول العالم بعضها تم تصويره بكاميرا جهاز الهاتف المتحرك لنقل حدث ما غريب أو مضحك أو مثير، وكثير منها تم إنتاجه لدواع فنية أو سياسية أو اجتماعية أو جمالية أو حتى لإيصال رسالة شخصية حول مسألة ما تهم منتج الفيلم"[2].

ويعتبر نمو يوتيوب "YouTube" واحدة من أهم التطورات النوعية لشبكات الإعلام الجديدة، وتم إنشاء يوتيوب "YouTube" "بواسطة ثلاثة موظفين سابقين في بنك المعلومات "بال بايل" وهم جواد كريم **"Jawed Karim"**، شد هرلي **"Chad Hurley"**، وستيف شان **"Steve Chen"**.

وقد بدأت فكرة إنشاء موقع "يوتيوب" "YouTube" في مدينة سان برونو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية، عندما كان الأصدقاء الثلاثة في حفلة لأحد الأصدقاء، والتقطوا مقاطع فيديو، وأرادوا

(1) رضا عبد الواحد أمين، **استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت**، مرجع سبق ذكره ص 520.

(2) عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، مرجع سبق ذكره، ص 216.

أن ينشروها بين زملائهم، ولم يستطيعوا إرسالها عبر الإيميل لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة، ومن هنا بدأت تتبلور فكرة موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الإنترنت"[1].

وبالتالي فكروا في طريقة تمكن المستخدم من إعادة لقطات الفيديو التي يريد في الوقت الذي يريد، لاسيما التي بثت في التلفزيون حول مختلف القضايا كارثة تسونامي مثلا...، "وقرروا بناء موقع لتقاسم الفيديو...بدأ في نوفمبر 2005 وكان نجاحه فوريا، وهو يقدم الملايين من أشرطة الفيديو القصيرة للمشاهدين في جميع أنحاء العالم كل يوم، وفي ظرف عام اشترته "غوغل" "Google" مقابل 1.6 مليار دولار"[2]، وفي ظرف سنوات قليلة أصبح لديه 79 مليون مستخدم وحوالي 3 مليار مشاهد"[3].

ذكرت صحيفة الـ "وول ستريت جورنال" "Wall Street Journal" الأمريكية بأن الموقع يستضيف6.1 مليون فيلم، بسعة 600 تيرابايت في 2007، استهلك الموقع قدراً من حجم تدفق البيانات مماثل لاستهلاك العالم لجميع مواقع الإنترنت في عام 2000، ويتم رفع 13 ساعة تقريباً من الأفلام في كل دقيقة، وفي مارس 2008، قدرت كلفة الموقع بحوالي مليون دولار أمريكي يومياً، ويستخدم الموقع تقنية "الأدوبي فلاش"* لعرض المقاطع المتحركة، ويتنوع محتوى الموقع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، ومقاطع الموسيقى، الفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها، وهو حالياً مزود ب 67 موظف"[4].

---

(1) رضا عبد الواحد أمين، **استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت**، مرجع سبق ذكره، ص 521.

(2) Martin Lister and others, **New Media: a critical introduction**, 2rd eddition, Routledge: new york, 2009, p 225.

(3) larry clavette **and others, new media and the air force**, p 12, site: www.af.mil/shared/media/document/AFD-090406-036.pdf, (24/02/2017, 19 : 00).

* الفلاش هو برمجية تملكها شركة "أدوبي" بعد أن كانت تملكها شركة مايكروميديا، والاسم تعدى البرمجية إلى نوع من أنواع وسمات مواقع الإنترنت ومشروعات الوسائط المتعددة، وهو يستخدم لبناء الغرافيك والصور والكارتون والكتابة المتحركة جنبا إلى جنب مع استخدام الصوتيات والفيديو وتطبيقات التفاعلية في مكان واحد. انظر عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص ص، 111-112.

(4) رضا عبد الواحد أمين، **استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت**، مرجع سبق ذكره، ص 521.

"شعبية "اليوتيوب" قادت مجلة تايمز الأمريكية إلى تسميته كاختراع العام سنة 2006، لدوره في إعطاء الفرصة لزواره مجانا لإنتاج وعرض مواد فيلمية على الموقع الإلكتروني، وقالت مجلة "تايمز" "Times" إن اختيار الموقع الإلكتروني يعكس أهمية الدور الذي يلعبه الإنترنت في صياغة موازين القوى في الإعلام سواء عن طريق المدونات، أو صور الفيديو أو منتديات الحوار عبر الإنترنت"[1].

"وقد سجل الموقع في يوليو 2008 خمسة مليارات مشاهدة لأفلام الفيديو"[2]، وبحسب موقع "اليكسا" "ALEXA" المتخصص في قياسات مواقع الإنترنت فإن يوتيوب "YouTube" هو حاليا ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم بعد كل من "غوغل" "Google"، و"فايسبوك" "Facebook"[3].

يتضمن الموقع أنواعا لا حصر لها من الكليبات التلفزيونية والأفلام الغنائية المصورة ومدونات الفيديو اليومية، أو ما يطلق عليه الفيديو "بلوغنغ"، ويعمل "يوتيوب" وفق المنظومة التالية:

– يستطيع المستخدمون تحميل، وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم، وتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الأعضاء.

– العثور على جماعات فيديو والإلتحاق بها وتسهيل الاتصال مع من لديهم الاهتمامات نفسها والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء، وحفظ المقاطع المفضلة، ووضع قوائم تشغيل المقاطع.

– دمج مقاطع الفيديو الخاصة بـ"يوتيوب" مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة مثل "أي بي أي"، وأيضا جعل مقاطع الفيديو عامة أو خاصة.

– يستطيع المستخدمون اختيار، عرض مقاطعهم أو بمشاركة أصدقائهم وعائلاتهم فيها بصورة خاصة عند التحميل.

– يحتوي الموقع على المقاطع: الأحدث، والحاصلة على أعلى تقييم، والتي تحظى بأكبر قدر من النقاش، والأكثر تفضيلا، والأكثر اتصالا بمواقع أخرى.

---

(1) عباس مصطفى صادق، **اليوتيوب...من كليبات الفيديو إلى البث المباشر**، مجلة الخليج، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، جانفي 2009، العدد 76، ص 21.

(2) اليكسا، مرجع سبق ذكره.

(3) عباس مصطفى صادق، **اليوتيوب...من كليبات الفيديو إلى البث المباشر**، مرجع سبق ذكره، ص 21.

- تصنف مقاطع الفيديو أيضا إلى أبواب مختلفة من الكوميديا والفن والرسوم المتحركة إلى العلوم والتكنولوجيا[1].

يمكن أن نستنتج أن الجيل الثاني للويب يعدّ أهم تطور عرفته الإنترنت، كما أن مواقع الشبكات الاجتماعية هي أحد أهم مميزات العصر الراهن، ولا يعود هذا للتطور التقني الذي ميزها فحسب بل للشعبية والجماهيرية الواسعة التي تتميز بها، وقدرتها الفائقة على التعامل مع حاجات الإنسان لا سيما الشباب، حيث حجزت لنفسها مساحة مهمة غدت معها ضرورة من ضرورات الحياة، وفضاء للتفاعل مع الآخرين، بل مجتمعا بديلا لهم، يمكنهم من تشكيل علاقات وروابط اجتماعية مع أشخاص من مختلف الأماكن والثقافات، ويتيح لهم الإطلاع على مختلف الأخبار وتحميل الملفات وغيرها من الخدمات...

(1) عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، مرجع سبق ذكره، ص ص، 206-207.

الفصل الثاني:

المجتمع الافتراضي ونمط العلاقات الاجتماعية

لا يستطيع الإنسان العيش منفردا، وإنما في إطار جماعات تتكون من نسق من العلاقات الاجتماعية، يتفاعل معهم وهذه العلاقات هي التي تجعل الإنسان يستمر ويتأقلم مع محيطه، ومع المجتمع ككل، حيث تساعد العلاقات الاجتماعية الفرد على الاندماج مع الآخرين والدخول معهم في روابط تعاون، صداقة، جيرة، وغيرها من أشكال العلاقات التي يمكن أن ينخرط فيها الفرد، والتي تبدأ من سن مبكرة بداية من الأسرة إلى الجيران المدرسة وغيرها ...

ويطلق البعض على هذا النوع من العلاقات بالعلاقات الواقعية أو العلاقات التقليدية كأسلوب للتفريق بينها وبين علاقات الانترنت أو العلاقات الافتراضية لأنه واقعيا لا يوجد علاقات تقليدية، وعلاقات حديثة فهذا الشكل وجد منذ الأزل ولا زال مستمرا في الوجود، ولكن فقط دخلت عليه أشكال حديثة من العلاقات تتم بواسطة وسائل تكنولوجية متطورة، ومثلت الإنترنت العالم الذي نمت فيه وتطورت، بل وحتى ما نطلق عليه بالعلاقات التقليدية يمكن أن تمتزج بما هو افتراضي، أو العكس يمكن أن تتحول علاقة افتراضية إلى واقعية، فلم تعد هناك حدود للفصل بين النمطين، كما أن العلاقات التقليدية ذاتها قد أعيد تشكيلها بحيث اتسعت لتشمل أنماط جديدة لم تكن موجودة سابقا.

كل هذا يتم في إطار فضاءات افتراضية أصبحت اليوم تشكل عالما ينتمي إليه الفرد، ويقضي فيه أوقات طويلة يتفاعل مع أعضائه، في شكل افتراضي يفتقر للوجود الحقيقي، ولكنه في الوقت ذاته يتيح للفرد فرصا غير موجودة في المجتمع الواقعي.

المبحث الثاني: العلاقات الاجتماعية..المفهوم والخصائص

الإنسان كائن اجتماعي بطبعه، حيث لا يستطيع العيش منفردا، بل يرتبط مع غيره بروابط وصلات تتضمن أفعال وردود أفعال في صورة متبادلة بين طرفين أو أكثر، وقد تأخذ هذه الصلات عدة أشكال سواء علاقات قرابة، زمالة، صداقة، زواج...، أيا كان شكلها فهي تؤكد على ضرورة ارتباط الفرد بمجتمعه، باعتبار هذا الأخير يتشكّل من مجموع هؤلاء الأفراد، والعلاقات التي تنشأ بينهم، ولا يمكن تخيل مجتمع دون وجود علاقات اجتماعية بين أفراده.

المطلب الأول: مفهوم العلاقات الاجتماعية

لغة:

ج: علاقات، عَلاَئِقُ: "تَرْبِطُهُ بِهِ عَلاَقَةُ صَدَاقَةٍ "[1]، وجاء في قاموس الرائد أنّ كلمة "علاقة" تشير جمعها علاقات وعلائق: "رابطة تربط بين شخصين أو شيئين "علاقة عاطفية"[2].

اصطلاحا:

يستخدم هذا المفهوم "العلاقة" بمعاني متعددة حتى في إطار علم الاجتماع نفسه، فيقال مثلا أن (أ) له علاقة معينة مع (ب) إذا احتل هذا الأخير وضع معين في المجتمع بحيث (أ) أصبح معتمدا على (ب) وأحيانا يقال أن (أ) يملك علاقة معينة مع (ب) ويعني هذا أن (أ) له موقف معين من (ب) ، مثل أن يكون (أ) يعادي (ب) أو ما إلى ذلك[3].

و"تعني العلاقات الاجتماعية الروابط التي تقوم بين أفراد مجتمع ما، وهذه الروابط تعبر عادة عن حاجة الإنسان للإنسان، وهي الحاجة التي دفعت ابن خلدون إلى أن يقول: "الإنسان مدني بالطبع" ومعنى كلمة مدني أي "لا بد من الاجتماع" لأنها كلمة تدل على الحاجة للاستقرار، ولا يمكن أن يكون استقرار الإنسان بشكل منفرد، بل لا بد أن يكون في جماعة متعاونة في سبيل تحقيق المطلب والحاجات التي

(1) عبد الغني أبو العزم، مرجع سبق ذكره.

(2) جبران مسعود، مرجع سبق ذكره، ص 1538.

(3) علي عبد الرزاق جلبي، **المجتمع والثقافة والشخصية**، دار النهضة العربية: بيروت، 1984، ص 98.

يحتاجها الإنسان، وهي كثيرة لا يقدر إنسان واحد على الوفاء بها"[1]، ومن هنا نجد أن "جميع العلاقات التي تقوم بين الناس في المجتمع علاقات اجتماعية، وذلك لأن الكائن الإنساني لا يستطيع أن يعيش وينمو ويتطور خارج المجتمع"[2]، فلا يقدر إنسان واحد أن يزرع القمح ثم يحصده ويطحنه ويعجنه ويخبزه ليحصل على لقمة الخبز-كما أوضح ذلك ابن خلدون، وإذا كان هذا في مجال توفير لقمة الخبز، فما قولنا بالنسبة للمجالات الأخرى الأصعب كتوفير الأطعمة الأخرى أو الملابس أو بناء البيوت؟"[3].

فالعلاقات الاجتماعية تشير إلى: نموذج للتفاعل الاجتماعي المتبادل بين شخصين أو أكثر، ويمثل هذا النموذج أبسط وحدة من وحدات التحليل السسيولوجي، كما أنه ينطوي على الاتصال الاجتماعي الهادف والمعرفة المسبقة بسلوك الشخص الآخر [4].

وهي بذلك تمثل "الروابط والآثار المتبادلة بين الأفراد في المجتمع، والتي تنشأ نتيجة اجتماعهم وتبادل مشاعرهم واحتكاكهم ببعضهم البعض ومن تفاعلهم في بوتقة المجتمع، وتعتبر العلاقات الاجتماعية التي تتبلور بين الأفراد في مجتمع ما بناء على تفاعلهم مع بعضهم البعض-بغض النظر عن كونها علاقات ايجابية أو سلبية- من أهم ضرورات الحياة[5].

من ذلك نرى أن نشأة المجتمعات حتمية لا مفر منها، وبالتالي لا مفر من قيام علاقات اجتماعية بين أعضاء هذه المجتمعات حيث يرتبطون ببعضهم بسبب تلك الحاجات وضرورة توفيرها وكذلك بحكم العيش في مكان واحد والإنتماء إلى أصل واحد (في أحيان كثيرة) [6].

---

(1) حسن عبد الرزاق منصور، **الحضارة الحديثة والعلاقات الإنسانية في مجتمع الريف**، ط2، فضاءات للنشر والتوزيع: عمان، 2006، ص 67.

(2) راغب أحمد الخطيب، **دراسة في علم الاجتماع**، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع: عمان، 2011، ص ص، 174- 175.

(3) حسن عبد الرزاق منصور، مرجع سبق ذكره، ص 67.

(4) أحمد رأفت عبد الجواد، **مبادئ علم الاجتماع**، مكتبة نهضة الشرق: القاهرة، د س ن، ص 90.

(5) جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، مرجع سبق ذكره، ص 102.

(6) حسن عبد الرزاق منصور، مرجع سبق ذكره، ص ص، 67-68.

ويذهب بعض علماء الاجتماع أن مفهوم "العلاقة" يشير أساسا إلى معنيين أساسيين [1]:
– (علاقة) بمعنى وضع محدد لـ(أ) و(ب)، وضع قائم على التأثير المتبادل ناشئ بدون أن تكون وراءه رغبة واعية أو قصد ذاتي.

–بمعنى التأثير الواعي أو الفعل المعنى الذاتي الموجه من (أ) بالنسبة لـ(ب) والناشئ من الوعي بارتباط ذاتي معين، ومثال المعنى الأول يتمثل في مفهوم (علاقات الإنتاج)، ومثال المعنى الثاني يتمثل في (علاقات الصداقة).

وقد ذهب على عبد الرزاق جلبي إلى أن المصطلح يشمل كلا النوعين، متبنيا تعريف زنانيكي الذي يشير إلى أنها: نسق معين ثابت يشمل طرفين (سواء كانا فردين أو جماعتين) تربطهم مادة معينة أو مصلحة أو اهتمام معين، أو قيمة معينة تشكل قاعدة لتفاعلهم بجانب أنها (أي العلاقات) هي نسق معين من الواجبات والمسؤوليات أو وظيفة مقننة للطرفين بحيث يكون كل طرف ملزم بأدائها نحو الطرف الآخر، ويمكن القول بشكل أخر أنّ العلاقات الاجتماعية هي نسق التفاعل المنظم بين شريكين على أساس خطة محددة[2].

تقوم العلاقات إذن على المصلحة المشتركة والمتبادلة بين أفراد المجتمع، ولا بد من قوانين تنظم هذه المصلحة وترعاها وتضمن لكل فرد أن يصل إلى إشباع حاجاته بصورة لا تؤذي غيره، وقد تمثلت هذه القوانين الاجتماعية في مظاهر هي: العادات والأعراف الاجتماعية التي تواضع عليها الناس وحكمت علاقاتهم ببعضهم، وكذلك تمثلت هذه القوانين في الأفكار القيمية والمعايير التي انبثقت من مصادر معينة: كالأديان السماوية أو القوانين الوضعية، وبرزت هذه القوانين (بمضامينها وأسسها المختلفة) لتكون ثقافة متميزة للمجتمع، ولتصبح هذه الثقافة –في المراحل اللاحقة– أساس العلاقات الاجتماعية التي تعتبر المظهر العملي لتلك المنظومة الثقافية بكل محتوياتها (من عادات وأعراف وقيم وأفكار)[3].

(1) علي عبد الرزاق جلبي، مرجع سبق ذكره، ص ص، 98–99.
(2) المرجع نفسه، ص 99.
(3) حسن عبد الرزاق منصور، مرجع سبق ذكره، ص 68.

فالعلاقات الاجتماعية إذن نوع من الصلات والروابط بين فردين أو أكثر، تقوم على التفاعل المتبادل والاهتمام المشترك، في إطار مجموعة من العادات والتقاليد والأعراف التي تحكم المجتمع، والتي تختلف عن غيره من المجتمعات، وهي أساس استقرار المجتمع واستمراره، فالفرد لا يستطيع العيش دون علاقات تربطه بغيره من الأفراد ابتداء من الأسرة إلى الجيران، زملاء الدراسة العمل، الأصدقاء المعارف إلى غير ذلك...

المطلب الثاني: خصائص العلاقات الاجتماعية

تمثل العلاقات الاجتماعية "فئة من فئات المعنى (المشتقة من الإرث الاجتماعي- الثقافي) وتحتاج إلى أبنية سلوكية نمطية معدة مسبقا من خلال أعضاء المجتمع، وانّ هذا التصنيف للعلاقة ضمن فئات المعنى يقوم بتعريف الأشخاص بعضهم لبعض، وتحديد العلاقات بين هؤلاء الأشخاص المعرفين والحقوق والواجبات فيما بينهم ضمن نطاق المكان والزمان الذي يجمعهم، وبهذا لا تكون العلاقة مجرد كينونة ينبثق عنها التواصل ولكنها تغدو عنصرا أساسيا من مكونات السلوك الذي يتحكم بالأشخاص[1]، وفهم هذا السلوك مرتبط بدرجة أساسية بمستويات العلاقات الاجتماعية التي تبدأ من البيئة الضيقة للفرد إلى غاية الوصول إلى البيئة الأوسع، ولا شك أن لكل مستوى تأثيره على السلوك وبالتالي على العلاقات الاجتماعية السائدة بين الأفراد، وتتمثل أهم مستويات العلاقات الاجتماعية في[2]:

أ-المستوى الأول: ويشمل جماعة الأسرة، بيئتها المادية، مستوى الوالدين العلمي، وعي الوالدين الصحي والغذائي، طبيعة البناء الأسري، وطموحات وتطلعات الأبوين، ثم ماذا عن الأصدقاء، وما تتبنى الجماعة من توجهات وقيم وأنماط سلوكية؟

ب-المستوى الثانوي: وقد يشمل نظام التعليم، والمؤسسة المدرسية بما في ذلك طبيعة الإدارة، وعلاقة الطالب بالمعلم، وعلاقته بالطلاب، وقد تتناول المنهج وأنواع النشاطات المدرسية، أي تناول المؤسسة التعليمية كتنظيم رسمي بما يحتويه من فئات وما بينها من علاقات.

(1) عدنان يوسف العتوم وآخرون، **التواصل الاجتماعي -من منظور نفسي واجتماعي وثقافي-**، عالم الكتب الحديث: اربد (الأردن)، 2011، ص 06.

(2) إبراهيم عثمان، **مقدمة في علم الاجتماع**، دار الشروق للنشر والتوزيع: عمان، 2011، ص 57.

ج- **المستوى المرجعي:** ويقوم على أساس جماعات الانتماء، وخاصة ما يسودها من معان وقيم وتوجهات، بعضها حافز والبعض الآخر مثبط.

إن المستويات الثلاث للعلاقات الاجتماعية هي الأساس في تشكيل شخصية الفرد بشكل مترابط، بحيث لا يمكن فصل أي مستوى عن آخر، كما أن هذه المستويات الثلاثة هي التي تشكّل نمط العلاقات الاجتماعية السائد في ذلك المجتمع، والذي يختلف بطبيعة الحال عن مجتمع آخر فنجد كل مجتمع يتميز بشكل خاص للعلاقات الاجتماعية يختلف عن غيره ، ولكن رغم كل هذا هناك خصائص تميز العلاقات الاجتماعية بشكل عام ومن أهمها:

1- التفاعل: "وأول ما يميز هذا المفهوم توافر الحد الأدنى من علاقة الفعل التبادلي على الجانبين، كما يمكن أن يكون المحتوى متنوعا أشد التنوع مثل: الصراع، أو العداء، أول العلاقة الجنسية، أو الصداقة، أو التعاطف... وعلى ذلك فإن هذا المفهوم لا ينبئنا عن وجود تضامن بين القائمين بالفعل أو وجود مشاعر عكس ذلك تماما"[(1)].

2- الفترة الزمنية: "فالعلاقات محددة بمقدار الوقت وبالنشاط المتوقع خلال إطار عمل معين وزمن محدد، فعلى سبيل المثال تعتبر علاقة زوج –زوجة (في بعض المجتمعات)، بالرغم من كونها مجالا لكثير من التفاوض والتغيير، كأنواع العلاقات الدائمة إلى أن يفرقنا الموت، بينما تعتبر العلاقات خارج إطار الحياة الزوجية، كعلاقات الحب والعلاقات التي تنشأ ضمن لقاء عابر، من النوع القصير نسبيا، وان كلا من هذين النوعين من العلاقات يستمر أكثر من علاقة تحصل وجها لوجه (كالذي يترتب على إلقاء التحية والوداع على احدهم في الطريق)"[(2)]، و"يمكن للعلاقة الاجتماعية أن تكون لها صفة عابرة تماما أو تكون دائمة، أي أن تكون في صورة تسمح بالتكرار الدائم لتصرف متطابق في معناه (أي يسير ويتم توقعه تبعا له)" [(3)].

---

(1) ماكس فيبر، **مفاهيم أساسية في علم الاجتماع**، تر: صلاح هلال، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 1999، ص ص، 120-121.

(2) عدنان يوسف العتوم وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص، 13- 14.

(3) ماكس فيبر، مرجع سبق ذكره، ص 57.

3- إمكانية المقاطعة: لا شك أن إمكانية المقاطعة واردة في أغلب العلاقات، وهو ما يؤثر عليها كثيرا وعلى تماسكها وقد يؤدي إلى إنهاء العلاقة إذا لم تكن مبنية على أسس قوية وقد تكون هذه المقاطعة مؤقتة نتيجة ظروف معينة كالانشغال بعمل ما أو مشاكل أو غيرها أو دائمة نتيجة موت أحد طرفي العلاقة أو رغبته المقصودة في مقاطعة الطرف الآخر.

4- التفرد: أي عدد العلاقات من نفس النوع التي يسمح لشخص واحد أن يتمتع بها في نفس المجال، فبعض أنواع العلاقات لا تسمح بأكثر من تجسيد واحد من قبل شخص واحد (كعلاقة الزوج- زوجة في المجتمعات التي لا تسمح بالتعدد)، وتسمح أخرى بتعدد العلاقات من نفس النوع ولكن إلى حد معين..، وتظل أخرى بلا تقييد واضح للعدد (كخريجي الجامعات)[1]، لكن مع هذا يبقى لكل علاقة وضعها الخاص الذي يجعلها تتميّز وتتفرّد عن غيرها.

5- التغير: كل أنواع العلاقات قابلة للتغيّر والتحوّل، أي"أن تتغير على سبيل المثال علاقة سياسية من التضامن إلى تضارب المصالح، إنّ الأمر لا يزيد عن كونه متعلقا بالمصطلحات، كما أن درجة الاستمرارية في التحول هي التي تحدد ما إذا كان يجب في مثل تلك الحالات الحديث عن نشوء: علاقة جديدة، أو أن العلاقة القديمة قد اكتسبت معنى جديدا، كما يمكن لمحتوى المعنى أيضا أن يتصف بالاستدامة أحيانا، والقابلية للتغير أحيانا أخرى[2]، فالعلاقات الاجتماعية أكثر تعقيدا من أن نحدّد لها تصنيفا دقيقا، أو أن نفصل بعضها عن بعض، أو أن نحدّد مدى ثباتها أو تغيرها بشكل دقيق.

6- التطور عبر مراحل: تشهد العلاقات الاجتماعية بكل أشكالها وأنواعها مجموعة من المراحل بداية من نشأة العلاقة ثم تطورها ونموها إلى غاية تدهورها، ويرى برنت روبن أن أي علاقة تمر بستة مراحل:1-البداية: وفي هذه المرحلة يهتم الأشخاص بسلوك غيرهم ويتأثرون به ويتفاعلون معه، وعادة ما تكون البداية ببيانات غير لفظية كابتسامة أو نظرة أو سلام ...، 2-الاستكشاف: تبدأ هذه المرحلة باستكشاف قدرات الشخص الآخر...3-توثيق العلاقة: يصل الأفراد إلى هذه المرحلة في حال عزمهم على استمرار العلاقة سواء صراحة أو ضمنيا..، ويتكوّن في الوقت نفسه قواعد

(1) عدنان يوسف العتوم وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص، 14-15.

(2) ماكس فيبر، مرجع سبق ذكره، ص 58.

مشتركة ولغة متبادلة وعلاقات وعادات وقد تتوقف عند هذا الحد أو تتدهور أو تنمو وتتطور، 4-التقنين: أي تأخذ العلاقة شكلها الرسمي، 5-إعادة النظر:... وهنا يتغير سلوكهم اتجاه الآخرين، وتنشأ الحاجة إلى إعادة النظر في القواعد التي تحكم العلاقة ذاتها، 6-التدهور:.. وهنا تتضاءل أهمية كل طرف للآخر وهنا يكون الحل إنهاء العلاقة ولكن ليس دائما فقد تشهد بعض التدهور ثم تعود للتطور مرة أخرى[1].

7- محتوى المعنى في العلاقات الاجتماعية: يرى ماكس فيبر أن "بيت القصيد في العلاقة الاجتماعية يدور دائما حول محتوى المعنى الملاحظ الحقيقي أو المتوسط أو في النمط التصوري البحت..[2]، ويضيف ماكس فيبر "على أننا لم نقصد القول بأي شكل من الأشكال: أنّ المشاركين في فعل متوافق في تتابعه يكون لديهم نفس محتوى المعنى في كل علاقة اجتماعية يقيمونها..، فمعاني الصداقة أو الحب أو...من جانب فريق يمكن أن تقابلها تصورات داخلية مختلفة تماما من جانب فريق آخر،...معنى هذا أن العلاقة الاجتماعية التي تقوم على تصور متبادل ومتطابق في المعنى بصورة تامة وكاملة لا تحدث في الواقع إلا بصفة استثنائية فقط، إلا أن غياب هذا التصور المتبادل -تبعا لمصطلحنا هنا- يجب ألا يعني استبعاد وجود علاقة اجتماعية إلا إذا نتج عن ذلك عدم وجود ترابط متبادل بين الفعل على الجانبين.."[3].

8- التوافق على مبادئ العلاقات الاجتماعية: محتوى المعنى الذي يكوّن علاقة اجتماعية بصورة دائمة يمكن أن يصاغ في مبادئ، يتوقع المشاركون من هذا الشريك أو ذلك الحفاظ عليها بصورة متوسطة ومقاربة للمعنى، ويقومون هم من جانبهم بتوجيه فعلهم تبعا لها (بصورة متوسطة وتقريبية).. يمكن أن يتم الاتفاق على محتوى علاقة اجتماعية من خلال موافقة متبادلة، هذا

(1) انظر: برنت روبن، **الاتصال والسلوك الإنساني**، تر: نخبة من أعضاء قسم وسائل وتكنولوجيا التعليم، معهد الإدارة العامة: المملكة العربية السعودية، 1991، ص ص، 369-373.

(2) ماكس فيبر، مرجع سبق ذكره، ص ص، 58- 59.

(3) المرجع نفسه، ص 57.

يعني أن يقدم المشاركون في العلاقة وعودا متعلقة بسلوكهم المستقبلي (سواء فيما تعلق بسلوكهم تجاه بعضهم أو غير ذلك)...[1].

المطلب الثالث: أنواع العلاقات الاجتماعية

إن عمومية المفهوم "اجتماعي" تتأكد إذا لاحظنا ما تستخدمه لغتنا من اصطلاحات لا عدّ لها تقريبا للإشارة إلى أنواع العلاقات الاجتماعية الكثيرة القائمة بين الناس، فنحن نسمي بعضها علاقات اقتصادية، وبعضها شخصية، وبعضها غير شخصية، وبعضها الآخر ودية أو عدائية وهكذا، ولكن تعتبر هذه العلاقات كلها اجتماعية مادامت تقوم على هذا الإدراك المتبادل الذي سبقت الإشارة إليه[2]، وذلك لأن الكائن الانساني لا يستطيع أن يعيش وينمو ويتطور خارج المجتمع، فالإنسان كائن اجتماعي كما لاحظ المفكرون منذ فجر الحضارة الإنسانية[3].

ومن بين هذه العلاقات ما يعبّر عن نزاع فحسب، أو عداء مطلق، كالحالة القائمة بين جيشين متحاربين...ومع ذلك فان معظم العلاقات الاجتماعية تتضمن مبدأ لا نجده في هذا المثل الذي نستمده من الجيوش، وهذا المبدأ هو فكرة الجماعة أو الانتماء معا إلى هيئة واحدة...[4]، ومنه يمكن تصنيف العلاقات الاجتماعية وفق مجموعة من المعايير كما يلي:

-علاقات قصيرة وعلاقات طويلة المدى:

قد تكون العلاقة الاجتماعية ذات أمد طويل كعلاقة الزوج بزوجته، وعلاقة الأب بأبنائه...، وقد تكون العلاقة ذات أمد قصير كعلاقة قائد سيارة برجل شرطة يريد إقناعه بعدم خطئه، وكعلاقة البائع

(1) ماكس فيبر، مرجع سبق ذكره، ص ص، 58- 59.

(2) ر.م.ماكيفر، شارلز بيج، **المجتمع**، تر: علي احمد عيسى، مكتبة النهضة المصرية: القاهرة، 2000، ص ص، 16-17.

(3) راغب أحمد الخطيب، دراسة في علم الاجتماع، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص ص، 174-175.

(4) المرجع نفسه، ص ص، 17-18.

بالمشتري وعلاقة التحية في طريق عام وهكذا[1]، حيث "تعد الاستمرارية عاملا هاما ذا تأثير متميز على طبيعة العلاقات، إذ يرتبط أغلبنا بعلاقات كثيرة طويلة المدى بأفراد عائلته وأقربائه وأحبائه وأصدقائه، وفي الوقت نفسه يشارك كل منا كل يوم في إنشاء عدد من العلاقات العارضة أو يعمل على تنميتها والحفاظ عليها إذ نتبادل النظرات والبسمات أثناء سيرنا في البهو، أو نحيي شخصا وجهه مألوف لنا يسكن في المبنى نفسه الذي نعيش فيه، أو نتبادل الحديث مع البائع في محل البقالة الذي نتعامل معه[2].

ويحرص الفرد بشكل عام على بذل جهد كبير عن طيب خاطر للإبقاء على العلاقات الطويلة عكس القصيرة التي ليس لها تاريخ وإذا انتهت على غير ما يشتهي المساهمون فيها فلن يكون لذلك تأثير كبيرة أو خسائر شخصية، فهذه العلاقات لا تشكل هوية الشخص ولا تحدد بوضوح التصورات والأفعال التي يتوقعها الطرف الآخر وهي مغربة كونها لا تتطلب بذل جهد كبير ولا تتسم بالاستمرارية والالتزام[3]، وإنما قد تحدث بطريقة عفوية نتيجة موقف من المواقف، ولا يسعى الطرفان إلى بذل جهد لتطوير العلاقة أو الإبقاء عليها من خلال محاولة كل طرف فهم الطرف الآخر، والحفاظ عليه.

-علاقات موجبة وعلاقات سلبية:

حيث قسم الفيلسوف الالماني تونيس Teonnis العلاقات الاجتماعية إلى قسمين:

1-بحيث تؤدي العلاقات الموجبة إلى حفظ النوع الإنساني والعمل على بقائه ودوام استقراره، وتنحو باتجاهات الجماعة والأفراد إلى التكامل وتوحد المواقف والأهداف، وهي التي تشجع المشاركات الوجدانية وتعزز الروابط بين الأسر والجماعات، وإليها يرجع الفضل في خلق القوى المجمعة في كل جماعة إنسانية[4]، فالعلاقات الإيجابية هي علاقات "متبادلة وهي أقرب إلى علاقات التجاذب، كما يحدث في جماعات التعاون والتطوع"[5].

(1) أحمد رأفت عبد الجواد، مرجع سبق ذكره، ص 90.

(2) برنت روبن، مرجع سبق ذكره، ص ص، 365-366.

(3) المرجع نفسه، ص 366.

(4) مأمون طربيه، **علم الاجتماع في الحياة اليومية**، دار المعرفة للطباعة والنشر: بيروت، 2011، ص 31.

(5) عدنان يوسف العتوم وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 10.

2-والعلاقات السلبية: هي على عكس الأولى تؤدي إلى روح العداء والتحرش بين الأفراد والجماعات والشعوب وتثير الحسد والضغائن والكراهية وتقوي عوامل الصراع وتوسّع من نطاق الفواصل والهوّات الطبقية والاجتماعية ويرجع إليها معظم أسباب الحروب والانقلابات والثورات وانتشار الانحرافات والتيارات الهدامة في قلب كل جماعة[1]، كعلاقات الصراع والعدوان وهي غالبا ما تتميز بالنفور والصراع وعدم التقبّل بين أطراف العلاقة الاجتماعية.

وهناك من يضيف نوعا ثالثا وهي تلك العلاقات التي "تجمع بين السلب والإيجاب وتنطوي على مواقف تجاذب ومواقف تناف، كما يحدث في الكثير من الجماعات الكبيرة نسبيا كالأندية والجمعيات والأحزاب السياسية"[2].

- العلاقات الثنائية والثلاثية:

أشار برنت روبن إلى أن "الغالبية العظمى من علاقاتنا ثنائية أي علاقة بين شخصين، ففي طفولتنا تكون صلاتنا الأولية ثنائية، ولا نبدأ في الاشتراك في محادثة مع كثير من الناس في وقت واحد إلا بعد سن السادسة وحتى الثانية عشرة[3]"، وقد تأخذ العلاقات الثنائية أكثر من شكل كأن تكون علاقة بين رجل وامرأة سواء في اطار الزواج أو الصداقة أو غيره، وقد تجمع بين أعضاء من أجيال مختلفة (كالأب وابنه) أو (الأم و ابنتها)، وأيضا أعضاء نفس الجيل (كالأخ وأخيه)، كما أن هناك ثنائيات تعتمد على الصداقة أو التبعية (كالرئيس والمرؤوس) و(المدرس والتلميذ)... [4].

(1) مأمون طربيه، مرجع سبق ذكره، ص 31.

(2) عدنان يوسف العتوم وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 10.

(3) انظر: برنت روبن، مرجع سبق ذكره، ص 361.

(4) انظر: غريب محمد سيد احمد، **علم الاجتماع ودراسة المجتمع**، دار المعرفة الجامعية: مصر، 2003، ص 194.

وأوضح ويليام ويلموت William Wilmot أن العلاقات الثنائية فريدة من نوعها للأسباب التالية[1]:

1-كل صلة ثنائية تستهدف تحقيق غايات محددة فهدف الصلة الثنائية بين المعلم والطالب مثلا تختلف عادة عن الصلة بين الزوج والزوجة، كما تختلف كل من هاتين الصلتين عن العلاقة بين الطبيب والمريض، أو صاحب العمل ومن يعمل عنده.

2-تقتضي كل علاقة أن يسهم فيها الشخص بمسؤوليات مختلفة، فواجبات الطالب نحو معلمه تختلف عن واجبات هذا الطالب نفسه تجاه زوجته أو العمال الذين يشرف عليهم...

3-تنشأ في كل علاقة ثنائية أساليب لغوية خاصة، وأنماط وقواعد للاتصال تميز هذه العلاقة عن غيرها على مدى طويل.

ويعتبر ظهور العضو الثالث "حلقة الاتصال بين عضوي الجماعة الثنائية، وتبيان اتجاهات الجماعة العضوية أي الثنائية نحو العضو الثالث الداخل فيها، ويجب أن نأخذ في الاعتبار حينما نحلل طبيعة الجماعة الجديدة، أن العضو الثالث قد يكون معزولا بصفة مؤقتة لمدة معينة، إن دليل السلوك النموذجي في الجماعة المكونة من ثلاثة أعضاء إنما يكون سلوك غيرة Jealousy إذ قد يتنافس الشخصان لمحبة الثالث أو أن يتصاحبا هما لعزله[2].

وتختلف العلاقات الثلاثية والرباعية عن الثنائية اختلافا بيّنا خاصة فيما يتعلق بدرجة صعوبتها وتعقيدها، ففي العلاقة الثنائية يجري تبادل معالجة البيانات بين شخصين فقط، أما في حالة العلاقة الثلاثية فهناك ستة احتمالات لتبادل معالجة الرسائل: الأول مع الثاني، الأول مع الثالث، الثاني مع الثالث، الأول والثاني مع الثالث،...[3].

وتتميز العلاقات الثلاثية والرباعية "باستقرار أكثر ودوام أطول من الثنائية، وسبب ذلك أنه إذا اقتصرت العلاقة على شخصين اثنين فإن انسحاب أي منهما كفيل بالقضاء عليها، أما إذا شملت العلاقة

(1) انظر برنت روبن، مرجع سبق ذكره، ص ص، 361-362.

(2) غريب محمد سيد احمد، مرجع سبق ذكره، ص 195.

(3) برنت روبن، مرجع سبق ذكره، ص 362.

ثلاثة أشخاص أو أربعة فان انسحاب احدهم قد يؤثر تأثيرا هاما عليها، ولكنه لن يقضي عليها قضاء تاما في كل الأحوال[1].

إنّ العلاقة بين ثلاثة أشخاص يندر أن تتساوى فيها كل الأطراف في المشاركة، ويحدث عادة في وقت ما أن تتوثّق العلاقة بين اثنين من الأعضاء أو يزداد تفاهمهما وتقاربهما على حساب العلاقة مع الأفراد الآخرين، وتكون النتيجة غالبا تكوين نوع من الائتلاف والاندماج، ونزاعا حول الزعامة وفي بعض الأحيان تكون صراعا مفتوحا، ولهذا السبب أكد بعض المؤلفين أن العلاقات الثلاثية والرباعية لا وجود لها، إذ ينبغي أن نعدّها عبارة عن علاقة ثنائية أصلا تزيد عليها ثنائية واحدة أو اثنتان[2].

-العلاقات الاجتماعية المفتوحة (الخارجية) والعلاقات الاجتماعية المغلقة (الداخلية):

قسم ماكس فيبر مصطلح العلاقات الاجتماعية إلى نوعين: تمثّل الأولى "العلاقات التي تقبل فيها الغرباء أو غير الأقارب أو غير المنتمين إلى طبقة اجتماعية واحدة أو طائفة دينية معينة أو نقابة حرفية خاصة أو تربط موقعين مهنيين رسميين يتمتعان بسلطة معينة أو تمثّل علاقة الأفراد في السوق التجاري، فسمّاها بالعلاقة الاجتماعية المفتوحة (الخارجية) أي أنها تقبل الأفراد الراغبين في إقامة علاقة اجتماعية مع الآخرين وعادة تكون خالية من المنافع المادية المتبادلة والعاطفية الغرامية بل الودّ والاحترام[3].

وهذا النوع من العلاقات "لا تشعر الفرد اتجاهها بالانتماء والمساعدة المتبادلة والتعاون والتعاطف، وأبعد من ذلك يقف المرء منها موقفا معاديا"[4]، وقد يعود ذلك للإختلافات الموجودة بين أطراف هذا النوع من العلاقات، مما يحدث نفورا بين أطراف العلاقة.

وتمثل "الثانية علاقة اجتماعية محصورة بين الأقارب (علاقات دموية- قرابية) أو المنتمين إلى طبقة اقتصادية واحدة أو العلاقة الموقعية التي تملك السلطة أو التي تربط بين أصحاب ذوي المصالح المتبادلة من اجل إشباع حاجات ورغائب مادية أو معنوية أو بين الغريمين أو الحبيبين أو الجماعة الاقتصادية

(1) برنت روبن، مرجع سبق ذكره، ص ص، 363-364.

(2) المرجع نفسه، ص 364.

(3) معن خليل العمر، **ثنائيات علم الاجتماع**، دار الشروق: عمان، 2001، ص 234.

(4) غريب محمد سيد احمد، مرجع سبق ذكره، ص 187.

الاحتكارية أو الأفراد الذين لهم أملاك وثروة حصلوا عليها عن طريق الوراثة أو التي خصصت لهم من أسلافهم أو التي منحت لهم تبرّعا[1]، وتتميّز العلاقات المغلقة (الداخلية) عموما "بالأمن والنظام والاستقرار، ويبدو التعاون بين أعضائها والمساعدات المتبادلة واحترام الفرد لحقوق الآخرين، إنهم يشعرون بالتضامن كما يشعرون بالأخوة...ولكن اتجاهاتهم بالنسبة لمن عاداهم يعتبر شعورا عدائيا وكراهيا[2].

فالعلاقة المغلقة –حسب ماكس فيبر– هي "العلاقة التي لا تقبل الغرباء عنها أو التي لا تمثل مصالحهم الخاصة أو قيمهم التي يحملونها، وذلك لأجل المحافظة على مصالحهم وتنظيمها وتثبيت قاعدة علائقية ثابتة في تعاملهم لا تقبل التغيير أو التحويل ..، مع ذلك فقد وضع فيبر حالات معينة يتم بموجبها انتقال الأفراد من العلاقة المفتوحة إلى المغلقة والتي غالبا ما يفرضها أفراد العلاقات المغلقة مثل الامتيازات النوعية للآتين من خارجها أو وضعهم تحت المراقبة المشروطة أو استقطاب الأفراد الذين يملكون كفاءات وخبرات عالية في انجازاتهم، وبعد اجتياز هذه الشروط والاختبارات يتم قبول الغرباء إلى صف العلاقة المغلقة"[3].

–العلاقات الأولية والعلاقات الثانوية:

في هذه الثنائية استخدم كنكزلي ديفز أربع قيم معيارية لتحديد مضامين شطري الثنائية في العلاقة الاجتماعية وهي ما يأتي :

1 – الظروف الفيزيائية:

–علاقات أولية: تضم عددا قليلا من الأفراد تدوم لفترة زمنية طويلة تأخذ حيزا مكانيا ضيقا

–علاقات ثانوية: تضم عددا كبيرا من الأفراد لا تدوم لفترة زمنية طويلة تأخذ حيزا مكانيا واسعا.

(1) معن خليل العمر، مرجع سبق ذكره، ص 234.

(2) غريب محمد سيد احمد، مرجع سبق ذكره، ص 185.

(3) معن خليل العمر، مرجع سبق ذكره، ص ص، 234– 235.

2 – الخصائص الاجتماعية:

-علاقات أوّلية: متماثلة مع أهدافها تعمل على بلورة قيم خاصة بها يعرف كل منهم للأخر بشكل واضح وصريح ويشعر كل منهما بحرية وتلقائية تجاه الأخر[1].

وتتميز العلاقات الأوّلية بما يلي[2]:

-تماثل الغايات

-التقويم الداخلي للعلاقة

-التقويم الداخلي للأشخاص الآخرين

-المعرفة الشاملة بالأشخاص الآخرين

-الشعور بالحرية والتلقائية تأثير وسائل الضبط غير الرسمية

-علاقات ثانوية: تتباين في أهدافها، والقيم الاجتماعية التي تنشأ من خلالها تكون عرضية وغير جوهرية، تكون معرفة كل واحد منهم للآخر محدودة من خلال اختصاصهم المهني وبهذا تكون من النوع الرسمي ومتكلفة ومجاملة [3]، وتتميز العلاقات الثانوية بما يلي[4]:

-تباين الغايات

-التقويم الخارجي للعلاقة

-التقويم الخارجي للأشخاص الآخرين

-المعرفة الخاصة والمحدودة بالآخرين

3 – نماذج للعلاقات الأوّلية والثانوية[5]:

-علاقات أوّلية: مثل الصديق وصديقه الزوج وزوجته الأبوين وأبنائهم المعلم والتلاميذ

---

(1) معن خليل العمر، مرجع سبق ذكره، ص 235.

(2) أليكس انكلز، **مقدمة في علم الاجتماع**، تر: محمد الجوهري وآخرون، ط6، دار المعارف، مكتبة نهضة الشرق: القاهرة، 1983، ص 142.

(3) معن خليل العمر، مرجع سبق ذكره، ص 235.

(4) انظر: أليكس انكلز، مرجع سبق ذكره، ص 142.

(5) انظر: معن خليل العمر، مرجع سبق ذكره، ص 236.

-علاقات ثانوية: مثل صاحب المتجر والزبائن المذيع والمستمعين الممثل والمشاهدين الرئيس والأتباع الكاتب والقراء

4 – نماذج للجماعات الأولية والثانوية[1]:

-علاقات أولية: مثل جماعة اللعب الأسرة القرية والجيرة فريق العمل

-علاقات ثانوية: مثل الأمة التدرج الكنسي المنظمات المهنية الشركات التعاونية

-العلاقات الاجتماعية الجوارية والعلاقات الاجتماعية الأسرية:

1-العلاقات الاجتماعية الجوارية[2]:

ويعرفها الأستاذ الفرنسي ديمون كوريت Damon J. Curet التجاور بأنه إقامة السكان بعضهم قرب بعضه، وهؤلاء السكان غالبا ما يتعاشرون ويتزاورون ويتعاونون فيما بينهم.

ويشترك الجيران بعضهم مع بعض في أفراحهم وأحزانهم، لذلك اعتبرت علاقة الجار بجاره واجبا مقدسا لا سيما عند الشعوب العربية الإسلامية، من خلال قيام الجار برعاية جاره في حالة غيابه، وفي الوقت الحالي أصبحت علاقات الجوار قليلة جدا فقد لا يشاهد الجار جاره فترة طويلة بسبب الانشغال الدائم وكثرة الالتزامات الاجتماعية سواء بالنسبة للرجل أو المرأة.

2-العلاقات الاجتماعية الأسرية[3]:

يقصد بها تلك العلاقات التي تقوم بين أدوار الزوج والزوجة والأبناء ويقصد بها أيضا طبيعة الاتصالات والتفاعلات التي تقع بين أعضاء الأسرة الذين يقيمون في منزل واحد ومن ذلك العلاقة التي تقع بين الزوج والزوجة وبين الأبناء أنفسهم وتعتبر الأسرة الحضرية أسرة ممتدة وأبوية وتتميز بهيمنة الرجل على المرأة وكذلك الكبار على الصغار لذا يكون هنالك توزيع هرمي للسلطة وتكون السلطة في يد الرجل.

(1) انظر: معن خليل العمر، مرجع سبق ذكره، ص 236.

(2) إسماعيل محمد الزيود، **علم الاجتماع**، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع: عمان، 2010، ص ص، 93-94.

(3) المرجع نفسه، ص ص، 93-94.

لقد عرضنا أشهر تصنيفات العلاقات الاجتماعية، ولا يمكن بأي حال من الأحوال الإلمام بكل أنواع العلاقات الاجتماعية الموجودة، كونها مرتبطة بالإنسان وهذا الأخير كائن معقد يتميز بالتنوع والاختلاف حسب المواقف المختلفة والظروف المحيطة، كما أن هذه التصنيفات أكاديمية للتفريق بين الأنواع المختلفة ولا تنفي وجود تداخل بينها في الواقع.

إن العلاقات الاجتماعية مهما اختلفت أنواعها، هي ضرورية للإنسان ولا يستطيع العيش دون وجود صلات وروابط مع غيره من البشر، وإلا انتفت عنه صفة الإنسانية، فالإنسان منذ ولادته يدخل في كم كبير من العلاقات الاجتماعية، قد ينتهي البعض منها في بدايته وقد يستمر البعض الآخر لسنوات طويلة جدا، والأهّم أن كل علاقة من هذه العلاقات تضمن تواصل الفرد مع غيره وتبادل المنافع المادية والمعنوية من جهة، ومن جهة أخرى تمنح هذا الفرد خبرات تساعده في تشكيل والحفاظ على علاقاته الاجتماعية مستقبلا.

المبحث الثاني: العلاقات الافتراضية...المفهوم والخصائص

تميزت العلاقات الاجتماعية منذ وجود البشرية على سطح الأرض بالتقارب الجغرافي، وتواجد أطراف العلاقة في نفس المكان والزمان، بالإضافة إلى وضوح خصائص ومميزات أطراف العلاقة، ومحدودية اللقاء لما يتطلبه من تنّقل وتواجد جسدي، لكن مع تطور تكنولوجيا الاتصال وظهور الإنترنت ظهر نمط آخر من العلاقات الذي يتخذ من الانترنت فضاء لنموّه وتطوره، بل حتى تشكّله في أحيان كثيرة، وقد ظهر هذا الشكل من العلاقات مع ظهور مواقع الدردشة في شكلها التقليدي، والتي كانت تتيح الانتماء إلى غرف والتعرف على الآخرين، ولكن هذا الشكل من العلاقات الافتراضية قد عرف تطورا جذريا مع ظهور تطبيقات الجيل الثاني للويب، وبشكل خاص مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث أتاحت هذه الأخيرة التفاعل مع الآخرين بشكل يتقارب كثيرا مع التفاعل وجها لوجه، من خلال جمعها بين الكتابة والصوت والصورة وحتى الفيديو، بالإضافة للكثير من الخصائص والخدمات الأخرى، ما جعل هذا النمط من التفاعل الافتراضي الأكثر رواجا في عصرنا الحالي.

المطلب الأول: مفهوم العلاقات الافتراضية

قد سبق الإشارة إلى أن مصطلح "العلاقة" يستخدم "للتعبير عن صداقة لها أهمية خاصة لنا، ولقد بدأ في السنوات الأخيرة استخدام هذه الكلمة بطريقة محددة للدلالة على صداقة من نوع خاص تشير إلى صلة جنسية منظمة متفق عليها بين شخصين، كما تشير إلى صلات أخرى بين الوحدات الاجتماعية، كالصلة بين المعلم والطالب، والزوج والزوجة والوالدين والابن، وصاحب العمل والموظف.."[1]، وباختصار فإن مصطلح العلاقات الاجتماعية يشير إلى "نسق معين ثابت يشمل طرفين (سواء كانا فردين أو جماعتين) تربطهم مادة معينة أو مصلحة أو اهتمام معين، أو قيمة معينة تشكل قاعدة لتفاعلهم..ويمكن القول بشكل آخر أن العلاقات الاجتماعية هي نسق التفاعل المنظم بين شريكين على أساس خطة محددة"[2].

(1) برنت روبن، مرجع سبق ذكره، ص ص، 356-357.

(2) جمال مجدي حسنين، مرجع سبق ذكره، ص 99.

أما كلمة إفتراضي (VIRTUEL) بالفرنسية مشتقة من كلمة (VIRTUALIS) في اللغة اللاتينية للعصور الوسطى، وهي بدورها مشتقة من (VIRTUS) أي القوة والقدرة، ويطلق تعبير الافتراضي في الفلسفة المدرسية على الشيء الموجود بشكل كامن، لا على الشيء الموجود بالفعل، ويميل الافتراضي إلى أن يصبح فعلياً من دون المرور مع ذلك، بالتجسيد الفعلي أو الشكلي، فالشجرة موجودة افتراضيا في البذرة، ولا يتعارض الافتراضي من الناحية الفلسفية الدقيقة مع الحقيقي، لكنه يتعارض مع الفعلي: ما الافتراضية والفعلية إلا مجرد طريقتي وجود مختلفتين[1].

وفي عام 1985 استخدم خبير المعلوماتية غارون لا نييه، أول مرة تعبير "**افتراضي**" ذا الجذر التاريخي والحمولة الفلسفية، كي يصف حقل التكنولوجيا الجديدة، فقد أراد الإشارة إلى الواقع في اللعب ضمن التجارب الحسية التامة، حيث تكون كل الحواس مشتركة بوساطة وسيط الكتروني"[2].

فالعلاقات الافتراضية هي إذن نمط من الصلات والروابط التي تقوم على التفاعل المتبادل بين فردين أو أكثر عن طريق الإنترنت، حيث تبدأ العلاقة الافتراضية من خلال طلب صداقة لتتحوّل من خلال الاتصال المتكرّر إلى علاقة اجتماعية، قد تنسحب إلى أرض الواقع وتتحوّل إلى واقعية، وقد تنتهي في الفضاء الافتراضي كما يدأت.

ولكن الباحثة إلين لالي Elaine Lally تذهب إلى أنّ العلاقات الافتراضية لا تقتصر على التواصل مع غرباء (أي أشخاص لا نعرفهم في الواقع خاصة التفاعلات التي تسفر عن علاقات عاطفية، أو تفاعل أطفال مع غرباء خطرين) ولكنها تستخدم أساسا للدردشة والتواصل مع أشخاص نعرفهم بالفعل ونراهم رأي العين، وأحيانا تكون الانترنت هي الوسيلة الوحيدة للتواصل معهم، فنسألهم أين كنتم؟، ماذا ستفعلون في عطلة نهاية الأسبوع؟....، ونقوم بترتيب لقاء معهم، وقد نستخدمه كذلك مع أشخاص لم نرهم من فترة طويلة [3].

---

(1) بيير ليفي، **عالَمنا الافتراضيّ. ما هو؟ وما علاقته بالواقع؟**، تر: رياض الكحال، مشروع نقل المعارف التابع لهيئة البحرين للثقافة والآثار: البحرين، 2018، ص 15.

(2) أمحمد مالكي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 84.

(3) انظر: إلين لالي، **الكمبيوتر والحياة في المنزل**، تر: ريهام طه، المركز القومي للترجمة: القاهرة، 2011، ص 139.

ومنه لا يمكن حصر العلاقات الافتراضية في الروابط التي تتم مع أشخاص نتعرف عليهم عن طريق الشبكات الاجتماعية أو الإنترنت عموما، بل يمتّد هذا النمط ليشمل الأشخاص الذين نعرفهم في الواقع، حيث يمكن أن يكون التعارف الأولي واقعي ويتّم تعميقه عن طريق الشبكات الاجتماعية، أو قد تشمل كذلك الأشخاص الذين تربطنا بهم علاقة قوية في الواقع، ولكن يتعذر علينا اللقاء بهم في الواقع لبعد المسافة أو لظروف معينة أو حتى من أجل الحفاظ على التواصل المستمر مع بعض الأشخاص، ومن هنا تنسحب تلك العلاقات غالبا من الواقع إلى المجتمع الافتراضي، ولكن العكس لا يحدث دائما.

فقد أدّت الإنترنت منذ نشأتها دورا كبيرا في مجال التعارف وتكوين العلاقات الاجتماعية، وهو ما أثر على التركيبة البشرية وطبيعة العلاقات بين الأفراد، فأصبح التعارف بين الأفراد يتم افتراضيا من خلال غرف الحوار والدردشة، ثم الشبكات الاجتماعية في الوقت الحالي، على خلاف ما كان سائدا في السابق أين كان البعد الجغرافي والتقارب بين أفراد المجتمع أحد أهم العوامل المشكلة للعلاقات الاجتماعية، ولعل ذلك ما تنبّأ به "Philippe Breton" عندما قال "سندخل في المستقبل القريب في علاقات من خلال الانترنت، مع أناس لن نراهم أمامنا، فكل اتصال وعلاقة وكل مقابلة ستتم من الآن فصاعدا عن طريق الشبكة"[1].

ولاشك أن للعلاقات الاجتماعية أهمية كبيرة في حياة الأفراد والمجتمعات وذلك لدورها الكبير في "تحقيق الترفيه والتسلية والمودة والصحبة، كما أنها أيضا تجنبنا مساوئ الإنعزال والوحدة وتؤكد إحساسنا بقيمتنا، وتمكننا من تبادل الود مع الآخرين، ومشاركتهم في الرأي وتبادل وجهات النظر معهم"[2]، ومن هنا تعتبر الصداقة وإقامة العلاقات الاجتماعية هي "المركز لتجمع أنشطة أعضاء مواقع الشبكات الاجتماعية(SNS)"[3].

ويرى "فريزر ودوتا" أن "الشبكات الاجتماعية على الإنترنت أصبحت ظاهرة عالمية واسعة الانتشار بصورة لا تصدق، فالمواقع التي من قبيل ماي سبيس "MySpace" وفايسبوك "Facebook" وهاي فايف

(1) Philippe Breton, **le culte de l'internet, une menace pour le lien social?**, la découverte: paris, 2000, p 96.
(2) برنت روبن، مرجع سبق ذكره، ص 365.
(3) Panayiotis Zaphiris, Chee Siang Ang, Op.Cit, p 267.

"hi5" وأوركت "Orkut" وفريندستر "Friendster" يعدّ أعضاؤها الآن بمئات الملايين في جميع أنحاء العالم،...ويتم اعتناقها بحماسة من قبل الشباب... [1].

أما عن الحوافز التي تدفع الناس للاشتراك في مواقع الشبكات الاجتماعية فهي أسباب متعددة ومعقدة، يمكن تقسيمها على نحو من التبسيط المفرط، إلى فئتين واسعتين: الحوافز المهنية والحوافز الاجتماعية، فالمهنيون الذين يشتركون بمواقع مثل لينكدن "LinkedIn" يفعلون ذلك بالدرجة الأولى بناء على حسابات عقلية مرتبطة باهتماماتهم الخاصة بحياتهم المهنية، في حين أن معظم المراهقين الذي يجمعون "الأصدقاء" على موقع ماي سبيس "MySpace" لا يسعون لتحسين آفاق حياتهم المهنية، حيث يكمن الحافز الرئيس وراء تفاعلهم الاجتماعي في حاجتهم الغريزية غير العقلانية لعقد روابط اجتماعية تقوم على القيم والمعتقدات والأحاسيس المشتركة وما إلى ذلك"[2].

المطلب الثاني: خصائص العلاقات الافتراضية

تنبع أهمية العلاقات الافتراضية من كونها تنشأ في فضاء افتراضي يتسم بنطاق أكثر اتساعا من الحرية والاختيار، عند مقارنتها بالعلاقات التقليدية، فنحن عندما نتحدث عن تلك العلاقات، لا نجد أي أهمية للمكان أو للزمان، بل تتراجع أهمية الكثير من العناصر الحاكمة لشبكة العلاقات التقليدية، مثل النوع والسن والجنسية، فتلك المحددات تبددّت فعاليتها ليحل محلها عناصر أخرى مثل اللغة ومهارة استخدام الحاسب الآلي والبرامج الإلكترونية الحديثة[3].

وقد تكون العلاقات الافتراضية في جانبها "الآخر تعبيرا عن فراغ عاطفي ونفسي ووجداني لدى بعض الأفراد، وخصوصا في هذا العصر الذي يغلب عليه الطابع المادي، كما أن الإقبال الشديد على غرف الكمبيوتر والدردشة عبر الانترنت يعبر–في أحيان عديدة– عن غياب الضبط الأسري والهروب من

---

(1) إبراهيم إسماعيل عبده، **العلاقات الاجتماعية عبر الإنترنت –دراسة في الفرص الكامنة والمخاطر المستترة–**، 2009، متاح على الموقع:
www.asbar.com/ar/contents.aspx، (2014/01/23، 17:12).

(2) المرجع نفسه.

(3) ماهر عبد العال الضبع، **العلاقات الافتراضية بين الشباب في المجتمع السعودي دراسة في الخصائص والمحددات، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، العدد 37، 2015، ص 18.

العلاقات الاجتماعية المباشرة والواضحة إلى علاقات محكومة بالسرية ومحاطة بالكتمان ومأمونة العواقب في ظاهرها إلا أنها قد تقود في النهاية إلى مزالق خطيرة تعصف بحياة الأفراد ومستقبلهم[1].

وترى الباحثة دانا بويد danah boyd أن هناك مجموعة من الخصائص تميّز الاتصال عن طريق الشبكات الاجتماعية عن الاتصال وجها لوجه[2]:

1-الثبات: وعلى عكس الحوار دون وسيط (وجها لوجه) السريع الزوال، فإنّ الاتصالات عن طريق الشبكات الاجتماعية تبقى مسجلة للأجيال القادمة، وهو ما يتيح لا تزامنية الاتصالات ولكنه أيضا يمدّد فترة وجود أي محادثات بين الأفراد.

2-قابلية البحث: لأنّه يتّم تسجيل التعبيرات والهوية التي أنشأت من خلال النص، وعملية البحث وأدوات الاكتشاف سيساعد الناس على العثور على أي شخص، في حين الناس لا يستطيعون الحصول حاليا على الموقع الجغرافي لأي شخص في المساحات دون وسائط تكنولوجية، وعملية إيجاد فرد رقمي على الإنترنت هو مجرد مسألة ضربات المفاتيح.

3-التكرار: يمكن نسخ تعبيرات الجمهور الشبكي من مكان إلى آخر حرفيا، حيث أنه لا يوجد طريقة للتمييز بين "الأصلي" عن "النسخة".

4-الجماهير الخفية (غير المرئية):

في حين يمكننا رؤية أغلب الناس الذين يمكنهم سماع خطابنا في الاتصالات الواقعية (وجها لوجه)، فإنّه من المستحيل معرفة هؤلاء، الذين قد يتواصلون معنا عبر محادثات على الشبكات الاجتماعية.

هذا وتعدّ هذه الخاصية أكثر تعقيدا من الخصائص الثلاث الأخرى، لأن تعبيراتنا قد ترى في وقت ومكان مختلفين عن الزمان والمكان الذي تحدّثنا فيه، وهذا لا يمكن أن يحدث في الاتصالات الواقعية.

(1) حسن بوحبة، **الجسد بين النسق القيمي وسلطة الصورة الإعلامية**، دار الكتب العلمية: بيروت، جهاز 2013، ص 106.

(2) danah boyd **, Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life,** In Buckingham, D. (Ed.) Youth, identity, and digital media, 2007, p09. Site : https://www.danah.org/papers/WhyYouthHeart.pdf, *(*12/11/2014, 12: 05).

وبصفة عامة يمكن تلخيص أهم خصائص العلاقات عن طريق الشبكات الاجتماعية ما يلي:

1-الاختفاء:

على عكس الاتصال وجها لوجه، فالفرد لا يرى الشخص الذي يتحدث معه عبر الانترنت (ما لم يستخدم كاميرا أثناء التواصل)، فعلى سبيل المثال الفرد يمكن أن يعبر عن رأيه بجرأة وحرية ... وهذا مالا يتيحه الاتصال المواجهي، فالأفراد عندما يتحدثون معا عبر الإنترنت لا يقلقون عن شكل مظهرهم أو ملبسهم أو نظرة الآخرين لهم، على عكس الاتصال الشخصي...[1]، من هنا فالعلاقات الافتراضية تضفي نوعا من الأريحية لدى أطراف العلاقة فيما يخص شكلهم الخارجي وخصائصهم الجسمانية وطريقة كلامهم ومكانتهم وغيرها من الخصائص الظاهرة للفرد، نظرا لاختفاء طرفي العلاقة أو ظهورهما بشكل جزئي بالشكل الذي يريدانه، كأن يتيح أحد الأطراف صورة شخصية حقيقية ولكن ينتقيها بعناية، أو يتيح صورة غير حقيقية، أو يتواصل عن طريق الصوت أو الصوت والصورة أو عن طريق التسجيلات، أو أن ينوّع في استخدام هذه الأساليب جميعا، فبالنهاية ظهور الشخص على الشبكات الاجتماعية هو ظهور اختياري.

ولكن في الجانب الآخر "عندما يحادث مستخدم الانترنت شخصا بشكل مباشر ووجها لوجه فهو يرى جيدا حركات وجهه ولغة جسده بما فيها من حركة وصوت، وخصوصا أن هذه الإشارات تشكل نسبة مؤثرة من الاتصال البشري، أما المحادثة عبر الانترنت فهي تتم سرا ، وهذا يعني أنّ تلك النسبة المؤثرة المتعلقة بلغة الجسد مفتقدة، وبالتالي فالمستخدم يتواصل عن طريق التخاطب فقط، وهذا ماقد يسبب سوء تفاهم على الانترنت، أو يخلق مشاكل يمكن تجنبها[2].

2-التعبير عن المشاعر بالرموز:

يتميّز التعبير عن الأحاسيس والمشاعر في العلاقات الافتراضية غالبا بالاصطناع والجمود والبعد عن الواقع، حيث تحلّ مجموعة من "رموز المشاعر" محل التعبير الواقعي عن المشاعر والأحاسيس، فنعبر

(1) علياء سامي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 49.

(2) حسن بوحبة، مرجع سبق ذكره، ص 109.

عن الضحك أو البكاء، أو الحزن ...بالوجوه الضاحكة أو الباكية أو الحزينة أو مجموعة من الرموز اللغوية (هههههههه، LOOOL، اممم).

3-انعدام هوية الفرد:

تتميز العلاقات الافتراضية بشكل عام بانعدام الهوية، أو أحيانا وجود جزئي لها مما يفسح مجالا أكثر لتخيّل مواصفات الطرف الآخر، ويضفي نوعا من الغموض أو عدم الوضوح في العلاقات الافتراضية، ما لم تتحول هذه العلاقات إلى علاقات واقعية في حال حدث لقاء في الواقع، ومن هنا بإمكان الفرد استعمال اسمه الحقيقي أو اسم مستعار، ونفس الأمر بالنسبة لباقي مكونات الهوية الصورة تاريخ الميلاد الدراسة ....

"إن هوية الفرد (اسمه، سنه، مركزه...الخ) هي عامل أساسي في الاتصال وجها لوجه على عكس الاتصال عبر الإنترنت، فالفرد يمكن أن يتكلم مع فرد آخر دون أن يعرف هويته عن طريق استخدام اسم مستعار ، وبعض الباحثين أمثال باريت ولورانس يرون أن انعدام هوية الفرد عبر الانترنت مرتبط بسمة مهمة، وهي الانفتاح والتعبير عن الذات وإظهار الرأي بصراحة ودون خوف، والبعض الآخر يرى أن انعدام الهوية يؤدي إلى المبالغة والاصطناع في تقديم الذات بشكل مغاير للحقيقة"[1]، ويرى كل من ميتشل و ولاك Michtchell, Walak في الدراسة التي أجرياها حول الأفراد الذين يلتقون مع نظرائهم الذين يتصلون بهم عبر الانترنت ولا يعرفونهم من قبل، وذلك على عينة من الشباب الجامعي، أن معظم أفراد العينة أشاروا إلى أنهم لا يكونون على طبيعتهم ويكونون شديدي الحذر أثناء الكلام، وقد يميلون إلى الكذب ، لأنهم يبدون بسمات غير حقيقية عنهم أثناء التواصل مع الآخرين عير الانترنت[2].

4-الاهتمام المشترك:

حيث أنّ أهم مبدأ تقوم عليه جلّ تطبيقات الجيل الثاني للويب هو، المشاركة في الاهتمامات، ففي العلاقات عبر الشبكات الاجتماعية "ينجذب الأفراد نحو أولئك الذين يمكن تقاسم المصالح معهم واستبدال المشاعر، والاهتمامات والمعلومات ومن ثم إنشاء بيئة اجتماعية أقرب ما تكون لواقع الحياة على شبكة

(1) علياء سامي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص ص، 49-50.

(2) المرجع نفسه، ص ص، 42-43.

الشبكات، متكونا بذلك مجتمع افتراضي له خصائصه المتشابهة، وآلية عمله المتآلفة مع أعضائه "[1]، بمعنى يمكن إيجاد نسق المشاركة، وإشباع حاجة التفاعل الاجتماعي، والتي قد يكون من الصعب تحققها في أرض الواقع، فليس من المعقول أن يمشي شخص في الشارع ويصرخ معبرا عن إعجابه بنوع معين من الأفلام أو الأغاني، ليجد من يتبادل معه اهتماماته، لا شك أن هذا سيعدّ ضربا من الجنون بالنسبة للمجتمع، ولكن هذه الخاصية متاحة بكل بساطة عبر الشبكات الاجتماعية، فيكفي أن تعلّق عن رأيك في أمر ما حتى تجد من يشاركك في هذا الرأي، ويمكن أن تجمع عددا من الأصدقاء بنفس الاهتمام، ناهيك عن الصفحات والمجموعات التي توفر مبدأ الاشتراك في الاهتمامات.

5-علاقات كمونية وتواصل دائم:

تعتمد العلاقات الافتراضية عبر الشبكات الاجتماعية على التواصل الافتراضي الكموني، حيث لا يلتقي الأشخاص فعليا بل بشكل تخيلي افتراضي وعبر مجموعة من الخدمات التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة، "ولا أدل على أن اللقاء الكموني ليس لقاء حقيقيا من كون الحاسوبي –أو الشبكي– يحيا تناقضا غريباً هو قريب بالقوة من أبعد الناس عنه مكانا، وبعيد بالفعل عن أقرب الناس إليه مكانا، بدء من جلساء الحواسيب بجانبه[2]، ما يجعل العلاقات الافتراضية غير حقيقية غالبا، حيث يرى البعض أنّها تبنى على الوهم أكثر من الحقيقية، ومن الممكن أن تنتهي ببلوك (حظر) من أحد الطرفين، أو تعطّل أحد الحسابين، وقد تنتهي بشكل كامل دون سبب يذكر.

6-القدرة العالية على التخيل والمثالية:

ترتبط هذه السمة بغياب التواجد المادي للشخص عبر الانترنت على عكس الاتصال الشخصي الذي تواصل فيه مع أفراد ماثلين أمامنا محددي الشكل والهوية، وعدم وجود تصور مادي للفرد عبر الانترنت يجعلنا نضع تخيلا ذهنيا محددا للطرف الآخر من خلال الكلمة المكتوبة، ويصبح الحضور المادي للآخر مرتبطا بالسيناريو التخيلي الذي نرسمه في أذهاننا عن نمط حياة الآخر[3]، حيث تتبع هذه القدرة

(1) علي محمد رحومة، **علم الاجتماع الآلي**، مرجع سبق ذكره، ص 81.

(2) طه عبد الرحمان، **الحق الإسلامي في الإختلاف الفكري**، المركز الثقافي العربي: الدار البيضاء (المغرب)، 2005، ص 208.

(3) علياء سامي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 50.

على التخيل من غياب بعض عناصر الهوية أو كلها أو وجودها بشكل ظرفي، فيقوم هذا النوع من العلاقات الافتراضية على قدر كبير من التخيل والذي يتسم بالكثير من المثالية، حيث "يرى ماكينا Makina وآخرون أنّ الانترنت عكس الاتصال الشخصي، يستطيع أن يضمن المثالية في الطرف الآخر الذي نتواصل معه عبر الإنترنت (مالم نكن على معرفة مسبقة به) فهو الصديق أو الحبيب المثالي الذي نتصوره بالشكل الذي نريده والذي قد يختلف في الواقع، ويساعد على ذلك غياب الحضور المادي للفرد، والمبالغة في وصف كل طرف لنفسه لدى الآخر، وقد يرفض كل طرف مقابلة الآخر في الواقع حتى لا يؤثر ذلك في هذه المثالية"[1].

7-محدودية العواقب المحتملة:

لا شكّ أن كل علاقة اجتماعية تتعرّض في مرحلة ما لاهتزاز، أو حتى للانقطاع أو الإنتهاء، ولكن الذي يميّز بين العلاقات الافتراضية هو أن العواقب المحتملة عن هذا الخلاف أو الإنقطاع محدودة غالبا، خاصة إذا لم يدلى أطراف العلاقة بكلّ المعلومات التي تخصهم، وقد تزيد هذه العواقب بزيادة عمق العلاقة وكمية المعلومات الشخصية المتبادلة بينهم.

في الأخير يجب القول عن الافتراضي، بالضبط، ماقاله بروست عن أحوال تجارب الرنين: "هي واقعية من غير أن تكون راهنة، ومثالية من غير أن تكون مجردة، ورمزية من غير أن تكون خيالية"، ميزة الافتراضي إذا هي انسلاخه عن "الآن وهنا"، وهذا بالضبط ما يحمل الواقع الافتراضي، ميزة الافتراضي إذا هي انسلاخه عن "الآن وهنا"، وهذا بالضبط ما يجعل الواقع الافتراضي مترحّلا، متعددا، لا مركز له[2].

(1) علياء سامي عبد الفتاح، ص ص، 50-51.

(2) امحمد مالكي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 85.

المطلب الثالث: العلاقات الافتراضية والواقعية...نقاط الاشتراك والاختلاف

يرى "ميشال ويش" "Michael Wesch" أنّ "مع الشبكات الاجتماعية، هناك سحر مع ألفة لأنها تحاكي الاتصال وجها لوجه"[1]، ومن هنا يشكل الفضاء الافتراضي عبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت "محاكاة رقمية للفضاء الفيزيائي التقليدي"[2].

تشترك كل من العلاقات الاجتماعية التقليدية والعلاقات الاجتماعية عبر الشبكات الاجتماعية، في العديد من السمات من بينها أنّ في "كلا النوعين يتجمع الأفراد على قاعدة من المصالح المشتركة والقيم المتقاسمة بينهم، وبالتالي فهي _الشبكات الاجتماعية على الإنترنت– بكل بساطة نقل للشبكات الاجتماعية التقليدية على الويب، مع إلغاء الحدود الجغرافية، والزمنية، وإلى حد ما النفسية"[3]، وهو ما ذهب إليه "عابد الجابري" الذي "يرى أن هذا العالم الجديد "عالم الإنترنت" يضّم جميع أنشطة اتصال عالمنا الواقعي المعتاد، أو في إمكانه أن يضّمها جميعها ويضم أشياء جديدة أخرى، فقط مع هذا الفارق وهو أن جميع أشيائه وأنشطته تسمى بأسماء يسبقها أحد المقطعين، سيبر "cyber"، وتلي "télé": الأول يدل على التحكم، والثاني معناه عن بعد، أما هوية الأشياء التي يحتويها والأنشطة التي تتم فيه فتتحدّد بالوصف الاعتباري: "virtuel"، بمعنى أن الاتصال فيه يتم عن بعد وعبر رموز"[4].

ويذهب بعض الباحثين إلى أن الفرق الأساسي بين كل من العلاقات الاجتماعية التقليدية والعلاقات الاجتماعية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية يكمن في العامل الجغرافي الذي يعد أساسيا في تكوين العلاقات التقليدية "فكلما اقترب الشخص منا في مكان إقامته وكلما اقترب منا فيزيائيا، كلما زادت الفرصة في الانجذاب نحوه، وإقامة روابط صداقة معه، إلا أن هذا العامل غير متوفر في العالم الافتراضي لأنه لا يمكن النظر إلى معناه الجغرافي، والانجذاب نحو شخص معين لا يكون أيضا

(1) Carla Mooney, Op.Cit, p 18.

(2) حسن مظفر الرزو، **الفضاء المعلوماتي**، مركز دراسات الوحدة العربية: بيروت، 2001، ص 21.

(3) Manuela Teixeira, **L'émergence de réseaux sociaux sur le Web comme nouveaux outils de marketing**, p 33, site: www.michelleblanc.comimagesreseaux-sociaux-marketing.pdf, (12/09/2015, 22: 05).

(4) يامين بودهان، مرجع سبق ذكره.

اعتباطيا، ولكن حاجز الجوار قد يعوض بعوامل أخرى كاللغة التي يمكن أن تحدد فضاءات التفاعل، فالذي لا يتقن إلا اللغة الفرنسية مثلا لا يمكنه أن يتفاعل مع جماعات تستعمل لغات أخرى"[1].

كما تتميّز العلاقات الافتراضية بعدم القدرة على اختيار مكان التواجد بدقة وكذا عدم القدرة على اختيار الأشخاص، ذلك أن التواصل يقتضي أمرين لا وجود لهما في طرق المعلومات، أحدهما اللقاء بالفعل (أو اللقاء المباشر)، إذ يستبدل مكانه اللقاء بالقوة (أو اللقاء الكموني)، حيث إن كل الفعاليات التي تقتضي لقاء حيا تتخذّ في الشبكة صورة معلومات بالقوة تكون في متناول الجميع، ثم إن اللقاء بالفعل يكون تجربة اصطفائية خاصة، إذ نلتقي مع البعض ولا نلتقي مع البعض الآخر، بينما في اللقاء بالقوة يلتقي كل واحد منا مع الجميع من غير اصطفاء، نظرا لأن الشفافية تعمّ كل شيء في العالم الكموني (أو الافتراضي)[2].

وفي العلاقات الافتراضية يرتبط الشخص بأفراد قد يكون لهم أكثر من هوية أو ما يسمى بالشخصيات المتعددة عبر الانترنت عكس العلاقات الواقعية التي يظهر بها "الفرد بشخصية واحدة فقط، فإنّ الإنترنت كوسيط اتصالي يجعل الفرد قادرا على التواصل عبر شخصيات متعددة، وهو ما يطلق عليه الباحثون مثل رينولدز Reynolds (اصنع شخصيتك عبر الإنترنت) فالفرد قد يتواصل مع الأشخاص الذين لا يعرفهم من قبل بأسماء وسمات متنوعة نظرا لانعدام الحضور المادي للفرد"[3]، وهي شخصيات تظهر عبر الانترنت فقط ولا تعبر عن الذات الحقيقية للفرد، وتعتبر غالبا شخصيات مضللة.

كما تتميز العلاقات الافتراضية على الشبكات الاجتماعية، باستبدال المشاعر الإنسانية، بمجموعة من الرموز والوجوه والصور وحتى بعض الحروف الهجينة والأرقام أحيانا، حيث أن التفاعلات الافتراضية مبنية على تبادل رموز لا تعبّر بشكل حقيقي عن الواقع أي "أنّ التواصل المعلوماتي يعامل العقل معاملته لبرنامج من البرامج الشبكية، وإذا كان الأمر كذلك، جاز أن يشرق على الشبكيين التفريق في

(1) حسيبة قيدوم، **الانترنت واستعمالاتها في الجزائر** –دراسة في العادات والأنماط والإشباعات–، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2002/2001، ص 69.

(2) طه عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره ، ص 208.

(3) علياء سامي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 51.

تعامل بعضهم مع بعض بين "عاقلية" الإنسان و"برنامجية" الحاسوب، فلا يتحقق الشبكي على وجه اليقين من كون مخاطبه إنسانا مثله وليس حاسوبا مثل الذي بين يديه[1].

إضافة إلى أن العلاقات الاجتماعية التقليدية عادة ما تخضع لمجموعة من المحددات الدينية والثقافية والاجتماعية..، حيث يشترك أفرادها في مجموعة من القيم التي تنظم العلاقات فيما بينهم داخل مجتمع من المجتمعات، أما العلاقات التي تتكون عن طريق الشبكات الاجتماعية على الإنترنت فهي لا تعترف بأي نوع من الحدود أو القيم، ولا تحكمها ثقافة معينة ومن هنا فقد أدى هذا الاحتكاك بين مختلف الثقافات إلى "ظهور هيكلة اجتماعية من نوع جديد، برزت بوصفها نتيجة حتمية لمتطلبات عصر المعلومات"[2].

وبالنسبة إلى مدى إلزامية العلاقة في كلا النوعين فإنّ العلاقات الافتراضية على مواقع الشبكات الاجتماعية غير ملزمة بنفس درجة العلاقات التقليدية الفيزيائية "إذ يرى "جورج هومانس" "أن الناس يرون عواطفهم تجاه الآخرين انطلاقا من الفائدة، أي الفرق بين كمية ما يجزى به الشخص من وراء علاقة ما والثمن الذي تكلفه إياه هذه الأخيرة، فكلما كانت المجازاة كبيرة والثمن ضئيلا كلما كان هناك انجذاب نحو هذه العلاقة، فهذه النظرية تنطبق كثيرا عن العلاقات الافتراضية لأن الشخص يختار علاقاته التي تستجيب لحاجاته ورغباته وهواياته، فهو يجني فائدة من وراء هذه العلاقات، لكنه وفي الوقت ذاته لا تلزمه هذه العلاقة أشياء معتبرة أو تفانيا يتعدى حدود العلاقة"[3].

ويرى البعض "أن العلاقة الكمونية (أو الافتراضية) التي تقوم بين الشبكيين ليست أبدا من جنس العلاقة الاجتماعية، فهذه تقتضي أن يتصرف كل واحد من طرفيها بما يقوي اعتباره للآخر، وأن يتعامل معه في تحقيق الصالح العام، في حين أن العلاقات (الافتراضية) تجعل الواحد من الطرفين يتصرف في الآخر بما يقوي اعتباره لذاته، ويفتح له فرص قضاء مصالحه الخاصة، إذ يستحضره في عالمه الكموني

(1) طه عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره، ص ص، 207-208.
(2) حسن مظفر الرزو، مرجع سبق ذكره، ص 34.
(3) حسيبة قيدوم، مرجع سبق ذكره، ص 71.

(أو الافتراضي) متى شاء، ويحصل منه المعلومات التي شاء، ويزوّده منها بما شاء، والتفاعل الحقيقي لا يأتي من اعتبار الذات والسعي إلى المصالح الخاصة، وإنما من اعتبار الآخر والسعي للصالح العام"[1].

كما تتميز العلاقات الافتراضية بتضاؤل أهمية المكانة والمركز والسلطة، مقارنة بالعلاقات الواقعية نظرا لغياب الرموز الاجتماعية للفرد عبر الانترنت (وهي المرتبطة بمركزه ومكانته في المجتمع، ووضعه الاجتماعي، وشكله...الخ، ففي الاتصال عبر الانترنت تنعدم أهمية المكانة والمركز والسلطة، فقد نجد أشخاصا لهم مكانة كبيرة في الواقع يتحدثون بحرية ودون قيود عبر الانترنت، وهو نادرا ما يحدث عبر الاتصال الشخصي[2]، في حين تبنى العلاقات والتفاعلات الواقعية على أوضاع الأفراد ومكاناتهم الاجتماعية، ومناصبهم، وتظهر في التفاعلات المباشرة بشكل واضح.

وتختلف العلاقات الإفتراضية عن الواقعية كذلك في جانب "التقدير المعنوي"، إذ يستبدل مكانه التقدير الحسابي، حيث إن المعاني القيمية التي يقتضيها مقام اللقاء الفعلي، والتي تجعل الإنسانية الأصلية للملتقى به لا تغيب عن ذهننا تكون مفقودة في المعلومات الكمونية التي نحصلها عنه، والتي قد تجعلنا ننسى هذه الإنسانية لشدة تفاعلنا مع الآلة التي بين أيدينا[3].

ثم إن العقل الذي يثمره هذا التواصل الآلي ليس محله الفرد الحي، وإنما هو عقل جماعي متوزّع متجول لا محل له إلا الشبكة الإلكترونية، حتى إن بعضهم يجيب على السؤال الذي وضعه وقد سلبت الشبكة عقله، وهو: "من يعقل" بقوله: "ليس هناك ذات ولا جوهر عاقل، لامادي ولا روحي، وإنما يعقل (بضم الياء وفتح القاف) في الشبكة، ألا يعني هذا القول أن الشبكة هي التي تعقل، وليس الإنسان، فإذا كنت لا أعقل ولا أنت تعقل، وكان ثالثنا شبكة، فإذن هي التي تعقل مادام هناك عقل"[4].

من خلال عرض نقاط الاشتراك والاختلاف بين كل من العلاقات الافتراضية والواقعية، نشير إلى التطور التكنولوجي جعل العلاقات الافتراضية، تقترب شيئا فشيئا من العلاقات الواقعية، حيث كانت بدايات مواقع الدردشة عن طريق اللغة المكتوبة فقط، وتطوّرت شيئا فشيئا حتى أصبحت حاليا تحاكي

(1) طه عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره ، ص ص، 207-208.

(2) علياء سامي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 50.

(3) طه عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره، ص 208.

(4) المرجع نفسه، ص ص، 207-208.

العلاقات الواقعية والتفاعل المباشر، أين يمكن للمرسل والمستقبل أن يتبادلا أطراف الحديث وكأنهما جالسين على بعد سنتيمترات فقط، متغلبة بذلك على كل حدود الزمان والمكان ومختلف العوامل التي قد تؤثر على سيرورة العملية الاتصالية بينهما، وليس هذا وحسب بل أصبح بإمكانهما تبادل مقاطع الفيديو والصور والمكالمات الصوتية والمرئية...، وغيرها من الخدمات التي تتيحها الشبكات الاجتماعية.

ومن هنا يمكن تبيان أهم الفروقات بين العلاقات الاجتماعية الواقعية (التقليدية)، و العلاقات الافتراضية كالآتي:

العلاقات الاجتماعية الواقعية (التقليدية)	**العلاقات الافتراضية**
-تقوم على اللقاء الجسدي والجغرافي	-إلغاء الحدود(تتم عن طريق الإنترنت)
-القدرة على اختيار مكان اللقاء	- عدم القدرة على اختيار مكان اللقاء (اللقاء بالقوة)
-علاقات تقوم على المشاعر الإنسانية الحقيقية	-علاقات تقوم على تبادل مجموعة من الرموز اللغوية والصور والأشكال...
-تقوم على محددات دينية، ثقافية، اجتماعية...	-لا تعترف بأي حدود
-تكون مع أشخاص معروفين بهوية واحدة	-تكون مع أشخاص مجهولين بشكل جزئي أو كلي أو متعددي الهويات
-جمع المعلومات يكون بطيء، يرتبط بالمدة الزمنية وعمق العلاقة	-جمع كم كبير من المعلومات عن الطرف الآخر في أقل وقت
-ملزمة فتحقيق الأرباح من العلاقة مرهون بالتكاليف والواجبات المترتبة عن العلاقة	-غير ملزمة فتحقيق الأرباح من العلاقة لا يقابله أي واجبات
-هدفها تحقيق مصالح عامة	-هدفها تحقيق مصالح خاصة

من إعداد الطالبة

الجدول رقم 03: يوضح الفرق بين العلاقات الاجتماعية الواقعية (التقليدية)، والعلاقات الافتراضية

المبحث الثالث: المجتمع الافتراضي

لا شكّ أن مختلف أشكال التفاعلات الواقعية وتشكيل العلاقات الاجتماعية التي تتم في إطار رقعة جغرافية معينة تختلف عن غيرها، نتيجة الاختلاف في العادات والتقاليد والأعراف الاجتماعية من مجتمع لآخر، إلا أن الأمر يختلف مع العلاقات الافتراضية التي تتّم في إطار مجتمعات افتراضية لا تعترف بكل أشكال الحدود ولا بالثقافات المحلية، بل تعد مجتمعات مفتوحة تحكمها ثقافة الإنترنت ويتفاعل الأفراد داخلها ويرتبطون بمجموعة من العلاقات في فضاءات افتراضية.

المطلب الأول: مفهوم المجتمع الافتراضي

يرى بعض علماء الاجتماع أن مفهوم المجتمع "من المفاهيم الضبابية، التي تحتاج تحديد المعنى وقد يشير إلى مستويات مختلفة من التجمعات الإنسانية، فقد يشمل معناه الجماعة الإنسانية، وقد يستخدم ليدّل على مجموعة إنسانية محددة كالمجتمع العربي..، كما قد يستخدم للدلالة على فئة أو تجمع داخل المجتمع الواحد، كقولنا المجتمع النسائي أو المجتمع الريفي[1].

فالمجتمع هو "عبارة عن نسق اجتماعي مكتف بذاته، ومستمر في البقاء بفعل قواه الخاصة، ويضم أعضاء من الجنسين (ذكورا وإناثا) ومن جميع الأعمار.. ويكاد يكون من المستحيل تعيين الحدود الدقيقة لمجتمع ما، والأصّح أن تلك الحدود ترسم بطرق مختلفة لتحقيق أغراض مختلفة في كل مرة، أي حسب الأحوال وحسب الهدف من عملية تعيين الحدود[2].

ويذهب مالك بن نبي إلى أن إعطاء تعريف منطقي للمجتمع مرهون بمعامل الزمن محددا معه لهذا المعامل دلالته النفسية والاجتماعية حيث عرّف المجتمع على أنّه: الجماعة التي تغير دائما خصائصها الاجتماعية بإنتاج وسائل التغيير، مع علمها بالهدف الذي تسعى إليه من وراء هذا التغيير[3].

لقد أصبحت شبكة الاتصال في هذه الأيام قادرة على الربط بين كافة سكان الأرض تقريبا والتأليف بينهم في جماعة واحدة ولأغراض معينة، كما نلاحظ –من ناحية أخرى– أن المجتمع المكتمل– وليس

(1) إبراهيم عثمان، مرجع سبق ذكره، ص 89.

(2) غريب محمد سيد أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 175.

(3) مالك بن نبي، مرجع سبق ذكره، ص 15.

الكامل) والقادر على البقاء مستقلا قد يكون مجتمعا صغيرا كل الصغر فبعض قبائل غينيا الجديدة لا يزيد عدد أعضاء الواحدة منها عن ألف نسمة، ولها لغتها ودينها الخاص، ونجدها مزودة بالأساليب والوسائل التي تمكنّها من التعامل مع البيئة المحيطة، ومن الاستمرار عبر الأجيال جيلا بعد الآخر[1]، وهو عبارة عن نسق مكون من العلاقات، وتبدو هنا أهمية كل من الأبنية والوظائف والمكانة والأدوار وقيم ذلك المجتمع[2].

ويعرف المجتمع أيضا بأنه "مجموعة من الأفراد على بقعة جغرافية محددة من الناحية السياسية، لها مجموعة من الأحكام الاجتماعية والأهداف المشتركة التي أساسها الدين واللغة والتاريخ، ومن أهم العناصر التكوينية للمجتمعات الإنسانية هو مجموع السكان ووجود تركيب اجتماعي يتكون من قوانين يحدد طبيعة العلاقات بين أفراده[3]، المجتمع حسب مالك بن نبي "ليس مجرد جمع لعناصر، أو أشخاص تدعوهم غريزة الجماعة إلى أن يتكتّلوا في إطار اجتماعي معين.

هذه الغريزة وسيلة لإنشاء المجتمع وليست سببا في إنشائه، إذ يضم المجتمع ما هو أكثر من مجرد مجموعة من الأفراد الذين يؤلفون صورته، يضم عددا من الثوابت التي يدين لها بدوامه، وبتحديد شخصيته في صورة مستقلة تقريبا عن أفراده...ويواصل بالقول أن المجتمع "ليس مجرد مجموعة من الأفراد، بل هو تنظيم معين ذو طابع إنساني يتم طبقا لنظام معين"[4]، أي أنّ اجتماع مجموعة من الأفراد لا يكفي لإطلاق مفهوم المجتمع عليه، بل ينبغي توفّر نظام يحكم هذا المجتمع.

ويرى مالك بن نبي أنّ "المجتمع يحمل إذن في داخله الصفات الذاتية التي تضمن استمراره، وتحفظ شخصيته ودوره عبر التاريخ، وهذا العنصر الثابت هو المضمون الجوهري للكيان الاجتماعي، إذ هو الذي يحدد عمر المجتمع، واستقراره عبر الزمن، ويتيح له أن يواجه ظروف تاريخه جميعا، وهو الذي

(1) محمد الجوهري، **المدخل إلى علم الاجتماع**، تر: علي احمد عيسى، جامعة القاهرة: القاهرة، 2007، ص32.

(2) غريب محمد سيد أحمد، مرجع سبق ذكره، ص175.

(3) مأمون طربيه، مرجع سبق ذكره، ص 167.

(4) انظر: مالك بن نبي، **ميلاد مجتمع –شبكة العلاقات الاجتماعية–**، تر: عبد الصبور شاهين، ط3، دار الفكر: الجزائر، 1986، ص ص، 13– 14.

يتجسّد في نهاية الأمر في شبكة العلاقات الاجتماعية، التي تربط أفراد المجتمع فيما بينهم، وتوجه ألوان نشاطهم المختلفة في اتجاه وظيفة عامة، هي رسالة المجتمع الخاصة به[1].

وقدّم جورج هيللري George Hillery، تعريفا للمجتمع بعد فحصه لنحو 94 تعريفا سوسيولوجيا، وإخضاعها للتحليل الكيفي والكمي، حيث استخلص تعريفا مشتركا جامعا إلى حد الكبير، فالمجتمع المحلي بهذا التعريف: هو مجموعة من الناس يشتركون في تفاعل اجتماعي، وبعض الروابط المشتركة بينهم، ويشتركون في مساحة ما، على الأقّل لبعض الوقت[2].

قد يبدأ المجتمع المحلي بجماعة اجتماعية صغيرة، وقد يتزايد في عدده حتى يصل إلى المئات، والألوف، وربما الملايين من البشر، كما هي الحال في المجتمعات المحلية على الشبكة، أو ما يعرف بالمجتمع الافتراضي[3].

فإذا كان المجتمع "مجموعة من الأفراد تجمع بينهم قيم مشتركة وشعور بالانتماء يعيشون في بيئة جغرافية مكانية واحدة تحكمهم قيم وأعراف يجتمعون عليها ويتفقون فيما بينهم على وسائل الردع وقواعد الضبط الاجتماعي التي تحكم ما يحدث بينهم من علاقات، ولكن الإنترنت ساهم في تشكيل علاقات تتجاوز الإطار الفيزيقي المكاني وتفاعل الوجه بالوجه وشكّل مستخدموه وخاصة الذين تجمع بينهم اهتمامات مشتَّركة جماعات يطلق عليها Virtual Community "[4].

ولم يعد مصطلح "المجتمع الافتراضي" من المفاهيم التي تستوقف الانتباه عند سماعه، إذ أصبح ذا عمومية وانتشار[5]، ويعرّف على أنّه: "جماعة من البشر تربطهم اهتمامات مشتركة، ولا تربطهم بالضرورة حدود جغرافية، أو أواصر عرقية أو قبلية أو سياسية أو دينية، يتفاعلون عبر وسائل الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي وقواعد الدخول والخروج، وآليات التعامل، والقواعد والأخلاقيات التي ينبغي

(1) مالك بن نبي، مرجع سبق ذكره، ص 14.

(2) علي محمد رحومة، **علم الاجتماع الآلي** ، مرجع سبق ذكره، ص ص، 63-64.

(3) المرجع نفسه، ص 63.

(4) وليد رشاد زكي، **المجتمع الافتراضي...نحو مقاربة للمفهوم**، مجلة الديمقراطية، العدد 24، 2009، ص 97.

(5) صالح العلي، **مهارات التواصل الاجتماعي –أسس ومفاهيم وقيم–**، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع: عمان، 2014، ص 127.

مراعاتها"[1]، إنّها مجتمعات وجماعات إنترنتية، تجذب مزيدا من الناس، ومستخدمي الإنترنت، لعمل أي شيء يمكنه عمله في العالم الطبيعي، الفرق أو الاختلاف هو أن أعضاء هذه المجتمعات الرقمية، يتفاعلون بفعل التكنولوجيا مرات عديدة ولساعات عديدة، في أي وقت، بشكل منفتح، باستخدام النص، وربما الأصوات والصور على شاشات الحواسيب[2].

ويرجع المفهوم إلى هاوارد رينجولد الذي وضع الكتاب الرائد في هذا السياق بعنوان المجتمع الافتراضي "Virtual Community" والذي عرّف المجتمع الافتراضي بأنه تجمعات اجتماعية تشكلت من أفراد في أماكن متفرقة في أنحاء العالم، يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الالكتروني، يجمع بين هؤلاء الأفراد اهتمام مشترك ويحدث بينهم ما يحدث في عالم الواقع من تفاعلات، ولكن عن بعد من خلال آلية اتصالية هي الانترنت، حيث يشكّل المجتمع الافتراضي مجال نمو الشبكات الاجتماعية، ويشكل الفضاء المعلوماتي (Cyber Space) الحيّز والإطار الذي يتم في سياقاته تجميع خيوط الشبكات الاجتماعية[3].

ويرى دي موور ووايجاند Moor and Weigand de المجتمع الافتراضي على أنه:[4] "نظام اجتماعي تكنولوجي"، يشتمل مجموعة من العناصر المهمة:

1-جماعة من البشر

2-اهتمامات مشتركة – بالأدب أو العلوم أو الفنون أو الصناعات أو الهوايات أو غير ذلك..

3-تفاعل يتّصف بالاستمرارية وسرعة الاستجابة

4-وسيلة وفضاء للتواصل

5-شروط عضويّة – كلمة مرور واسم مستخدم وبيانات وقواعد تنظّم المشاركة والتفاعل...

---

(1) محمد علي فرح، **صناعة الواقع الإعلام وضبط المجتمع أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع**، مركز نماء للبحوث والدراسات: بيروت، 2014، ص 230.

(2) علي محمد رحومة، **علم الاجتماع الآلي**، مرجع سبق ذكره، ص 65.

(3) صالح العلي، مرجع سبق ذكره، ص 127.

(4) عبد العال الديربى، **المجتمعات الافتراضية: التعريف..التطور..الغايات**، متاح على موقع المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني: http://accronline.com/article_detail.aspx?id=9683، (2016/07/19، 10:29).

إنّ هذا المجتمع الجديد (الافتراضي) تتغير آلياته، وتتبدل أشكال التعبير ضمنه، ويتنوع الحضور داخله، فهناك من يتحدث عن مجتمع خارق للواقع، ومجتمع اللاواقع، وهناك من يصر على أن المجتمع الجديد هو المجتمع الحقيقي، وقد يجوز تعريف المجتمع الافتراضي أيضا بـ"المجتمع العالم" باعتبار أنه ينطوي في الآن ذاته على مجتمع الداخل ومجتمع الخارج[1]، بل توسّع المفهوم ليشير إلى مجتمع عالمي لا جنسية له ولا حدود، يبحر عبر الشبكة ليعبّر عن اهتماماته بمجالات مختلفة، ولكنه إبحار خائلي وهمي وليس حقيقي، يوّفر للمستخدم الإنتماء لأفراد دون معرفة مسبقة، ويشاركهم آراءهم واهتماماتهم، "ولئن ساهمت هذه التطورات والتحولات التكنولوجية في بروز أنماط اتصالية جديدة ومتشابكة، فقد كرست واقعا مشحونا، تحتل فيه الصورة موقعا متقدما، بفعل القصف المتواصل للوسائط الاتصالية المرئية بالخصوص لكل ما هو كائن في المجتمعات الحديثة"[2].

المطلب الثاني: خصائص المجتمع الافتراضي

تحظى المجتمعات الافتراضية برواج كبير وشعبية متزايدة من طرف الجماهير، حيث أضفت التطبيقات الاجتماعية التي عرفتها الإنترنت مع الجيل الثاني للويب كما هائلا من المستخدمين، ولا شكّ أن الشبكات الاجتماعية تتّربع على أهم المواقع وأكثرها متابعة، حيث جاءت أغلبها في مراتب متقدمة من حيث المواقع الأكثر تصفحا حسب موقع اليكسا لسنة 2018، فمن بين 500 موقع احتّل المرتبة الأولى موقع قوقل Google، والمرتبة الثانية يوتيوب Youtube، والمرتبة الثالثة فايسبوك Facebook[3].

"يشرح الباحث الاجتماعي مانويل كاستل Manuel Castells مسألة بروز مجتمع الشبكات عبر تفاعل ظاهرتين تاريخيتين: تتمثل الأولى في تحول ثقافي انطلق في ستينات القرن العشرين (انتشار روح الفوضى وعقلية نصيرة للحرية المطلقة، التوق إلى بناء علاقات اجتماعية أكثر مرونة وتفاعلية، وتتجسّد

(1) جوهر الجموسي، **المجتمع الافتراضي**، نوفا برنت: تونس، 2007، ص 38.

(2) المرجع نفسه، ص 39.

(3) موقع اليكسا، https://www.alexa.com/topsites، (2018/03/09، 15:00).

الظاهرة الثانية في ثورة تكنولوجية برزت إلى الوجود في سبعينات القرن المنقضي، خاصة في مجال الاتصالات اللاسلكية وعلم الوراثة"[1].

ويرى أولدنبرغ Oldenburg أن "الروابط الاجتماعية في الأمكنة الثالثة* تفرز قوتها وتربط الناس بعلاقات لا يمكن تكوينها في غيرها من الأمكنة الرسمية، الأمر الذي جعل المجتمعات المحلية الافتراضية أو الجماعات الإنترنتية، تلقى رواجا وقبولا لدى المشاركين على الشبكة، في أمكنة ثالثة رقمية، مثل غرف الدردشة، جماعات الأخبار..الخ[2].

ففي المجتمعات الافتراضية "ينجذب الأفراد نحو أولئك الذين يمكن تقاسم المصالح والاهتمامات معهم، بمعنى يمكن إيجاد نسق المشاركة، وإشباع حاجة التفاعل الاجتماعي، واستبدال المشاعر، والاهتمامات والمعلومات ومن ثم إنشاء بيئة اجتماعية أقرب ما تكون لواقع الحياة على شبكة الشبكات، متكونا بذلك مجتمع افتراضي له خصائصه المتشابهة، وآلية عمله المتآلفة مع أعضائه[3].

إنّ أهم ما يميّز هذه التجمعات الافتَّراضية هي أنها متاحة للأفراد الذي يريدون المشاركة في أحد أنماطها، فالمدينة الافتَّراضية على حد قول البرتا روبرت Alberta Ropert وميشيل جينكنسون- Jenkinson Mi- chael مدينة لا تنام فهناك دائما أفراد مشتَّركون في التفاعلات الافتَرَاضية حتى في منتصف الليل ولا غرابة في ذلك فلقد أصبح الإنتَّرنت بشكل عام جزءا من حياة الناس والجماعات الافتَّراضية بأنماطها المختلفة باتت تشكّل أهمية للعديد من المهتمين بالإنترنت على وجه خاص وذلك

(1) يوسف بن رمضان، **الإعلام الجديد والديناميات الثقافية في المجتمعات المعاصرة**، ملف العدد: نحن والإعلام الجديد الإشكاليات والممارسات، مجلة اتحادات الإذاعات العربية: تونس، عدد: 2011/3، ص 09، متاح على الموقع: www.accronline.com، (2014/07/15، 09:30).

* يقصد أولدنبرغ "Oldenburg" بالأمكنة الثالثة الأمكنة الاجتماعية التي يرتاح فيها الناس من أعباء اليوم فيتحدثون بارتياح في أمورهم الخاصة، ويتخلصون من قيود العمل والشكليات الرسمية ويتحررون من كل أشكال القواعد والتقاليد الرسمية وغير ذلك ، مثلا: الأندية الشعبية، والاستراحات العامة والخاصة...الخ.

(2) أنظر: علي محمد رحومة، **علم الاجتماع الآلي**، مرجع سبق ذكره، ص 65.

(3) المرجع نفسه، ص 81.

ما دعا ماريا باكردجيفا Ma ria Bakardjeva إلى أن تعلن أنّ الحاسوب أصبح أسلوب حياة وذلك في الفصل الذي أعدته بعنوان التكنولوجيا في حياتنا اليومية"[1].

ففي المجتمع الافتراضي "تتحول تجربة الزمان والمكان إلى "زمن لازمني" وإلى "مكان للتدفقات"، يعيش البشر غير منفصلين عن المكان والزمان، لكن تجربة عيشنا هذا المكان وهذا الزمان يمكن أن تتنوع كثيرا، خصوصا عندما تتوسطها التقانة وتجعلها صنعية"[2].

كما أنّ التفاعل في المجتمع الواقعي هو تفاعل فوري، الفعل ورد الفعل المباشر له، بينما في المجتمع الافتراضي نجد أن الاتصال غير مباشر، قد يصبح رد الفعل انتقائيا وقد يصبح متأخرا ولا فوريا، بالإضافة إلى ذلك فإنه إذا كان التفاعل في المجتمع الواقعي يتم متأثرا بمتغيرات السن والنوع ومستوى التعليم والحالة الاجتماعية والمستوى الاجتماعي والاقتصادي، فإن هذه المتغيرات تنتفي فاعليتها في المجتمع الافتراضي، حيث يحدث التفاعل بلا متغيرات منظمة، أو من الممكن أن يحدث في ظل رموز كاذبة عن هذه المتغيرات[3].

ويعمل توسط التقانة –مثل توحيد قياس الزمن بواسطة الساعات والتقاويم والمناطق، وتطور تقانات النقل والتواصل– على توسيع حدود المكان، ويمكن من تكوين الجماعات والتنسيق بينها على نطاق واسع (مثل الدولة القومية) يتخطى بكثير ما كان ممكنا في كل القيود الطبيعية المحلية والأماكن، إضافة إلى تطوير تقنيات النقل والاتصال، متجاوزة بذلك الحدود الضيقة للمكان، وإنشاء مجموعات اصطناعية ومترابطة على نطاق معين (مثل الدولة القومية) اكبر مما كانت عليه في ظل الحدود الطبيعية"[4].

---

(1) وليد رشاد زكي، مرجع سبق ذكره، ص 98.

(2) بارني داون، مرجع سبق ذكره، ص 34.

(3) علي ليلة، **تأثير "الفيس بوك "على الثقافة السياسية والاجتماعية للشباب**، ورقة مقدمة في مؤتمر "الفايس بوك والشباب "، قضايا المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني: القاهرة ، يوليو 2009، ص ص، 25–26.

(4) بارني داون، مرجع سبق ذكره، ص 34.

وتتميّز ثقافة المجتمع الافتراضي بالانفتاح والمنتمين له لا يخضعون لأي قوانين أو ضوابط، في حين لثقافة المجتمعات الواقعية "تأثيرات محلية على الأعضاء بمختلف مشارب ثقافاتهم، إضافة إلى أنّ هذه ترتبط بالسياسات واللوائح المتبعة، ذات الصلة بالأصول الدينية والعرقية والنوع والتقاليد والعادات...الخ[1].

ولكن المجتمعات الافتراضية أيضا تنتهي إلى عزلة على ما تعد به من انفتاح على العالم، وتواصل مع الآخرين، وهذه المفارقة يلخصها عنوان كتاب لـ"شيري تيركل" "Sherry Turkle" (نحن معا، لكننا وحيدون: لماذا أصبحنا ننتظر من التكنولوجيا أكثر مما ينتظر بعضنا من بعض؟) ومن هنا لم تعد صورة الأسرة التي تعيش في بيت واحد بينما ينهمك كل فرد من أفرادها في عالمه الافتراضي الخاص، لم تعد مجرد رسم كاريكاتيري[2]، ويرى البعض أن المجتمعات الافتراضية لا توفر تواصلا حقيقيا، ذلك أن التواصل يقتضي... اللقاء بالفعل (أو اللقاء المباشر)[3].

(1) علي محمد رحومة، **علم الاجتماع الآلي**، مرجع سبق ذكره، ص 86.

(2) محمد عبد العليم محمد سليمان، **المجتمعات الافتراضية: على خلفية التنظير السوسيولوجي لـ (مابعد الحداثة)**، تر: **أنور الجمعاوي**، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، قطر، 2015، ص 6، متاح على الموقع: http://platform.almanhal.com/Reader/Article/75126 (2017/09/30، 05:40).

(3) طه عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره، ص 208.

-المطلب الثالث: الفرق بين المجتمع الافتراضي والواقعي

يشير الباحثون إلى أنّ هناك مصطلحين يوضحان طبيعة كل من المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي وهما: المكان والفضاء، ففي المجتمع الواقعي الأرض المادية هي مكان اللقاء (حيث الالتقاء بالروح والجسد)، بينما في المجتمع الافتراضي نحن نلتقي عبر الفضاء الالكتروني بأفكارنا وآرائنا فقط[1]، كما أن "تفاعلات المجتمع الواقعي تؤكد على التواجد الجسدي، بما للجسد من إشارات وإيماءات تلعب دورا بارزا في التفاعل، بينما تفاعلات المجتمع الافتراضي ذات طبيعة عقلية بالأساس، إنه تفاعل بالصور والرموز ومقاطع الفيديو، وأحيانا تفاعلات بين شخصيات خيالية تخفي ذواتها أحيانا لتمارس الكذب والهروب"[2]، ويطلق الباحثون على المجتمع الواقعي مصطلح مجتمع الانطباعات الدافئة، بينما يطلقون على المجتمع الافتراضي مصطلح الانطباعات الباردة كدلالة على أهمية لغة الجسد (الإيماءات والإشارات ...الخ)، والتي لا تظهر في المجتمع الافتراضي، كما يطلقون عليهما أيضا مصطلحي المجتمع المادي ومجتمع الظل[3].

بالإضافة إلى ذلك فإذا كان التفاعل في المجتمع الواقعي يتم متأثرا بمتغيرات السن والنوع ومستوى التعليم والحالة الاجتماعية والمستوى الاجتماعي والاقتصادي، فإن هذه المتغيرات تنتفي فاعليتها في المجتمع الافتراضي، حيث يحدث التفاعل بلا متغيّرات منظمة، أو من الممكن أن يحدث في ظل رموز كاذبة عن هذه المتغيرات، على هذا النحو فأننا ندرك كلا المجتمعين من منطق المتصل، ومن ثم فالانتقال من المجتمع الواقعي، انطلاقا من الواقع الافتراضي، فإنه يسعى من وراء هذا التحول إلى نقد المجتمع الواقعي، حتى يمكن تطويره بما يساعد على إشباع حاجاته[4]، ففي المجتمع الافتراضي يخضع الفرد لأوهام يعيشها في عالم افتراضي، يعتقد أنه حقيقي، كونه يتعامل مع أفراد مثله ولكن مغلف بالكثير من الغموض، ومرتبط بالآلات والأجهزة أكثر من ارتباطه بالمشاعر الإنسانية.

(1) علياء سامي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص ص، 42-43.
(2) علي ليلة، مرجع سبق ذكره، ص 25.
(3) علياء سامي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 43.
(4) علي ليلة، تأثير مرجع سبق ذكره، ص ص، 25-26.

في المجتمعات الافتراضية صار في إمكان الإنسان في وقت قصير، دون أن يتحرك من بيته، التواصل مع معارفه في شتى أصقاع الأرض، وأيضا التعرف إلى أناس جدد، وأن يزور مساحات جغرافية متنوعة ومتباعدة، وأن يستخدم الإنترنت ليأخذ علما بمواضيع كان يمكنه مطالعتها في الأدبيات البالغة التخصص حصرا فقد غيّرت التكنولوجيا الجديدة المفاهيم التي نستخدمها والاهتمامات التي نقدر على الوصول إليها، والرموز التي نتعامل بها، وفي الوقت نفسه فإنّ تطور العلم والتقنية أعطى للإنسان المعاصر سلطة لم يكن يحلم بالوصول إليها من قبل[1].

يضاف إلى ذلك أن التفاعل في المجتمع الواقعي هو تفاعل فوري، الفعل ورد الفعل المباشر له، بينما في المجتمع الافتراضي نجد أن الاتصال غير مباشر، قد يصبح رد الفعل انتقائيا وقد يصبح متأخرا ولا فوريا[2]، كما يرى البعض أن التفاعل في المجتمع الافتراضي "ليس تفاعلا حقيقيا... ما يتبادله "الشبكيون" فيما بينهم ليس أفعالا بقدر ما هو ردود أفعال، وشتان بين الفعل وردة الفعل: فالأصل في الفعل أن يصدر عن إرادة الإنسان، وينطوي على المبادرة ويحتمل الانتظار، بينما الأصل في رد الفعل أن يصدر عن الآلة، وإذا صدر عن الإنسان، فإنه يصدر عن الجانب الآلي منه، كما أنه يقتضي المحاسبة ولا يحتمل الانتظار، والتفاعل الحقيقي لا يأتي من جهة ردود الأفعال، وإنما من جهة الأفعال"[3].

حيث أنّ لوسائل الإعلام تأثيرا عاليا في الحالة النفسية البشرية، بدءا من الراديو، أوّل وسائل الإعلام الالكترونية، ومرورا بالتلفاز الذي تطور رويدا ليصل إلى أعلى تقنيات استخدام الأقمار الاصطناعية، ووصولا إلى الحاسوب، الذي تطورت إلى جواره بسرعة شبكة الانترنت، لتصل عددا هائلا من حواسيب العالم ببعضها بعضا [4]، ولا شكّ أن كل هذه التطورات قد أحدثت آثار عميقة على إمكانيات الفرد

(1) علياء سامي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 43.

(2) علي ليلة، مرجع سبق ذكره، ص 25.

(3) طه عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره، ص 207-208.

(4) بركات مطاع، **الواقع الافتراضي: فرصه ومخاطره وتطوره (دراسة نظرية)**، مجلة جامعة دمشق: سوريا، 2006، المجلد 22، العدد الثاني، ص 423.

ونفسيته، وأدت إلى طغيان الجانب المادي عليه مما أفرغه من قيمه البشرية ليتحوّل إلى كائن في يد هذه الوسائل تتحكّم فيه كما تشاء، دون أن يملك القدرة على رفض هذه السيطرة والتحكّم.

وفي دراسة مسحية أجراها كل من باركز وروبرتس Parks, Roberts لمعرفة الروابط التي تربط الأصدقاء في المجتمع الخارجي أشارت أهم النتائج إلى أنه بالرغم من أن أفراد العينة أشاروا إلى أنهم اكتسبوا المزيد من الأصدقاء من خلال الألعاب الجماعية، إلا أنهم أشاروا إلى أن العلاقات التي تربطهم بأصدقائهم في المجتمع الواقعي أقوى وأعمق[1]:

وأخيرا فإن المجتمعات الافتراضية تختفي بمجرد إغلاقنا لجهاز الكمبيوتر، لكن المجتمعات الواقعية تظل قائمة ومستمرة، وإن كنا نستطيع أن نحدد ميعاد أو زمان التواصل مع أفراد المجتمعات الافتراضية وفقا لشروطنا، فإننا لا نستطيع أن نفعل ذلك في المجتمعات الواقعية التي يكون التواصل فيها بين الأفراد عشوائيا في أغلب الأحيان[2].

وقد انقسمت آراء الباحثين فيما يخص العلاقة بين المجتمع الافتراضي والواقعي إلى ثلاثة آراء:

-الرأي الأول:

الذي يتبناه مجموعة من الباحثين أمثال ايليكنز Elkins، يرى أنه من الطبيعي مع هذا التطور التكنولوجي أن ينشأ المجتمع الافتراضي الذي يعتبر فرعا صغيرا من المجتمع الواقعي ولا غنى عنه[3]، فالمجتمع الافتراضي لا يغدو أن يكون جزء من المجتمع الواقعي، فالأفراد في هذا الحال يلتقون ظرفيا في المجتمعات الافتراضية ويتواصلون عن طريقها اختصارا للجهد والوقت، ولكنهم لا يستغنون عن اللقاء الواقعي في أغلب الحالات.

-الرأي الثاني:

الذي يتبناه مجموعة من الباحثين أمثال ألكسندر Alexander ولوكارد Lockard، يرى أن انغماس الفرد في مجتمع الانترنت يجعله أكثر بعدا عن الآخرين في المجتمع الواقعي، ويجعله محصورا مكانيا في

(1) علياء سامي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص ص، 42-43.
(2) بركات مطاع، مرجع سبق ذكره، ص 424.
(3) علياء سامي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص41.

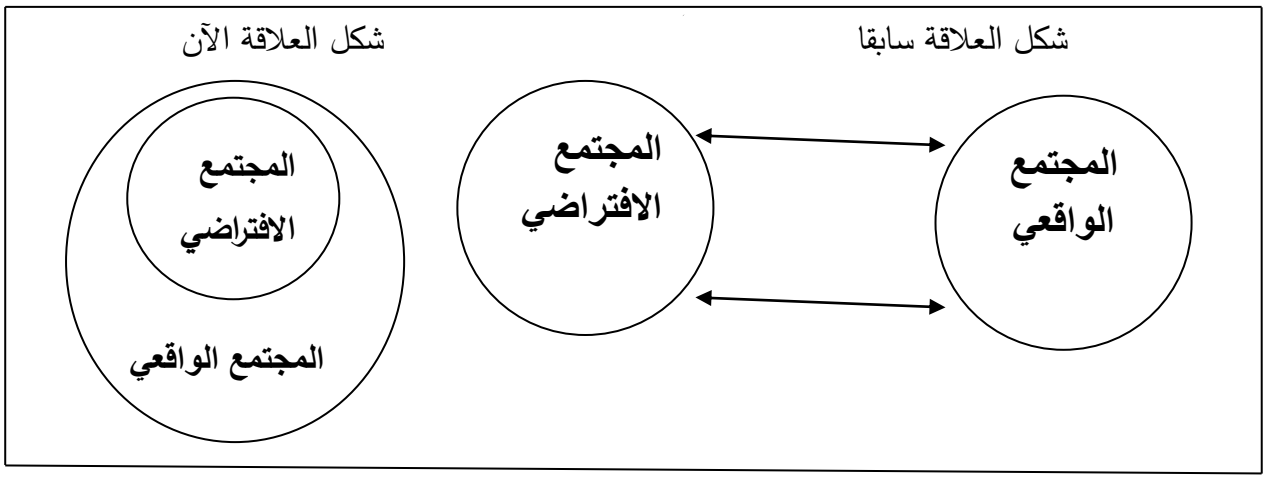
مكان تواجد الإنترنت، ويخلق نوعا من الفردية والتوحد مع مجتمع الإنترنت مما يجعل الأفراد أكثر تركيزا مع ذاتهم عبر الإنترنت، ويصبح التواصل بين الأفراد مرتبطا بالشخصية والذات أكثر من التواجد بالجسد[1]، وقد ظهرت الكثير من الدراسات التي تناولت مختلف المشاكل النفسية الناجمة عن استخدام الفرد المفرط للمجتمعات الافتراضية، مما يجعله ينسحب تدريجيا من الحياة الواقعية.

-الرأي الثالث:

الذي يتبناه مجموعة باحثين أمثال ويليمان Wellman ودامر Damer يرى أنّ المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي مجتمعان مكملان لبعضهما، وهناك تفاعل واعتيادية بينهما، فالفرد يمكن أنم يتعرف على أشخاص جدد عبر الإنترنت ويطور هذه العلاقات في المجتمع الخارجي، والعكس صحيح، حيث يساعد مجتمع الإنترنت في تقوية العلاقات بين الأفراد في المجتمع الواقعي[2]، ولا شكّ أنّ هذا الرأي هو الأقرب من وجهة نظرنا، وقد أكدّت الكثير من الدراسات العلاقة التبادلية بين كل من المجتمعات الافتراضية الواقعية.

وقد عبّر الباحثون عن شكل العلاقة بين المجتمعين كالآتي:

الشكل رقم 03 يوضح العلاقة بين المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي



علياء سامي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص ص، 42- 43.

(1) علياء سامي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 41.

(2) المرجع نفسه، ص 41.

الفصل الثالث:

الأبعاد الاجتماعية والثقافية لإعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية

تختلف الإنترنت عن غيرها من وسائل الاتصال الأخرى، بكونها تمزج بين كل خدمات الوسائل الإعلامية وتتضمن كميات هائلة من المحتويات التي تلبي مختلف الحاجات، كما تتميز بأنّها عالم مفتوح ومتنوّع يجمع مختلف الثقافات، ويمكن للفرد فيه أن يتواصل مع أي شخص من أي ثقافة كانت، ومع تميز الإنترنت بالتحرر من قيود الواقع وعدم خضوع محتوياتها للرقابة، فهي لا تحتاج إذن لدخول، كما أنها تتيح التعارف بين أشخاص من مختلف الثقافات والبلدان، وهو ما جعل للإنترنت ثقافة خاصة بها، لا تعترف بالحدود والأقاليم الجغرافية، ثقافة عابرة للقارات والحدود، تتميّز بالحرية والانفتاح، والتخلّص من المعايير الواقعية لتصنيف الأشخاص، كالوظيفة والمستوى الاقتصادي ...، فجميع الأفراد متساوون، ويتم الحكم عليهم من خلال ما ينشرونه، وما يكتبونه لا من خلال خصائصهم الشكلية والاجتماعية.

كل هذه الخصائص التي ميزّت المجتمعات الافتراضية، وجعلتها تحظى بجاذبية كبيرة عند المستخدمين العرب والشباب بشكل خاص، جعلت منها فضاءات بديلة للتواصل والتعبير، وللتعارف وتشكيل العلاقات مع الآخرين، ولا شكّ أن هذا التواصل قد يكون مع أشخاص يرتبطون بمعرفة مسبقة، وقد يتّم بين أفراد لا يعرفون بعضهم بعضا بشكل كلي أو جزئي، ولا شكّ أن لهذا تأثيره على العلاقات الاجتماعية وسنحاول من خلال هذا الفصل التعرّض لهذا الموضوع بنوع من التفصيل.

المبحث الأول: الشباب وثقافة الإنترنت

تمثّل فئة الشباب عماد أي مجتمع، والأساس الذي تبنى عليه أغلب البرامج، وهو الفئة التي تتميّز بالطاقة والحيوية والرغبة في الاكتشاف والتجديد، لهذا نجد هذه الفئة حظيت باهتمام بالغ في أغلب الدراسات حول التكنولوجيا وتطبيقات الإنترنت، وتظهر هذه العلاقة بشكل جلّي من خلال الإحصائيات التي تؤكد الإقبال الكبير لهذه الفئة على كل ماله علاقة بالتكنولوجيا، من هنا كان لزاما التركيز على خصائص هذه الفئة وثقافتها وعلاقتها بثقافة الإنترنت، للوصول إلى توصيف حقيقي للعلاقة بينهما.

المطلب الأول: ملامح ثقافة الإنترنت

مع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحالي نجحت التطبيقات التفاعلية للإنترنت لاسيما مواقع الشبكات الاجتماعية في تحويل العالم إلى قرية كونية، مشكلة بذلك "فضاء للثقافة الموازية"[1]، لأن استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت كوسيلة إتصال لا يخلو من تأثير وتأثر بثقافات الغير، "فالشخص الذي يتحادث ويتفاعل مع شخص آخر مختلف عن ثقافته ومجتمعه، لابد وأن ينقل كل واحد منهما أفكارا للآخر، ويسوق له ثقافته وقيم مجتمعه، فالاتصال أصبح ملازما للثقافة، وكما يقول (فلاح كاظم) فإن "التكافل والتفاعل بين الثقافة والاتصال قد غدا في عصرنا الراهن أكثر وضوحا من أي وقت مضى"[2]، وفي هذا الإطار يقول المفكر الجزائري مالك بن نبي: بيد أن جميع العلاقات السائدة بين الناس تعد علاقات ثقافية، إنها خاضعة لأصول ثقافة معينة، كما أنها مجموعة من القواعد الأخلاقية والجمالية.. [3].

إنّ الاتصالات والعلاقات الاجتماعية...هي أعظم الأحداث المميزة، التي أخذتنا إلى القرن الحادي والعشرين وإلى الألفية الثالثة، وينظر إلى الانترنت –الآن– على أنها وسيلة التفاهم العامة التي تعطي الفرد ما يريد مشاهدته أو قراءته، دون أن يفرض عليه مثلما هو الشأن في الوسائط الاتصالية والثقافية

(1) عامر بوعزة، مرجع سبق ذكره، ص 05.

(2) إبراهيم بعزيز، **وسائل الاتصال الجديدة وأثرها على ثقافة المستعملين**، ضمن كتاب **وسائل الإعلام والمجتمع**، (كتاب خاص بالمؤتمر العلمي الأول وسائل الإعلام والمجتمع جامعة محمد خيضر بسكرة)، دار الخلدونية: الجزائر، 2010، مرجع سبق ذكره، ص 184.

(3) مالك بن نبي، مرجع سبق ذكره، ص 22.

الأخرى المعتمدة منذ قرون[1]، لكن من جانب آخر ساهمت هذه الشبكات في خلق ثقافة جديدة نتيجة ما تحمله من خصائص وهو ما ذهب إليه راينغولد الذي قام بتكوين: قرية افتراضية كان عددها بضع مئات في سنة 1985، ووصلت إلى 8000 في سنة 1993، وقد لاحظ منذ الأشهر الأولى أنه يشارك عمليا في تصميم ذات جديدة لها نوع جديد من الثقافة، وعلاقات اجتماعية مميّزة تتزايد وتنمو مع الوقت ومع إضافة أعضاء جدد وبعد مدة زمنية تأسست عادات وتقاليد داخل هذا المجتمع الافتراضي بشكل يختلف عن العالم الطبيعي، وحدث تغيّر اجتماعي مستمر مما افرز نوعا خاصا من التمثل الاجتماعي على الشبكة"[2].

لا شك أن الإنترنت قد وفرّت "ساحات جديدة للتفاعلات والتجاذبات بين القيم الأصلية في المجتمع والقيم الوافدة التي ظهرت، نتيجة لظهور أشكال ومنافذ مستحدثة للتواصل بين الشباب لذلك فإنّه من المهم تقييم عمليات الاستفادة الشبابية من هذه الشبكات، من حيث أنماط التواصل المحققة بينهم كمستخدمين، وأشكال العنف الجديدة التي تهدد الهوية الثقافية، والمكتسبات الاجتماعية للأفراد والجماعات في ظل النجاح الباهر والاستقطاب الجماهيري الكبير الذي حققته مواقع التواصل الإلكتروني العديدة[3].

لقد اختلف الباحثون حول الثقافة التي تقدمها الإنترنت، حيث نظر البعض منهم لإقبال الشباب على استخدام الإنترنت وتكنولوجيا الاتصال عموما "على أنها فرصة أكثر من كونها تهديدا للثقافة والقيم والعلاقات الاجتماعية داخل المجتمع المسلم،...إن انتشار الثقافة الغربية وغياب التوازن في التدفق الدولي المعلوماتي والثقافي قد يمثل –حسب هذا الاتجاه– شيئا إيجابيا للطرف المتلقي، من حيث أنّه يحفزّه للمقاومة ويحثّه للبحث عن التنوع الثقافي والتمسك بالقيم المحلية"[4]، فقد أحدث الجيل الثاني للويب بصفة عامة والشبكات الاجتماعية بصفة خاصة ثورة حضارية، ينبغي على الكل تقبّلها والإندماج فيها، لأن كل شخص "هو جزء من هذا العالم، وليس بإمكانه ولا من مصلحته إقامة حواجز تحول دون وصول تلك

(1) جوهر الجموسي، مرجع سبق ذكره، ص 23.

(2) أنظر علي محمد رحومة، **علم الاجتماع الآلي**، مرجع سبق ذكره، ص ص، 67-69.

(3) فريد الصغيري، **شبكات التواصل الاجتماعي للشباب والفضاءات الجديدة لصناعة الصورة العنيفة**، مجلة علوم الإنسان والمجتمع: جامعة بسكرة (الجزائر)، العدد 12، 2014، ص 414.

(4) بسيوني إبراهيم حمادة، **دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام**، عالم الكتب: القاهرة، 2008، ص 132.

الثقافات والمعارف والعلوم"[1]، كما أن هذه الثقافة "تخلصّت من قيود الجنس (ذكر–أنثى)، أو اللون، أو الفوارق الاجتماعية لتطلق يد الفرد في إقامة شبكة على نطاق واسع من العالم وهذا هو الجانب المشرق للظاهرة[2].

ومن جانب آخر تظهر نوعيات جديدة من العلاقات لم تكن معروفة في المجتمع، ترتكز أساسا على تأثير المتخيّل الصوري، وهو ما يجرّنا إلى الحديث عن التصورات الخاطئة السائدة عن مفهوم الصداقة لدى مستخدمي الإنترنت بصورة عامة، ولدى مشتركي الشبكات الحوارية بصورة خاصة، إذ بمجرد قبول طلب انضمام شخص ما إلى مجموعة الحوار في إحدى غرف الدردشة، تبدأ علاقة صداقة وهمية تقنع وتشدّ المتصفّحين إليها وتمكنهم من الإطلاع على أسرار ذلك الشخص وأنشطته وصوره الخاصة جدا[3]، وهو "الجانب السلبي فقد يكون عرضة للخداع، والتنكر، وإمكان استغلاله لأغراض غير مشروعة أو غير أخلاقية، وقد أثبتت الأبحاث أن الأفراد الذين ينتمون إلى هذه المجتمعات لديهم أنظمة قيمية قد تكون مختلفة عن قيم المجتمع الحقيقي الذي يعيشون فيه"[4] وهو ما يفتح المجال لأشكال جديدة من الجرائم الإلكترونية، من قبيل انتحال الشخصية واستخدام الهويات المخفية بطريقة غير شرعية، والتغرير ببعض صغار السن من مستخدمي هذه الشبكات، إضافة إلى ممارسة أعمال التشهير والتشويه من خلال استغلال بعض الحوارات لاستخلاص المعلومات والصور الشخصية ونشرها بهدف الإساءة إلى أصحابها[5].

وهنا برز اتجاه آخر يرى أن الثقافة التي تقدمها الإنترنت على أنّها "الثقافة السريعة السطحية القائمة على تمجيد الذات والفردية، أو ثقافة المأكولات السريعة كما يسمونها، لأنها ثقافة المتغيرات لا الثوابت وليس فيها قيم روحية أو تربوية، بحيث أنها تعتمد على النزعات الإنسانية نحو التحرر والمصلحة

(1) رحيمة الطيب عيساني، **العولمة الإعلامية وآثارها على مشاهدي الفضائيات الأجنبية**، عالم الكتب الحديث: اربد (الأردن)، 2010، ص 231.

(2) محمد عبد العليم محمد سليمان، مرجع سبق ذكره، ص 6.

(3) فريد الصغيري، مرجع سبق ذكره، ص 424.

(4) محمد عبد العليم محمد سليمان، مرجع سبق ذكره، ص 6.

(5) فريد الصغيري، مرجع سبق ذكره، ص 424.

والاستمتاع، وإن فسح المجال أمام هكذا نوع من الثقافة ناتج –حسبهم– عن التسارع وعدم التوازن في استثمار تقنيات ومواقع ومعلومات إنترنت، فاختيار العلم والبحث والتواصل بين المفكرين والباحثين يخف تأثيره أمام قدرة مؤثرات "المالتيميديا" في فسح مجال التقنيات والخدمات القائمة على الألعاب الالكترونية والصور الخلاعية وعارضات الأزياء..، وحتى تمجيد لاعبي الكرة وبعض المغنيين، في أعين الشباب المراهق، الذي لم يع مخاطر هذه الثقافة الاستهلاكية"[1].

كما "أنّ تلك الثقافة الافتراضية مرتبطة باللحظة التاريخية أكثر من ارتباطها بالدوام، لأننا فقدنا الإحساس باللحظة التاريخية، وبالثبات واليقين، بسبب تغيير القيم والثوابت والأفكار، وتنوعها وإبدالها واستبدالها، وفقدنا الإحساس بالتعبير الإنساني عن كل ماهو أصيل فأضحى موضعا للشك، ومجالا للاستنكار، لقد أصبحت الوقائع التاريخية مجرد تفاهات وأحداث عادية لا تخلو من لغة اليومي، لأن التسارع في التغيير أفقد كل شيء قيمته، إنّنا أمام تلك اللحظة، وأمام تلك الصورة، إذ انهزمت الفلسفة وانهزمت الليبرالية، وانهزم العقل، ولم يعد بالإمكان الإحالة على معاني العقل والتعقل والتفكير، تلك المعاني التي تلتزم بمبادئ البراءة حتى ثبوت الجرم، وهي معان صارت قديمة، وغير صالحة، وغير مسموح بها ولها، وربما توارى أصحابها حياء وعجزا"[2].

أصبح الإنسان "مجرد علامة في عالم يعج بالعلامات، لأننا نعيش اليوم وسط أنظمة من العلامات، نحقق من خلالها عمليات التواصل، وننجز بصفة ناجعة أعمالنا اليومية ، فلربما كان الإنسان البدائي يستعمل اقل عدد من الكلمات للتواصل، ويعتمد العلامات الطبيعية لفهم الكون االمحيط به، أما اليوم فقد تطور علم العلامة، وتعقد حتى صرنا سجناء الكون العلامي، بل صرنا من دون أن ندري علامة وسط علامات أخرى"[3].

وهناك لغة مستحدثة تستخدم من قبل أعضاء المجتمع الافتراضي، لغة مكوّنة من الحروف والأرقام الإنجليزية، ومن المشكلات الشائعة بين أفراد المجتمعات الافتراضية هي حالة الإدمان على المجتمعات

(1) هاني شحادة الخوري، **تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرين**، مركز الرضا للكمبيوتر: دمشق، 1998، ص ص، 177–178.

(2) حسن بوحبة، مرجع سبق ذكره، ص 29.

(3) المرجع نفسه، ص ص، 24–25.

الافتراضية، فالبعض يرغب بالاستمرارية داخل مجتمعه الافتراضي على حساب علاقاته أو واجباته في المجتمع الحقيقي[1].

من خلال الاتجاهين السابقين وبغضّ النظر عن الإيجابيات والسلبيات، يمكن تلخيص أهم ملامح ثقافة الإنترنت فيما يلي:

1-استخدام لغة مكتوبة يمكن وصفها بلغة الإنترنت، تقوم على الاختصارات المختلفة للتعبير عن المشاعر الإنسانية.

2-المكانة التي تتحقق لدى الفرد في المجتمع الافتراضي للإنترنت من خلال ما يكتبه ويعرضه للآخرين وليس من خلال "من هو".

3-تتكون ثقافة الإنترنت من مجموعة من الأعراف والتقاليد، وأي انتهاك لها يواجه بأشكال مختلفة من العقوبات من جانب الأفراد الذين يشكلون المجتمع الافتراضي.

4-طوّر مجتمع الإنترنت طرقا خاصة به تضمن تحقيق التماسك بين أعضائه وتقليل حدة الانشقاقات مثل الكثير من الآليات التي تمكن أي عضو من عدم استقبال رسائل معينة.

5-مفهوم الطبقية ليس غريبا على مجتمع الإنترنت ومعيار التصنيف الطبقي هو الجوانب الفنية والقيود المالية التي تمكن من الحصول على المعلومات.

6-يتسم مجتمع الإنترنت بأعلى درجات الديمقراطية، فالكل يتمتع بنفس الحقوق تقريبا.

7-يمثل التفاعل بين الأعضاء الأساس الذي يقوم عليه مجتمع الإنترنت[2].

8-حرية المناقشة والتعبير للجميع: إذ أنه بالرغم من اللجوء لتشفير الشبكات لحفظ السلطة الأرباح، فإن مجتمعات الإنترنت تعد منتديات تشجع الناس على التفاعل والتواصل.

9-الترحيب الدائم بالأعضاء الجدد: حيث يوجد حوالي 940 مليون مستخدم للإنترنت عام 2004، وهذا العدد يتزايد باستمرار.

10-الشعور بالانتماء القوي لثقافة مجتمع الإنترنت: على اعتبار أن الأعضاء انضموا إلى هذا المجتمع بإرادتهم الحرة.

---

(1) محمد عبد العليم محمد سليمان، مرجع سبق ذكره، ص 6.

(2) بسيوني إبراهيم حمادة، مرجع سبق ذكره، ص 150.

11-تحديد شخصية العضو من الذي يقوله ويفعله: فعندما يضع الشخص في موقعه موارد مهمة ويسمح للآخرين باستعمالها، يوصف بأنه خير وإنساني، والعكس عندما يرسل رسائل مفخخة بالفيروسات يصبح عدوانيا[1].

المطلب الثاني: الشباب.. الخصائص والحاجات

يرى علماء الاجتماع أن فترة الشباب "تبدأ عندما يحاول المجتمع تأهيل الفرد لكي يحتّل مكانة اجتماعية، ولكي يؤدي دورا أو أدوارا في بناء المجتمع، وتنتهي هذه الفترة عندما يتمكن الفرد من احتلال مكانته الاجتماعية، ويبدأ في أداء أدواره في المجتمع بشكل ثابت ومستقر"[2].

وقد اختلف الباحثون والمختصّون حول إيجاد تعريف شامل ودقيق لمفهوم الشباب، واتجّه أغلبهم إلى تعريفه من خلال المراحل العمرية أكثر من تركيزهم على المفهوم ذاته، وبشكل عام تمثّل هذه الفترة مرحلة مهمّة في حياة الإنسان، وتحوّلا من مرحلة الطفولة والمراهقة إلى مرحلة النضج.

ويشير **كينستون "Keniston"** إلى أن مصطلح الشباب المقصود منه: "أولئك الأفراد الذين يدخلون مرحلة أخرى من مراحل نموهم، تلي فترة المراهقة وتسبق فترة الرشد، وعلى الرغم من أن سنوات الشباب يمكن تحديدها بصورة تقريبية على أنها تلك الفترة التي تقع بين سن الثامنة عشر ومنتصف أو أواخر العشرينيات –أي الفترة التي تسبق بلوغ سن الثلاثين–، فإن فترة الشباب في حقيقتها تمثل حالة من حالات الذهن أو العقل، ونظاما من نظم التفكير وإثارة التساؤلات، ومسارا من مسارات النمو النفسي يجتازها الفرد في نموه وتطوره"[3]، ويرى آخرون من بينهم "عبد الله بوجلال" "أن مرحلة الشباب تمتد من الخامسة عشرة إلى السادسة والعشرين، إلا أنه وعند الضرورة الإجرائية يمكن أن تقسم هذه المرحلة إلى مراحل متدرجة،

(1) جمال محمد أبو شنب، **الإعلام الدولي والعولمة**، دار المعرفة الجامعية: الإسكندرية، 2007.

(2) محمد سيد فهمي، **العولمة والشباب _من منظور اجتماعي_**، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر: الإسكندرية، 2007، ص 87.

(3) سليمان بورحلة، **أثر استخدام الإنترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم**، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2008/2007، ص 119.

كالتقسيم الذي ورد في دراسته على النحو التالي: مرحلة الشباب الأولى وتقع بين 15-18 سنة، ومرحلة الشباب الثانية وتقع بين 19-22 سنة، ومرحلة الشباب الثالثة وتقع بين 23-26 سنة"[1].

وقد أشار "نصير بوعلي" إلى أن فترة الشباب يتم تحديدها في الغالب من (15 إلى 24 سنة) لأن الشباب فيها يكون ناضجا وتكبر طموحاته نحو التطلع والتفتّح على العالم الخارجي، وفيها أيضا قد يتأثّر بعوامل كثيرة داخلية وخارجية، هذا بخلاف فترة ما دون 15 سنة التي يكون فيها الشباب في سن المراهقة، أو أكثر من 24 سنة أين يكون الفرد بدأ تدريجيا يبتعد عن دينامية وحركية الشباب بفعل عوامل أخرى اقتصادية واجتماعية بدأت تتحكم فيه وبالتالي قد تقلل من نشاطه وحيويته[2].

"تمثل مرحلة الشباب فترة التحول الكبرى في حياة الإنسان من حالة طفولة واعتماد على غيره إلى حال يتم فيها الاعتماد على النفس واكتمال النمو الجسمي والعقلي والعاطفي"[3]، ومن هنا يمكن تحديد أهم خصائص هذه المرحلة كما يلي:

1-النمو الجسمي:

حيث "تشهد بداية مرحلة الشباب اقتراب شكل الجسم ووظائفه من آخر درجات النضج، وفيها تشهد تحولات واسعة وعميقة وسريعة في ملامح جسم الشباب،.. كما يسبق النمو العظمي النمو العضلي، ولذلك يشعر الشباب بتوتر العظام وتزداد سعة القلب بشكل يزيد على سعة الشرايين وقوتها مما يؤدي إلى زيادة ضغط الدم ويظهر آثار ذلك في الشعور بالصداع والإعياء وتنمو المعدة مما يترتب عليه زيادة شهية الشباب للطعام..."[4].

(1) السعيد بومعيزة، **أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب**، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2006/2005، ص 176.

(2) نصير بوعلي، **أثر البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري**، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2003/2002، ص 13.

(3) محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره، ص 94.

(4) المرجع نفسه، ص 94.

2-النمو الجنسي:

"من النمو الفيزيولوجي تبدأ الخصائص الجنسية الأولية والثانوية في الظهور التي تجعل الشاب قادرا على التناسل، ويحدث أثرا عليه من حيث الحالة المزاجية والنفسية، وتتجلى حاجاته الجنسية بإلحاح مع كلّ ما يصاحبها من توترات داخلية نتيجة الصراع بين الأشكال والمؤسسات التي تتيح له إشباعها، وهل يشبعها عن طريق الزواج أو عن طريق آخر، وإلى أي حد تسمح له القيم السائدة باتخاذ هذا الحل أو ذاك"[1].

3-النمو العقلي أو الذهني:

"ويقصد بها نمو الوظائف العقلية، كالذكاء العام، والقدرات العقلية الخاصة، والعمليات العقلية كالتفكير والإدراك والتذكر والحفظ واكتساب المعرفة والتحصيل العلمي أو المهني"[2].

"في مرحلة الشباب تبلغ القدرات العقلية عندهم ذروتها وتصبح أكثر دقة في التعبير مثل القدرة على التعبير اللفظي والقدرة العددية، ومن هنا تبدأ الهوايات والميولات الخاصة في الظهور،... كما ينمو التفكير المجرّد وتزيد القدرة على الاستدلال والاستنتاج والحكم على الأشياء وحلّ المشكلات والقدرة على التحليل والتركيب"[3].

(1) السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 179.

(2) الطيب أحمد عبد الصمد الشنقيطي، **الأساليب التنموية لتنمية القيم الإيمانية لدى الشباب المسلم في ضوء التحديات المعاصرة**، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم التربية الإسلامية والمقارنة: جامعة أم القرى (السعودية)،2007، ص 25. متاح على الموقع: (www.4shared.comgetgJYyasLE.2007، 2011/01/27، 17:35).

(3) السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 179.

4-النمو الاجتماعي:

"في هذه المرحلة يشعر الشاب أنه أصبح رجلا "ناضجا" يميل إلى مشاركة الآخرين حياتهم الاجتماعية، ويحاول من خلال صلاته الاجتماعية أن يلج إلى عالم الشباب والرجولة ويعتمد على نفسه في بناء علاقات مع الآخرين"[1].

"كما أن مرحلة الشباب تعتبر مرحلة اتزان نسبي في العلاقات الاجتماعية مع الأهل والأصدقاء وأفراد المجتمع، وهذا الإتزان نسبي إذا قورن بغرور المراهقة وطيشها، فالشاب يحترم جماعته، ويوقر والديه والكبار، ويحسب لنظرة الجماعة ورأيها فيه حسابا يدفعه إلى الحد من كثير من رغباته الجامحة، وشهوته المندفعة، لأنه يرى أنها لا تليق به كشاب عاقل ناضج"[2].

5-ظاهرة الرفض والنقد:

تتبدى هذه الظاهرة "في رفض الشباب للمعايير، والسلطة، والتوجيه الذي يمارسه الكبار، بل إن الرفض أصبح يمثل موقفا عاما موحدا، يظهر بصورة سافرة في مواقف عديدة، ومجتمعات مختلفة...من حيث درجة تقدمها الحضاري، وطبيعة النظام السياسي السائد فيها.

لكن الشيء الذي ينبغي أن نشير إليه، هو أن ذلك الرفض الذي يظهر بين الشباب، يرتبط بالظروف التاريخية والاقتصادية والسياسية التي يمر بها المجتمع، مثال ذلك أن الرفض الذي يظهر بين الشباب في دول أوربا وأمريكا مختلف فيما يتعلق بأساليب التعبير عنه، ومحتواه وغاياته عن نماذج الرفض الأخرى التي تصدر عن الشباب في أقطار عديدة من البلاد النامية، ويفسر ذلك إلى جانب التفسير التاريخي الثقافي، في ضوء الظروف الراهنة للمجتمع، والنسق القيمي السائد فيه"[3].

(1) الطيب أحمد عبد الصمد الشنقيطي، مرجع سبق ذكره، ص ص، 26-27.

(2) المرجع نفسه، ص 27.

(3) سامية الساعاتي، **الشباب العربي والتغير الاجتماعي**، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة، 2003، ص 21.

6-القلق وعدم الاستقرار:

بالإضافة إلى الخصائص السابقة "تتميز مرحلة الشباب بالتوتر والقلق ويشوبها الكثير من المشكلات سواء بالنسبة للشباب أو أهله أو المجتمع،.. فهو غير قابل للإنصياع، متمرد على طلبات الأسرة يرفض تحريماتها غير متأكد من حقيقة ذاته، يتعامل مع الكبار بشيء من الحساسية وقدر واضح من العناد"[1].

تتسم مرحلة الشباب بكونها مرحلة صعبة "تتميز بدرجة عالية من التعقيد والتشابك، تتداخل فيها عوامل جسمية ونفسية واجتماعية وحضارية عديدة، تلعب –بشكل أو آخر– دورا حاسما في تحديد مسارها ونتائجها"[2]، حيث يفرض ظهور الخصائص السابقة سواء كانت فيزيولوجية أو جنسية، أو عقلية...تغيرا كبيرا على شخصية، ونفسية الشباب لاسيما في ظل العولمة ومتغيرات العصر الحديث، مما يؤدي إلى ظهور حاجات تقترن بمرحلة الشباب، وقد حددها الدكتور "**عبد السلام زهران**" كما يلي[3]:

1-الحاجة إلى الأمن: وتتضمن الحاجة إلى الأمن الجسمي.. تجنب الخطر والألم، والحاجة إلى الحياة الأسرية الآمنة.

2-الحاجة إلى الحب والقبول: تتضمّن الحاجة إلى الحب.. والحاجة إلى القبول والتقبل الاجتماعي، والحاجة إلى الأصدقاء والانتماء إلى الجماعات...

3-الحاجة إلى مكانة الذات: تتضمن الحاجة إلى الانتماء إلى جماعة الرفاق وإلى المركز والقيمة، وإلى الشعور بالعدالة في المعاملة وإلى الاعتراف من الآخرين...

4-الحاجة إلى النمو العقلي والابتكار:

وتتضمن الحاجة إلى التفكير وتوسيع الفكر والسلوك، والحاجة إلى الخبرات الجديدة والتنوع، ... والحاجة إلى النجاح والتقدم الدراسي...

---

(1) محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره، ص ص، 95-96.

(2) عزت حجازي، **الشباب العربي ومشكلاته**، عالم المعرفة "المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب": الكويت، 1985، ص 38.

(3) مليكة هارون، **الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال**، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2004، ص 79.

5-الحاجة إلى الإشباع الجنسي:

تتضمن الحاجة إلى التربية الجنسية وإلى الاهتمام بالجنس الآخر والحاجة إلى التوافق الجنسي الغيري...

ويبحث الشباب باستمرار عن إشباع هذه الحاجات، وتعتبر وسائل الاتصال والإعلام أحد الأدوات التي توفر جزء كبيرا من هذه الاشباعات، حيث ترتب عن انتشار وسائل الإعلام "نتيجة مهمة تتعلق باستقلالية الشباب عن آبائهم، ومعلميهم، وذلك بوصف وسائل الإعلام مصدرا مهما للمعلومات متاحا ومتوافرا لشباب العالم أجمع، مع ملاحظة أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تواجه المتطلبات والاهتمامات المتباينة للأفراد كافة من مختلف الأعمار"[1]، ومن هنا كان بحث الشباب عن وسائل أخرى تلبي هذه الحاجات لا سيما التعبير عن آرائهم، والبحث عن مساحات لنشر أفكارهم والتعليق والتفاعل وتكوين صداقات..، ولعل هذا ما توفره التطبيقات الحديثة للإنترنت وخاصة مواقع الشبكات الاجتماعية.

ومن المتعارف عليه أنه بظهور أي وسيلة إعلامية جديدة فإنها تساهم في "خلق دوافع جديدة واشباعات جديدة وسط جماعات الجمهور المتنوعة، وبالتالي يتعين على الباحث تحديد هذه الأبعاد الجديدة لدوافع المستعملين وإشباع حاجاتهم، وبالرغم من أن دوافع استعمال الإنترنت -والشبكات الاجتماعية بصفة خاصة- قد تتنوع وسط الأفراد المستعملين والوضعيات والمحركات الإعلامية، إلا أن معظم دراسات الاستعمالات والاشباعات تبحث انطلاقا من بعض أو كل من الأبعاد التالية: الاسترخاء، والمرافقة، والعادة، وتمضية الوقت، الترفيه والتفاعل الاجتماعي، والمراقبة الإعلامية، والإثارة، والهروبية...."[2].

ويمكن حصر أهم الحاجات التي تدفع الشباب لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الآتي:

1-اكتشاف الذات: بمعنى البحث عن كيف يكون رد فعل الآخرين خاصة عند الإناث، .. وهذا بفضل السرية التي يتميز بها استعمال الإنترنت، مما يدفع المستعملين إلى الكشف عن بعض مظاهر ذواتهم، لأن عواقب هذا الكشف منعدمة أو محدودة.

(1) سامية الساعاتي، مرجع سبق ذكره، ص 21.

(2) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص ص، 82-83.

2-التعويض الاجتماعي: أي تجاوز الخجل ونقائص الشخصية على العموم، وبصفة خاصة عند الإناث والمنطوين نفسانيا.

3-التيسير الاجتماعي: ويشير إلى أن استعمال الانترنت يسهل تكوين العلاقات الاجتماعية، وبصفة خاصة عند المراهقين الأكبر سنا، لأن المعروف هو أنه كلما تقدم المراهق في السن قل عدد أصدقائه[1].

وهناك من يضيف حاجات أخرى: [2]

-التعلم وتوسيع المعارف

-استكشاف الهوية ولعب الأدوار (identity play)

-تحقيق الإنتماء الاجتماعي (social involvment)

-التحرر العاطفي (emotional release)

-الاسترخاء والتخلص من الإحباط (relaxation)

-التعارف وبناء علاقات جديدة

-التخلص من العزلة والوحدة

-التفاعل الاجتماعي (social interaction)

-حاجة التعبير (expressive need)

ومنه يمكن القول أنه من الصعب حصر جميع الحاجات التي تدفع الشباب لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، ولكن حاولنا حصر أهمّها حسب بعض الدراسات السابقة في هذا المجال، والتي تعد حاجات مشتركة لدى أغلب مستعملي مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت لاسيما فئة الشباب، فالشبكات الاجتماعية باعتبارها أحد أحدث تطبيقات تكنولوجيا الاتصال "لا تمكن الفرد النشيط من الاستخدام لمجرد تلبية حاجاته، ولكن لتلبية حاجات الآخرين في الوقت نفسه، فكل فرد قد يكون لديه الحرية والإمكانية لأن

(1) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 84.

(2) إبراهيم بعزيز، **منتديات المحادثة والدردشة الإلكترونية -دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع-**، مرجع سبق ذكره، ص ص، 110-111.

يصبح دار نشر متنقلة ووسيلة اتصال متحررة ومصدرا للحدث الهام وأداة لإشباع احتياجات الآخرين طالما أنه يمتلك مهارات التعامل الفعال"[1].

المطلب الثالث: ثقافة الشباب وثقافة الإنترنت

لا شك أن الشباب يمثّل قوة أي مجتمع، وفئة مهمة جدا وفعالة، ومن هنا حظيت هذه الفئة باهتمام كبير جدا من طرف الدارسين، نظير ما تتميز به من طاقة وحيوية وتجديد ورغبة في رفض وصاية الكبار والثورة على كل ماهو تقليدي، من هنا ظهر مفهوم "ثقافة الشباب" الذي يعبر "عن أسلوب حياة مستقل عن عالم الكبار لا يخضع في الغالب إلى معاييرهم وقيمهم ومعتقداتهم وأساليب سلوكهم، بل يتأسّس على نسق من القيم والمعايير والأفكار وأنماط السلوك غير مقيّدة لما يريده الكبار، بمعنى آخر ثقافة الشباب هي شكل أو نوع من اللغة والقيم الخاصة والتصرفات المتميزة التي أكثر ما تنطبع به التمرد والعناد والتلقائية والغطرسة اتجاه الكبار ولذلك نجدها توسم بالثقافة المضادة أو المعادية[2].

فمفهوم ثقافة الشباب "يعبر عن مجموعة القيم والمستويات السلوكية التي يكونها الشباب، وتمثل ثقافة فرعية متميزة داخل الثقافة الأكبر، وفوق ذلك فإن جماعات الشباب ذات الثقافة الخاصة تنطوي هي الأخرى على محددات متعارف عليها بين أعضائها للمكانة الاجتماعية ومقاييس للهيبة ومعايير للقيادة، وتتّسم هذه الثقافة بالتنوع والتباين باختلاف الوسط الاجتماعي الذي تنشأ فيه"[3].

حيث يلاحظ أنّ هناك تقاربا كبيرا بين ثقافة الشباب وثقافة الإنترنت، كما أنّ ثقافة الشباب هي التي تسهّل انخراطهم في ثقافة الإنترنت، وفي هذا الإطار ركز الباحثون في دراسة انعكاسات استخدام التكنولوجيات الحديثة على فئة الشباب، وقاموا بدراسة "العلاقة بين الشباب وتكنولوجيا الإعلام والاتصال من منظورات مختلفة وفي سياقات ثقافية متباينة مما سمح بإعادة النظر في العديد من المفاهيم والتصنيفات، والوصول إلى استنتاج تدعمه الكثير من المعطيات الميدانية ومفاده أن تكنولوجيا الاتصال تشكّل الشباب، وبدوره يشكل الشباب تكنولوجيا الاتصال، إذ يلاحظ أن الشباب في جميع بلدان العالم،

(1) بسيوني إبراهيم حمادة، مرجع سبق ذكره، ص ص، 127-128.

(2) عبد العالي دبلة، يزيد عباسي، **مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية**، جامعة الشهيد حمة لخضر: الوادي، العدد 11، جوان 2015 ، ص 127.

(3) سامية الساعاتي، مرجع سبق ذكره، ص 47.

يتميز بألفة أكثر بالإنترنت وبالحاسب الآلي..وهو القوة الأولى والمتبني الأول للتكنولوجيا الجديدة، فالشباب يظهر رغبة ملحة في التعبير الحر عن نفسه وتكمن فيه استعدادات التمرد عن الثقافة والتقاليد السائدة، وبالتالي يتبع الشباب استراتيجيات استخدام خاصة به لتبني هذه التكنولوجيا الجديدة وتكييفها وتوظيفها من أجل الإبداع الثقافي والتواصل الاجتماعي"[1].

ويعتبر "الشباب ..هم الأكثر إقبالا على مواقع المحادثة، لأنهم أكثر رغبة في التغيير، ووقتهم أكبر من مشاغلهم، وبالتالي يعتبرون المحادثة المباشرة أفضل طريقة لإفراغ ما في القلب من هموم يعتبرها المراهق مصيرية كإحساسه بالكبت الاجتماعي الذي يتحول إلى رغبة في الكلام"[2]، وتشهد الشبكات الاجتماعية وفي مقدمتها موقع "فايسبوك" إقبالا كبيرا من طرف الشباب الجزائري، حيث يمثّل الشباب الذين تقلّ أعمارهم عن 30 عام حسب التقرير التي أعدته كلية راشد بن مكتوم للإدارة الحكومية الفئة الأكثر تواجدا على الفايسبوك بحوالي (74,2%)[3]، من مجموع عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر المقدر سنة 2017 بحوالي 18 مليون مستخدم[4].

لا شك أن احد أهم أسباب إقبال المستخدمين وبشكل خاص الشباب على الشبكات الاجتماعية هو كمهرب من العالم الواقعي، حيث توفّر الشبكات الاجتماعية "عالما جميلا وشفافا ومنسجما ومفرغا من المشكلات والعنف –عالم يسوده يقين نهائي هو بمثابة الجنة المفقودة التي يستحيل على الإنسان إدراكها في هذه الأرض المكتظة بالمآسي التي لا حصر لها.

وإذا كانت هذه الجنة المفقودة غير قابلة للإنجاز – في بداية الألفية الثالثة، التي لا تزال فيها الأحكام المسبقة، والشك وأزمة المعنى وانعدام الثقة قادرة على التحكم والتأثير في العلاقات القائمة بين الناس ...فهذا لا يعني أن الإنسانية قاطبة ليست بحاجة اليوم كي تبقى وتواصل الحياة، إلى خلق ظروف دنيا

(1) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 289.

(2) عبد الحليم حمود، مرجع سبق ذكره، ص 151.

(3) Fadi Salem, Op. Cit, p 40.

(4) SIMON KEMP, Op. Cit.

تكفل لهم اتصالا أفضل بين بني الإنسان، ظروف تقوم على مفاهيم الحرية والأمن والأمان، والإعتراف بالآخر، واحترام الهويات الفردية والجماعية والتعاون[1].

وقد لخص علي ليلى أهم أسباب إقبال الشباب على المجتمعات الافتراضية بأن الشباب يبحث عمّا هو مثالي ويرفض ماهو واقعي وسلبي، إنّ واقع مجتمعاتنا متخم في العادة بالمشاكل التي تكون لها وطأتها الأكبر على الشباب، والقطيعة مع المجتمع الواقعي تبدأ من عجزه عن إشباع الحاجات الأساسية للشباب،...كما يعاني الشباب –حسبه– من مشكلات الفراغ والتغييب والخضوع والتهميش وحرمانه من المشاركة في مختلف المجالات، الأمر الذي يجعل الهروب إلى المجتمع الافتراضي فرض عين أو فرض حياة بالنسبة للشباب.. [2].

وأضاف إلى ذلك تميّز التفاعل الواقعي في الأسرة مثلا بثقافة قهرية، حيث يكون منظما تنظيما محكما يتأسس التفاعل والعلاقات في إطاره في ظل قواعد وأعراف صارمة، يشرف الكبار على تفعيلها بدقة، الأمر الذي يدفع الشباب إلى اختلاس الفرصة للهروب باتجاه المجتمع الافتراضي للتعبير عن آرائهم ومواقفهم حول الشؤون العامة...الأمر الذي يجعل الواقع الاجتماعي من وجهة نظر الشباب–على عكس تصورات الكبار– في حالة من الدينامية والسيولة[3].

في هذا الصدد ذهب دون تايسكوت DonTapscott إلى وضع ثمانية خصائص تمثل السمات السلوكية والفكرية لجيل الإنترنت:

–الحرية: أفراد هذه المجتمعات يريدون الحرية في كل ما يقومون به ..

– التخصيص: لديهم الرغبة في تخصيص الأشياء وإضفاء الطابع الشخصي عليها..

– التدقيق: يمتلكون التمييز بين الحقيقة والخيال، ولديهم وعي كبير بالعالم من حولهم، فهم لا يتقبلون المزاعم والإدعاءات بدون فحصها.

– **النزاهة:** يبحثون عن الصراحة ونزاهة الشركات التي سيشترون منها أو يعملون بها، ولا يتسامحون مع تلك التي تكذب للترويج لمنتجاتها.

(1) يوسف بن رمضان، مرجع سبق ذكره، ص 12.

(2) علي ليلة، مرجع سبق ذكره، ص 26.

(3) المرجع نفسه، ص 26.

– التعاون: هذا الجيل هو جيل التعاون والتشارك والترابط

– **الترفيه:** يرغب أعضاء المجتمعات الرقمية في الترفيه واللعب في حياتهم العملية والتعليمية والاجتماعية.

– **السرعة:** يحتاج هذا الجيل إلى السرعة، فالدردشة الفورية..، جعلت التواصل السريع هو القاعدة الجديدة لدى الجيل الرقمي(الافتراضي).

– **الإبداع:** دائما يبحثون عن طرق إبداعية للتعاون والترفيه والتعلم والعمل[1].

إضافة إلى الخصائص السابقة فهم كذلك يتميزون بما يلي:

–**التجديد:** فهم أكثر بحثا عما هو جديد، وعن أي خدمة جديدة توفرها الشبكات الاجتماعية.

–**التواصل:** بحيث يتميّزون برغبتهم الشديدة في التواصل وتشكيل العلاقات الاجتماعية مع الآخرين.

–**التعبير الحر عن آرائهم:** بعيدا عمّا يفرض عليهم من سلطات رسمية، سواء كانت سياسية أو حتى أسرية.

كل الخصائص السابقة التي تميّز الشباب "جيل الإنترنت" وخاصة العربي، دفعته لفضاءات توّفر له ما عجزت عنه الفضاءات الواقعية، حيث يعاني الشاب من قهر اجتماعي قبل أن يكون سياسي، وشحّ مساحات التعبير عن الرأي، وعدم تقدير الأفكار والإبداعات الفردية، لكن على الشبكات الاجتماعية وفي ظل الثقافة الرقمية، يتعامل المستخدمون بمبادئ الحرية والديمقراطية، وبمزيد من المثالية واحترام الرأي الآخر، بل والتجاوب معه والنقاش حول مختلف القضايا، فالمجتمعات الرقمية بما قد تتضمنه من سلبيات، أتاحت في المقابل فرصا للتعبير عن الذات والانفتاح واحترام آراء الآخرين، وهو ما يبحث عنه الشباب.

(1) دون تايسكوت، **جيل الإنترنت: كيف يغير جيل الإنترنت عالمنا**، تر.حسام بيومي محمود، القاهرة: كلمات عربية للترجمة والنشر، 2012، ص ص، 122– 153.

المبحث الثاني: الهوية الافتراضية ونمط العلاقات الاجتماعية

تظهر هوية الفرد من خلال التجسيد الحقيقي للشخص من اسم ولقب وطول وغيرها من خصائص، في حين لا يمكن حدوث هذا التجسيد المرئي افتراضيا، فجاءت الهوية الافتراضية لتعبّر عن هذا التجسيد عن طريق مجموعة من البيانات الالكترونية التي تجمع بين اللغة المكتوبة والصور وغيرها من الرموز..، التي تصف الشخص أو جزء من خصائصه، بطريقة يتحكم فيها المستخدم في عرض نفسه كما يريد وبالشكل الذي يريد، وهو ما يميز التواجد الافتراضي حيث لايقترن بتمثّل جسدي مما يتيح الفرصة للمستخدم بالتمثّل كما يريد وبالشكل الذي يراه يعبّر عن نفسه، أو يتمنى أن يكون عليه.

المطلب الأول: مفهوم الهوية الافتراضية

يقول الفرابي: (هوية الشيء وعينيته وتشخصه وخصوصيته ووجوده المنفرد له، كل واحد. وقولنا انه هو إشارة إلى هويته وخصوصيته، ووجوده المنفرد الذي لا يقع فيه اشتراك)، وعليه فان كل هذه المعاني لكلمة الهوية، تدل على التفرّد وعدم الاشتراك مع الآخر في عناصر الدلالة على كونه هو هو، ويفيد محمد عابد الجابري بأنه في الاصطلاح الفلسفي العربي القديم قد استقّر مفهوم الهوية ليدل على ما به الشيء هو هو بوصفه موجودا متفردا متميزا عن غيره [1].

وقد اتجه الجابري نفس المنحى عندما عرف الهوية على أنها: "ما به الشيء هو هو بوصفه موجودا متفرّدا متميّزا عن غيره، فالهوية بهذا الاعتبار أخص من الماهية: الهوية تقال على الجزئي والماهية على الكلي"[2].

يتضح مما سبق أن الدلالة المخصصة بالهوية هي دلالة الذات: الذاتية، وعلى الرغم من أنّ الذات (مقولة فلسفية غير محددة تحديدا دقيقا وتطلق على معان متعددة) في الميتافيزيقا وفي علم الكلام.. إلا أن الأمر يكاد يكون مستقرا في استعمال كلمة الذاتية لتعني كلمة الهوية في الأدبيات المعاصرة، فكلاهما

(1) علي محمد رحومة، **الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص ص، 303-304.

(2) باديس لونيس، **الهوية المحلية والهوية الافتراضية في ظل الإعلام الجديد**، حدود التلاقي والتلاغي، مجلة دراسات وأبحاث: جامعة الجلفة، جوان 2015، العدد 19، ص 34.

يؤديان معنى كلمة (Identity)، التي تعبّر عن خاصية المطابقة، مطابقة الشيء لنفسه، أو مطابقته لمثيله..ففي جميع هذه الحالات لا فرق بين قولنا (هوية) وقولنا (ذاتية)[1].

"في عصور ما قبل الرقمنة كانت الهوية صفة داخلية وخصوصية في المقام الأول، فكان المرء يؤدي دورًا ما في الحياة العامة، ثم يعود في حيزه الخاص ليعيش من خلال "الأنا الواقعية"، وتلك "الأنا"، على وجه التحديد قد أصبحت الآن علنية [2].

وركزّت غالبية الأبحاث في موضوع الهوّية على تقديم الذات ..، وتتمثّل إحدى طرق فهم ذلك التمثيل للذات في المعلومات والمواد التي يختار الأفراد عرضها للآخرين على صفحة شخصية على الفايسبوك، أو تدفق من التغريدات على التويتر، لكنّ الهوية يتّم التعبير عنها بالمثل عبر التفاعل مع الآخرين، سواء عبر المراسلة الفورية أو البريد الإلكتروني، ونظرا لأن هناك عددا من تلميحات الهوية المتاحة على الإنترنت، أقلّ من تلك الخاصة بإظهار الهوية وجها لوجه، فإن كل معلومة رقمية يمدّ بها شخص ما، من سرعة الكتابة على لوحة المفاتيح، إلى اللقب وعنوان البريد الإلكتروني، يمكن أن تستخدم للوصول إلى استنتاجات بشأنهم[3].

حيث تقتصر مكونات "ملامح" الهوية الشخصية على المعلومات الشخصية كاسم المستخدم، وصورته، وتاريخ الميلاد، ...ولكن قد تشمل أيضا "اللغة الجانبية" مثل الابتسامات وأيقونات العاطفة أو الأوجه التعبيرية والاختصارات... وأشكال موسعة من التواصل المنشورات والتعليقات التي يقوم بها المستخدم والتي تمثلا جزء لا يتجزء من هويته، بل وحتى ما يكتبه الآخرون عن المستخدم في تعليقاتهم عن فيديو له أو صورة...[4].

---

(1) علي محمد رحومة، **الانترنت والمنظومة التكنو–اجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص 304.

(2) كلاوس لوبر، الهوية الرقمية – ثورة للذات؟، متاح على الرابط:
https://www.goethe.de/ins/eg/ar/kul/mag/20640532.html، (2017/12/17، 20:33).

(3) جون هارتلي، جين بروجيس، أكسل برونز، **الإعلام الجديد والتكنولوجيا**، تر: هدى عمر السباعي، المجموعة العربية للتدريب والنشر: القاهرة، 2018، ص 48.

(4) انظر المرجع نفسه، ص 69.

-ويرى علي محمد رحومة أن الهوية الافتراضية تتسم بملامح رئيسية[1]:

أولا: لها مطلق الحرية أن تختار وفق التقنيات المتاحة خصائص تمظهرها، كشخصية حوارية عبر قنوات الانترنت بأنواعها. وقد تكون فرد / جماعة.

ثانيا: هي شخصية قابلة للتغيير والتبدل في أي لحظة بحسب اختيارات الفرد الإنساني نفسه.

وثالثا: هي أيضا قابلة للتغيير والتبدل بحسب اختيارات أطراف أخرى، ربما شخصيات (انترنتية) أخرى تتقمص هويات غيرها.او من قبل اختراقات برامجية، أو توظيفات متنوعة لهوية متنقلة لا تستقر على وضع خصائص معينة.

في المجتمع (الافتراضي) تعامل الهوّية (Identity) كخصوصية غامضة، كذات واهمة موهومة، يمكن لأي إنسان (طبيعي) أن يصبح في أي لحظة عضوا في مجتمع عالمي جديد (المجتمع الافتراضي)، ينتقل بين الهوّيات والشخصيات التي يكونّها لنفسه بنفسه، فينفق مثلا وقتا كونه طالبا يتبع جامعة افتراضية، ويؤدي واجباته التعليمية اليومية، أو يحضر ويشاهد محاضرة حيّة أو مسجلة، ويقسم اهتمامه الفكري متنقلا بين المواقع والصفحات باحثا عن شيء ما،... إن الحاسوب والانترنت بهذه الكيفية يتيحان للإنسان أن يستكشف أبعادا مختلفة في نفسه لم يعرفها من قبل، ويجعلان الواقع الجديد لمجتمع الانترنت أن يكون فقط مثلما يتظاهر أن يكون[2].

(1) علي محمد رحومة، **الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص 307.

(2) المرجع نفسه، ص ص، 303-304.

المطلب الثاني: الهوية الافتراضية والتعبير عن الذات

عندما يدخل الفرد الإنساني (الطبيعي) لمجتمع الانترنت، ويصبح عضوا فيه، فهو يستخدم جهاز حاسوب رقمي، وبالتالي يتمثّل الفرد من خلال هذا الجهاز بمستويات متعددة من التعريف وهي ما يمكن عن طريقها الوصول إلى الفرد الإنترنتي والتعامل معه كفرد في مجتمع الرقمنة (السايبري)[1].

لقد كان للجانب الكموني للمجتمعات الافتراضية تأثيرا كبيرا على طبيعة الهوية الافتراضية وتمثّلاتها، حيث لا يقترن هذا النوع من الهويات لا بمكان فيزيائي معين ولا بزمن ولا بجسد مادي...بل تتحرّر من كل أشكال القيود الفيزيائية وتعطي الحرية للفرد لخلق هوية بالتمثّلات التي يريد ويغيّرها في الوقت الذي يريد، فالهوية الافتراضية تشير إلى مجموع البيانات والمعلومات التي تشكل هوية شخص ما في المجتمعات الافتراضية وقد تتمثل في ألفاظ، صور، ... وهي عبارة عن "هوية متحركة (دينامية) يكوّنها الفرد البشري من خلال تصوراته عن نفسه في مجتمع الإنترنت"[2]، وهي لا تتّسم بالثبات عامة بل بالتغير الدائم، حسب ما يراه المستخدم مناسبا للتعبير عن ذاته، وحتى حسب ظروفه النفسية والاجتماعية.

إن تطبيقات الشبكات الاجتماعية على الإنترنت تتيح للمستخدمين أن يقوموا بخلق ملامحهم الشخصية profile من خلال البيانات التي يكتسبونها، وعرض الصورة والاتصال بالأصدقاء الذين التقوهم على الإنترنت offline ومشاهدة البيانات الشخصية للآخرين، لذا يعد موقع فايسبوك في المرتبة السابعة من حيث الجماهيرية والتفضيل لمستخدمي شبكة الإنترنت، ويتيح موقع لنكيد إن للمستخدمين خلق بيانات شخصية مبنية على حاجياتهم الوظيفية أو المهنية ليتم ربط هذه البيانات بوسائل اتصال مهنية سواء داخل أو خارج الشبكات المهنية، لذا يأتي موقع linked in متأخرا كثيرا في التصنيف عن الفايسبوك، حيث يمثل المرتبة 193 في ترتيب المواقع من حيث جلب مستخدمي الشبكة محققا 500 مليون صفحة تتم مشاهدتها خلال الشهر[3].

(1) علي محمد رحومة، **الانترنت والمنظومة التكنو–اجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص 281.

(2) انظر: المرجع نفسه، ص 307.

(3) شريف درويش اللبان، **مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت**، مرجع سبق ذكره، ص 84.

في الفضاء الافتراضي تنمحي خصائص الوجود الفيزيائي، إذن هنا إطلالة الفرد على الواقع في هذه الوضعية لا تتّم إلا عبر منابر ومعدات الكترونية تتلاعب بالأبعاد الفيزيولوجية والاجتماعية للواقع، هذا الفرد الذي تخلص من الإكراهات الانثروبولوجية للفضاء في بعده المادي، يصبح إذن في علاقة تبعية للمعدات الاتصالية في تمثله للواقع[1].

وتتشكّل المساحات العامة الشخصية من أي معلومات متاحة مرتبطة بالشخص موجهة لجمهور مستهدف من الروابط القوية والضعيفة للتفاعل معها، ليس في سبيل تدمير الخصوصية وتعزيز الاستعراضية الرقمية لكن يعيدون تشكيل السياق لأجل هوية مرتبطة بالشبكة بصورة أكثر تعقيدا فهم من جانب يحاولون الحصول على "حضور متصل" من خلال إتاحة معلوماتهم الشخصية للآخرين ومن جانب آخر يطالبون بروتينات وإجراءات للحفاظ على خصوصية معلوماتهم وإخفائها على جماهير معينة[2].

مع هذا فالهوية الافتراضية تساهم في كشف خصوصيات الآخرين دون جهد مبذول "حيث أنّه مع اتساع نطاق المعلومات التي تتاح على مواقع الشبكات الاجتماعية من حين لآخر، من الممكن معرفة الكثير عن شخص آخر دون التفاعل معه فعليًا، وبالتالي انتهاك قواعد معدل الكشف المناسب في وقت مبكر من العلاقة"[3]، فإذا كان التعرّف على شخص وتوطيد العلاقة معه واقعيا يتطلب بعض الوقت أو كثيرا من الوقت من أجل بدء الحوار أحيانا، وليس لتشكيل علاقة اجتماعية فإن نفس هذا التعارف افتراضيا قد يتّم خلال دقائق قليلة، ودون الحاجة إلى الكثير من المقدمات، كون أعضاء المجتمع الافتراضي يحسون بتحرر غير محدود، وكسر مختلف أشكال القيود.

ولكنها في الوقت ذاته "تمنح الجماعات الافتراضية المنتمين إليها معالم تدفع بهم إلى تثمين ذواتهم وطمأنتها، فالفرد الذي يفتقد إلى الاعتراف ويعاني من ضيق هامش التبادل إن لم يمكن انعدامه، يجد في هذه الجماعات نظراء له يقاسمهم نفس الرغبات والتطلعات، فالتقاسم فيها يقوم منذ البدء، على الحميميات

(1) الصادق رابح، **الانترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات**، ص 6، متاح على الرابط:
www.wearealgerians.com/up/do.php?down=3351، (12/10.2015، 12: 10).

(2) انظر جون هارتلي، جين بروجيس، أكسل برونز، مرجع سبق ذكره، ص 75.

(3) Jesse Fox, Katie M. Warber, Dana C, **The Role of Facebook in Romantic Relationship Development: An Exploration of Knapp's Relational Stage,**
Journal of Social & Personal Relationships, Volume 30, Issue 6, 2013, p 08. Site :
http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0265407512468370 , (17/02/2017, 10: 50).

المشتركة، باعتبارها تمثل جوهر اللقاء والتبادل، إنّ الفرد يشعر بالتماهي مع المجموعة والانصهار فيها، حيث أن هذا الانتماء/التماهي يكافئه بمنحه هوية تشاركية، تعطيه الانطباع" بفائدته"[1]، من هنا كانت الهوية الافتراضية وسيلة لحدوث هذا التماهي والانخراط في مجتمعات قد يجد فيها الفرد تقديرا للأنا أكثر من تلك المجتمعات الفيزيقية المحكومة بعوامل المكان والزمان والعادات والقيم والتقاليد....

تخضع الذوات الافتراضية للاندفاعات الغير عقلانية (الفنتازمية) من جهة، وللمعايير الاجتماعية (الذوات /الأدوار)، من جهة أخرى، فهي تستطيع أن تتكفّل بالرغبة في الاندماج (الحصول على وضع ما) من خلال تقديم صورة للذوات متطابقة مع الالتزامات التي تفرضها الجماعة التي تسعى إلى الحصول منها على اشباعات بعينها، وبهذا الشكل فإن هذه الذوات ستؤدي بلا شك إلى التماثل الهوياتي، أو في أسوء الحالات، الانكفاء* نحو الجماعة، مع ذلك لا يمكن أن نستبعد فكرة أن هذه الذوات تمثل تطلّع الفرد(الأنا) إلى أن يكون شيا آخر غير هذه الذات المشبعة في رغباتها وحاجاتها وأدوارها الاجتماعية[2].

وهكذا فإن البحوث الأولى قامت بدراسة كيفية تأثير المعالم البنائية للمساحات الافتراضية على تقديم الذات والتعبير عن الذات، ومؤخرا ركزت البحوث على العناصر التصميمية والبنائية للشبكات الاجتماعية على الإنترنت، والتي يتم توظيفها لدعم مشاركة الاتصال، ودعم العلاقات الاجتماعية لهذا الجيل عن طريق الإنترنت، وتعزيز الاتصال الفعّال[3].

(1) علي محمد رحومة، مرجع سبق ذكره، ص ص، 12-13.

* نمط من نسيان الذات في الفضاء الافتراضي وغالبا ما يتحقق عبر تحلّل الذات في الجماعات الافتراضية المتعددة، للتوحد والتماهي الكامل مع هذه الجماعات بهدف تثمين الذات وتعظيمها والحصول على اعتراف الآخرين. انظر: الصادق رابح، **الإنترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات**، مرجع سبق ذكره، ص 12.

(2) المرجع نفسه، ص 15.

(3) شريف درويش اللبان، **مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت**، مرجع سبق ذكره، ص 84.

ويوظّف عديد من الباحثين بنية مواقع الشبكات الاجتماعية كنقطة بداية لمناقشة وبحث عديد من الأفكار المتصلة بها، فقد تتبع البعض أنماط المعلومات الشخصية التي من المحتمل بدرجة أكبر أن يتم إفشاؤها على مواقع الشبكات الاجتماعية[1].

وتختلف درجة إفشاء الأسرار الشخصية على مواقع الشبكات الاجتماعية، ولكن هذه المواقع تتحمل جزء من المسؤولية فيما يخص حماية الأفراد والجزء الآخر يتحمله الأفراد أنفسهم كونهم أحيانا هم من يتعمدون نشر معلوماتهم الشخصية.

إن العوالم الافتراضية الرمزية للانترنت تمثل عالما رمزيا يبتعد من الواقع المعايش، وبالتالي فالانترنت ظاهرة رمزية، ... فهي ليست حقائق بذاتها بل هي تعبير عن الحقائق، فلجوء الفرد إلى العالم الافتراضي الرمزي قد يكون تلقائيا أو رغبة في الإفلات من الواقع الذي يعيشه، الشيء الذي يفتح أمامه باب التخيّل والتأمل ومعايشة عوالم متعددة غير مطروحة في محيطه بالضرورة، وقد يكون الفرد واعيا معظم الوقت أن عالم الانترنت ليس بالضرورة حقيقة وقد يخلط بين العالمين، وقد يصل الحال بالفرد إلى التصاق شديدا بهذا العالم الافتراضي، إلى درجة يشعر فيها أن عالم الانترنت هو العالم الحقيقي، أما العالم الواقعي فهو عالم هامشي، لاسيما إذا كان يقضي اغلب وقته أمام الشاشة الالكترونية مقيما علاقات افتراضية مع أشخاص وجماعات افتراضية[2].

و"اعتزال الواقع يعني تحلل الفرد في البيئة الافتراضية، إن الإشباع اللامتناهي لأنا الفرد من خلال الاعتراف بفنتازمياته في الفضاء الانترناتي يدفع به إلى الانغلاق ضمن ممارسات انترناتية يطبعها إكراه الذات على استبدال الافتراضي بالواقعي، وبذلك فان قضاء ساعات طويلة على الخط ضمن فضاءات خيالية تدفع الفرد إلى الاعتقاد بأنّ الحياة خارج الانترنت off line هي حياة ثانوية[3]، يرى سانيكولاس

(1) شريف درويش اللبان، **مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت**، مرجع سبق ذكره، ص ص، 86-87.

(2) عبد الرحمان عزي، **الانترنت والشباب –بعض الافتراضات القيمية–**، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، ص 193، متاح على الموقع: www.arabmediastudies.net، (2013/11/25، 12: 15).

(3) الصادق رابح، مرجع سبق ذكره، ص 6.

بخصوص «قناع» الشخصية الافتراضية خلال التفاعل مع الأفراد افتراضيا، أنه في كثير من الأحيان، قناع ضد سيطرة الآخرين، وإملاءاتهم غير المرغوب فيها[1].

بدأت هويتنا الرقمية الموجودة على الشبكة العنكبوتية ..بالتغطية على هويتنا الحقيقية، لأننا نعمل ونتحدث ونواعد عن طريق الشبكة، فنحن ننشئ نسخة رقمية من أنفسنا، تعيد تعريف ما نحن عليه وقد تلقي بظلالها علينا في أي وقت، لا يحول (الفيس بوك) ماهو خصوصي إلى عمومي فحسب، بل يفعل العكس أيضا، كان السؤولون في الحكومة في حاجة إلى إذن خاص أو مذكرة، لمعرفة خصوصيات الناس سابقا، أما الآن فيستطيعون مراقبة ماينشر على (الفيس بوك)، وموضوعات البحث على (جوجل)، للوصول إلى أدق التفاصيل عن حياة الناس، يفتش مسؤولو تطبيق القانون في الصفحات الشخصية المفتوحة للعلن لإيجاد أدلة على جرائم ارتكبت، أو للتنبؤ بالحالات الطارئة ... [2].

المطلب الثالث: الهوية الافتراضية والتفاعل مع الآخرين

لاشك أن "العلاقات الاجتماعية قد تأثرت بطريقة ما بالتطورات الهائلة المتتالية التي حدثت في المجتمعات في ظل العولمة، خاصة فيما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات وتقنية الإنترنت، وهو ما يهيئ الفرصة لتغيرات قد تكون جذرية في المجالين المادي والمعنوي الذي تتخذه وتتشكل في إطاره مختلف نماذج العلاقات الاجتماعية"[3].

وما دامت "الشبكة العنكبوتية إبداع اجتماعي أكثر من كونه إبداعا تكنولوجيا"[4]، فقد "أدت التكنولوجيات الجديدة إلى استبدال علاقة الإنسان بالآلة بعلاقة البشر ببعضهم البعض، وأسهمت بذلك في تغيير النظرة إلى القيم التي تحكم السلوك الإنساني، واقتضت –في رأي الكثيرين– قيام قيم جديدة تراعي

(1) الصادق رابح، مرجع سبق ذكره، ص ص، 13-12.

(2) لوري اندروز، مرجع سبق ذكره، ص 12.

(3) إبراهيم إسماعيل عبده، **العلاقات الاجتماعية عبر الإنترنت –دراسة في الفرص الكامنة والمخاطر المستترة**–، 2013، متاح على الموقع: www.asbar.com/ar/contents.aspx، (2015/11/01، 18:00).

(4) ديفيد كريستال، **اللغة والإنترنت**، (ترجمة: أحمد شفيق الخطيب)، المجلس الأعلى للثقافة: القاهرة، 2005، ص 08.

الاتجاهات والأفكار والعلاقات القائمة الآن، والتي تختلف في جوانب عديدة عما كان سائدا في الماضي غير البعيد"[1].

إن الهوية Identity والمجتمع community قد قدمتا لفترة طويلة مفاهيم محورية مثيرة للاهتمام لباحثي وسائل الإعلام الجديدة، وبالتمكين من التعبير عن الهوية، والبناء المجتمعي، صممّت مواقع الشبكات الاجتماعية بصفة مبدئية لتكون متمحورة حول الجمهور فموقع facebook في الوقت الراهن يتكون من 47 ألف كلية ومدرسة وثانوية وموظفين وشبكات إقليمية، ويتعامل مع 600 مليون بحث عن أفراد وأصدقاء قدامى وأكثر من 30 بليون صفحة تتم مشاهدتها شهريا[2].

ويرى جون هارتلي John hartley وآخرون أنّ اعتبار الهوّية هي ملكية فردية تتحدّد وتتشكّل من جانب الشخص نفسه هو افتراض ساذج، فقد أثبتت المعرفة النفسية والاجتماعية أن الهوية الشخصية لا يمكن أن تتطور سوى عبر التفاعل والتواصل، في عام 1902 صاغ تشارلز إتش كولي Charles H. Cooley مصطلح "الذات المرآة" لوصف كيف ندرك ونعكس هويتنا عبر ردود أفعال الآخرين، التي يتم ملاحظتها وتخيّلها من جانبنا، وفي عام 1934 ميّز جورج اتش ميد George H. Mead بين وجهين للذات –من جانب الأنا التي تضم المشاعر والأفكار والدوافع وعلى الجانب الآخر الأنا التي تتألف من الصور والصفات المنسوبة والتوقعات من جانب الآخرين[3].

وتعمل الشبكات الاجتماعية على تعزيز الشخصية الاجتماعية للهيئات الافتراضية وذلك من خلال دعم التفاعل الذي بدأ شخصيا، وتمّ تأسيسه على معايير التفاعل اليومي التي تم تكييفها للنظم المعمول بها على الإنترنت، ووجد البعض أنّ الأفراد يرسلون إشارات، وذلك لخلق نوع من الثقة والهوية في الاتصال على مواقع الشبكات الاجتماعية، فالبروفايل والاتصالات المعروضة تمثل مجموعة من الجماهير المحتملة، والتي تتم تفسيرها من قبل المشاهدين لكي تعكس المصداقية والثقة في المعلومات

(1) الفيصل عبد الرحمن، **العرب وتكنولوجيا الاتصال: تحدي الثورة المعلوماتية**، دار النهضة العربية: القاهرة، 2001، ص 26.

(2) شريف درويش اللبان، **مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت**، دار العالم العربي: القاهرة، 2011، ص 84.

(3) جون هارتلي، جين بروجيس، أكسل برونز، مرجع سبق ذكره، ص 66.

التي يتم مشاهدتها، ومن هنا فإن تصميم المواقع يدعم تطور ثقافة معينة أو سلوكيات معينة وأساليب محددة في تقديم الهوية[1].

لكنه من جهة أخرى قد يفسح المجال للكذب والتزوير "ويشير (تركل) Turkle إلى أنّ المجتمع الافتراضي أدى إلى ظهور عالم الشخصيات المتعددة، فوفقا لنظرية الشخصية الاجتماعية التي أسسها (تاجيف) وآخرون، فإن مجتمع الانترنت قدم لنا شخصيات اجتماعية متعددة، فالفرد يمكن أن تكون له أكثر من شخصية عندما يتحدث مع غرباء عبر الانترنت"[2].

فيما يرى علي رحومة أن "الفرد يجرب الكثير من الذوات الافتراضية"، ليس بهدف التحلل فيها ونسيان أناه (ذاته)، ولكن على العكس من ذلك، بهدف التموضع الواعي والتفكير بقدراته الإبداعية. إن مسالة للذات العارفة وبالتالي، فان الحوار بين الذوات العارفة والذات يتدّعم أكثر ويأخذ بعدا ايجابيا"[3].

ويتأثر التفاعل بصفات المتفاعلين وخصائصهم، فكلما اتصف طرف التفاعل بالإخلاص والصراحة، وحسن الخلق والتعاون والتسامح، وسعة الأفق كان أكثر تقبلا من الآخر، ما يزيد التفاعل بينهما، وكلما اتصف بالصفات المغايرة لما ذكر أمعن الطرف الآخر في رفضه، ولهذا تلعب الشخصية الافتراضية دورا كبيرا في مدى نجاح التفاعل من خلال الشبكات الاجتماعية فكلّ فرد يمكنه أن ينتحل الشخصية التي أراد دون وجود أي إثباتات على صحة البيانات التي تدلي بها[4].

وقد أثبتت العديد من الدراسات أن إخفاء الهوية أو عدم إظهار البيانات الشخصية الحقيقية، أو حتى استخدام هويات مزورة يعود في الأساس إلى عدم ثقة المستخدمين في الطرف الآخر، حيث توصلت إحدى الدراسات إلى أن "(61.5%) من المبحوثين لا يثقون في الأشخاص الذين يدردشون معهم، وهذا راجع إلى كون العلاقات الافتراضية علاقات آنية، والطرف الآخر غير معروف بشكل جيد، وبالتالي فهم

(1) شريف درويش اللبان، **مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت**، مرجع سبق ذكره، ص 86.

(2) علياء سامي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 47.

(3) الصادق رابح، مرجع سبق ذكره، ص 15.

(4) إبراهيم بعزيز، **منتديات المحادثة والدردشة الالكترونية دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع**، مرجع سبق ذكره، ص 149.

لا يثقون حتى يتأكدوا من صحة البيانات الخاصة بهوية الشخص الذي يدردشون معه، وحتى يتبين لهم بأنه صادق، وخاصة في البدايات الأولى للعلاقة، أين يتوخى المدردشون الحذر من الطرف الآخر، إلى غاية أن تتكرر الاتصالات وتتوطد العلاقة، فالكثير من الأفراد يخشون من حصول مشاكل من جراء الكشف عن هويتهم ومن خلال تقديم معلومات شخصية"[1].

وقد يعود السبب في إخفاء الهوية الحقيقية للفرد عند المستخدمين العرب إلى أن الصورة السائدة لدى المستخدمين عن هذه المواقع في الوطن العربي عموما هي اعتبارها أماكن للقاء والدردشة وتكوين العلاقات الاجتماعية، حيث "أن استخدام الإنترنت من جانب معظم المبحوثين يتركز على البريد الإلكتروني والدردشة أكثر من الاستخدامات الأخرى"[2]، ولهذا فإن الفرد يقوم بإخفاء هويته الحقيقية، لكي يحس بالأمان في علاقته بالطرف الآخر دون أي قيود اجتماعية أو ثقافية أو حتى دينية.

وهناك من يدخل للشبكات الاجتماعية بهوية مزورة غير هويته الحقيقية ولكنه يستخدم شخصيته الحقيقية عند التفاعل مع غيره وهذا ما تحدث عنه "جيرالد نيرو" عندما قال: "يجد الشخص نفسه داخلا إلى مواقع معينة باسم مستعار، وهو الأمر الذي يجعله يحس بالأمان كثيرا كون البيانات التي يقدمها للدخول غير حقيقية، ولكنه ينسى أن ما سيقوله أثناء الحديث هو الذي سيكون حقيقيا"[3].

ويرى (تركل) Turkle أن مجتمع الانترنت الافتراضي يجعل الفرد يظهر على حقيقته بشخصيته الحقيقية دون رتوش أو أقنعة عندما يتحدث مع أغراب، وعلى العكس من ذلك عندما يتحدث مع أشخاص في المجتمع الواقعي وجها لوجه، وهو على دراية بسماتهم وخصائصهم، فهو غالبا ما يرغب في نيل استحسانهم و رضاهم حتى لو أدى ذلك إلى إخفاء شخصيته الحقيقية في سبيل ذلك، ويشير (جونJohn)

(1) إبراهيم بعزيز، **منتديات المحادثة والدردشة الالكترونية –دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع–**، مرجع سبق ذكره، ص 149.

(2) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 307.

(3) عبد الحليم حمود، مرجع سبق ذكره، ص 150.

وآخرون (مارجالاس Margulis) إلى أن إظهار الحقيقة أو الرأي المعارض يكون له نتائج سلبية وهو استهجان الجماعة لهذا الفرد، وهو مالا يرغب فيه خاصة لو كان على صلة وثيقة بهم"[1].

المبحث الثالث: التفاعل الافتراضي ونمط العلاقات الاجتماعية

لقد أدى استخدام الشبكات الاجتماعية إلى تحوّلات كبيرة في العلاقات الاجتماعية، حيث أتاحت هذه الأخيرة الفرصة للمتلقي أن يتقرّب من أشخاص لم يكن له الفرصة سابقا للالتقاء بهم، كما أتاحت له التعرف على الكثير من خصوصياتهم والتفاصيل الدقيقة لحياتهم الشخصية المتاحة على الملف الشخصي، والتي كانت سابقا محصورة في الأشخاص المقربين جدا، لكن صفة الجماهيرية المميّزة للشبكات الاجتماعية أتاحت إمكانية تعميم ماهو خاص للأصدقاء والمتابعين أيا كانوا معروفين بصفة كلية للمستخدم أو بصفة جزئية أو غير معروفين تماما، ولا شك أنّ لكل هذا تأثيره على نمط العلاقات الاجتماعية وهو ما سنحاول الكشف عنه من خلال هذا المبحث.

المطلب الأول: لغة الإنترنت

لم تشكل الشبكات الاجتماعية ومختلف تطبيقات الإعلام الجديد مجرد ثورة تقنية فحسب بل إن ظهور هذه التطبيقات أحدث ثورة اجتماعية ثقافية أثرّت على مختلف جوانب الحياة الثقافية والدينية واللغوية للإنسان العربي، ولا احد ينكر التأثير الكبير الذي أحدثته مواقع الشبكات الاجتماعية على اللغة العربية، حيث عرفت الفترة الأخيرة –مع تزايد مستخدمي الشبكات الاجتماعية– بروز مصطلح جديد في اللغة العربية هو الفرانكو آراب "وهناك من وصفها باللغة الفيسبوكية، والبعض لقبها بـ "العربيزي" .

تتميّز هذه (اللغة) بوجود مصطلحات خاصة لا يعرفها إلا مستخدموا الشبكات الاجتماعية الدائمين، ويستخدمها الشباب العربي أثناء محادثاتهم عبر الإنترنت، فتحولت اللغة العربية إلى مزيج من لفظ عربي يكتب بأحرف لاتينية ورموز وأرقام، لتُشكل لغة جديدة بدأت تطالعنا يومياً أثناء التواصل عبر الشبكة

(1) علياء سامي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 46.

العنكبوتية أو رسائل الجوال، فبات حرف الحاء مثلاً يكتب رقم "7"، والعين"3" فكلمة "حزين "تكتب "7zeen"وكلمة "سعيد "تكتب"s3ed"، واللغة العربية تكتب .."All3'a al3rabih"الخ"[1].

وقد ابتكر ديفيد كريستال في كتابه "اللغة والانترنت" مصطلحات جديدة ودالة لتتوائم مع هذا الموضوع مثل "السرد الالكتروني "معتبرا أن هذا السرد الالكتروني على شبكة الانترنت هو في حد ذاته بمثابة وسيط جديد كما أن هذا السرد يشكل "لغة جديدة."

ويرى الدكتور صبرى أن اللغة تحظى بأهمية كبيرة في الإقناع والتأثير على الآخرين وأضاف قائلا :وعلى سبيل المثال فإن استخدام "تنظيرات هابرماس" عن المجال العام يتطلب منا أن نأخذ في الاعتبار طبيعة الخطاب الذي يصوغه ومجموعة العناصر الفاعلة فيه وجلّها تصاغ في اللغة وبها وتحتاج منا أن نأخذ إضافات ميشيل فوكو المهمة بشأن الخطاب باعتباره ساحة مستمرة ومفتوحة للصراع تتبلور فيها مجموعة من الرؤى والقوى على مختلف الأصعدة الاجتماعية والإيديولوجية والسياسية وتتم فيها عمليات فرز تتعزّز بها قوى وتتضعضع أخرى"[2].

وان كان البعض يرى في هذه الظاهرة الشبابية "أمر طبيعي يتكرر بين مدة وأخرى، ويعكس التمرد الاجتماعي وعدم تفاعلهم مع الكبار، ويظهر عادة في نمط مميز من اللغة أو الملابس أو السلوكيات اليومية ، كما أوضح أن الإنترنت ليست وحدها المسؤول عن تغير لغة الشباب، فالعديد من المصطلحات الأجنبية المنتشرة بين الشباب سببها استخدام الإنجليزية كلغة تعامل في بعض أماكن العمل، إضافة إلى تردي التعليم الجامعي الذي لا يهتم أصلا باللغة العربية، وصولا إلى الدراما العربية وما تقدمه في المسلسلات والأفلام من ألفاظ شاذة.."[3].

(1) www.alukah.net/Spotlight/0/38628/#ixzz2xO9BXAdV (16/08/2014,15 : 20)

(2) www.akhbarak.net/articles/3096635-%D8% (15/03/2016, 10,12)

(3) عزو محمد عبد القادر ناجي، **تأثير الانترنت على ثقافة الشباب العربي**، دراسة أجريت على عينة عشوائية من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 35 عاما، لرصد تأثيرات الإنترنت على مفردات اللغة المتداولة بين الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات وغرف المحادثات. متاح على الموقع:
http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=164474، (2015/03/14، 10: 15).

ويرى الدكتور غسان مراد، مدير مركز علوم اللغة والتواصل وأستاذ الألسنية المعلوماتية في كلية الآداب والعلوم الإنسانية في الجامعة اللبنانية، أنّ لغة" الأرابيش "هي مزيج من لغتين هدفه الاختزال.... ويرى مراد أنّ المشكلة في العالم العربي تكمن في إنتاج المعرفة، فكل تطور تقني يؤدي حتمًا إلى تغييرات في تمثيل المعرفة، ... لذا يتم ابتكار إشارات جديدة كي تعبّر عن هذه المعرفة. ... وأنه لا يتخيّل للحظة أن اللغة العربية التي يتحدث بها نحو 366 مليون نسمة ستؤثر عليها لغة" الأرابيش "بأي بشكل أو تلغيها، والكتابة الصورية التي تستخدم حاليًا لا يمكن أن تلغي لغتنا لسبب بسيط جدًا هو أن ليس لديها قواعد بينما القواعد متوافرة في لغتنا المتداولة. ... "[1].

فيما ذهب آخرون إلى التحذير من هذه الظاهرة التي اعتبروها سابقة خطيرة تؤثر على اللغة العربية والثقافة العربية بشكل عام، فحروف لغة القرآن تحولت إلى رموز وأرقام وباتت الحاء"7" والهمزة "2" والعين "3" وكلمة سعاد تكتب "so3ad"وكلمة you تكتب .."u" إلخ.

وواقع شبابنا اليوم وعزوفه عن المشاركة في قضايا المجتمع أصبح لا يبشر بخير على الإطلاق خاصة في مجتمعنا العربي الذي يبتعد فيه شبابنا عن الأنشطة السياسية والاجتماعية نتيجة التأثر بالإعلام الخارجي، وفسر الباحث لجوء الشباب إلى لغة حديث موازية بوجود شعور بالاغتراب لديهم يدفعهم للتمرد على النظام الاجتماعي وتكوين عالمهم الخاص بعيدا عن قيود الآباء، وأضاف "أنهم يؤلفون هذه اللغة كقناع في مواجهة الآخرين"[2].

لقد مثلت الإنترنت ثورة اجتماعية وثقافية أكثر من كونها ثورة تقنية وتكنولوجية حيث أدت التطورات التي عرفتها الانترنت وتطبيقات الإعلام الاجتماعي بصفة خاصة إلى حدوث تغير جذري في شكل المجتمعات، كما أدت إلى تغير طرق الاتصال والتواصل وظهور أشكال جديدة للتفاعل الاجتماعي تختلف كثيرا عن تلك التي كانت سائدة من قبل، فقد وفر الواقع الافتراضي للمستخدمين فضاء لتبادل الأفكار والنقاش حول مختلف القضايا وخلق مساحات للتفاعل بينهم، وهو ما أدي إلى ظهور ثقافة

(1) رحيمة الطيب عيساني، **اللغة العربنجليزية في وسائط الإعلام الجديد أو تهجين اللغة العربية في وسائط الإعلام الجديد؛ الانترنت وتطبيقاتها أنموذجا**، 7-10 ماي2013: دبي، ص ص، 20، 22. متاح على الموقع: http://www.alarabiahconference.org/modules/conference_seminar/index.php?conference_seminar_id=52، (2014/03/12، 17: 50).

(2) عزو محمد عبد القادر ناجي، مرجع سبق ذكره.

الكترونية يتصل أعضاؤها من الشباب باستعمال لغة خاصة بهم أو كما سماها ديفيد كريستا بـ"لغة السرد الالكتروني" فهي أشبه بمصطلحات خاصة لا يعرفها إلا من يعاشرهم بصفة مستمرة، وعلى الرغم من أنها تشكل ثقافات فرعية في المجتمع إلا أنه لا يمكن تجاهل التأثيرات التي أحدثتها ومازالت تحدثها على الثقافة العامة.

المطلب الثاني: الشبكات الاجتماعية ونمط العلاقات الاجتماعية

تتميز الوسائل الاتصالية الجديدة ومنها الشبكات الاجتماعية بعدم خضوعها إلى نمط واحد، إذ إنها تتعامل مع فضاء اتصالي عالمي، إحدى مقوماته تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة، التي وفرت اللامادة، من حيث تجريد الأشياء من أبعادها المادية، واللاتزامن، من حيث عد التقيد بأبعاد زمنية محددة، واللاتموقع، من حيث عدم الحاجة إلى الحضور بنفس الموقع أو المكان، أو من خلال التموقع عالميا عبر شبكات الاتصال، وعرض المنتج الثقافي والاقتصادي والاجتماعي وحتى السياسي عن طريق وسائل الاتصال الحديثة[1].

ومن هنا شكلت هذه الشبكات فضاء للملايين من الأشخاص، "فلم تعد البيئة الطبيعية (الزمكانية) للإنسان هي البيئة الوحيدة لوجوده وتطوره، بل هناك بيئة الانترنت، شبكة المعلومات الحاسوبية، بيئة متكاملة العناصر بآلياتها ومعطياتها وشروط تفاعلاتها المختلفة"[2].

وفي هذا العصر يلزم للإنسان أن يعيد النظر في الزمان والمكان، أو بالأحرى الزمكان كوعاء مركب لتمثيل وجوده بمختلف مظاهره، يلزمه كذلك أن يتكيف معرفيا وسلوكيا مع معطيات الفضاء الجديد للحوارية الاجتماعية الجديدة، بما في ذلك العلاقات الاجتماعية على المستويين الطبيعي والافتراضي[3]، حيث يجب التفريق بين مايحتفظ به لنفسه من معلومات، وبين ما يتيحه للمقربين، وما يتيحه للمعارف، وما يتيحه للجمهور العام، كل هذا يدخل في إطار الحفاظ على الخصوصية على الشبكات الاجتماعية.

(1) جوهر الجموسي، مرجع سبق ذكره، ص 22.

(2) علي محمد رحومة، **الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص 294.

(3) المرجع نفسه، ص 294.

وعلى الرغم من ذلك فإن فصل الجماهير لأجل الكشف عن الذات يعدّ معقدا على الإنترنت...ممّا يصعب رسم حدود بين السياقات الاجتماعية المميزة، ...حيث يلتقي العام والخاص[1].

يتمثل استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت في مجال العلاقات الاجتماعية في اتجاهين أساسيين فهي تستخدم للتواصل مع أصدقاء سابقين، وكذا لربط علاقات صداقة جديدة، ومنه فهي إما أداة لتعميق العلاقات الاجتماعية أو للتعارف وتشكيل العلاقات الاجتماعية:

1-التواصل مع الأصدقاء السابقين:

تشير بعض البحوث التي أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية "أن أغلب الشبكات الاجتماعية على الإنترنت تستخدم للحفاظ على العلاقات الموجودة سابقا"[2]، وهناك مواقع متخصصة في هذا المجال مثلا "Copaindavant.Com" في فرنسا الذي يقترب من 10 ملايين عضو[3]، وأغلب الشبكات الاجتماعية توفّر هذه الخدمة وعلى رأسها فاسبوك والذي تمكّن الأفراد من لقاء أشخاص افترقوا عنهم لسبب أو لآخر مثل أصدقاء الإبتدائي أو الثانوي إلى غير ذلك...، وفي هذا الإطار ترى الباحثة دانا بويد "Danah Boyd" أن الشبكات الاجتماعية على الإنترنت هي وسيلة لدعم العلاقات السابقة، وليست وسيلة فعالة لتكوين صداقات حقيقية وتضيف: "من المهم الإدراك أن الصداقة على مواقع الشبكات الاجتماعية واقعيا هي أضعف من العلاقات خارج الإنترنت _التقليدية_"[4].

وعلى معظم مواقع الشبكات الاجتماعية، لا يبحث المستخدمون عن لقاء أشخاص جدد، ولكن يبحثون عن دعم الاتصال بالمجموعة القائمة من الأصدقاء والمعارف[5]، فلاشكّ "أن الفايسبوك Facebook قد غيّر طريقة دخول الناس في العلاقات، ونادرا ما ماعتبر فايسبوك كمكان للبحث من خلال الملفات الشخصية لبدء العلاقات مع الشركاء المحتملين، لم ينظر المشتركون –حسب إحدى الدراسات– إلى فايسبوك Facebook كموقع تعارف عبر الإنترنت، وبدلاً من ذلك شرع المتابعون في إقامة علاقات خارج

(1) انظر جون هارتلي، جين بروجيس، أكسل برونز، مرجع سبق ذكره، ص 75.

(2) Miltiadis D. Lytras, Patricia Ordóñez de Pablos, **Social Web Evolution: Integrating Semantic Applications and Web 2.0 Technologies**, Information science reference: New York, 2009, p 61.

(3) Jérome Bondu, Alain Garnier, Op.Cit. p 09.

(4) Panayiotis Zaphiris, Chee Siang Ang, Op.Cit. p 268.

(5) شريف درويش اللبان، **مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت**، مرجع سبق ذكره، ص 86.

الانترنت، وبعد ذلك سواء حدث تفاعل مبدئي في اتجاهين أم لا، اتجهوا إلى فايسبوك Facebook لمواصلة التواصل (إرسال طلب صداقة للربط ومشاركة الملفات الشخصية على الموقع) أو البحث عن مزيد من المعلومات حول الهدف إذا كان الملف الشخصي عامًا أو يمكن الوصول إليه بطريقة أخرى[1].

2-إقامة علاقات جديدة:

سهّل إنشاء الشبكات الاجتماعية على الإنترنت من إمكانية البحث عن صداقات مع أفراد من مختلف أنحاء العالم، إمّا من خلال الإسم، الوظيفة...وبالتالي بإمكان المستخدم ربط علاقات جديدة، مع أشخاص من مختلف الثقافات يقاسمونه الأفكار والاهتمامات دون اعتبار لعوامل العرق أو الجنس أو الدين، وهذا ما تؤكده الفكرة الأساسية التي يقوم عليها عمل الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، أي "الدرجات الست للإنفصال" فهي تتيح إمكانية الاتصال بأي شخص في العالم عبر ست خطوات اجتماعية، حيث يتيح الفايسبوك مثلا التواصل مع أي شخص مهما كانت مكانته، وقد يكون هذا الاتصال عن طريق الدردشة على الخاص، أو عن طريق المنشورات والتّعليقات.

وحسب بعض الباحثين تستخدم الانترنت بوصفها منصة لإقامة علاقات جديدة، بالإضافة إلى ماكان موجودا من قبل، ويعد هذا النوع من العلاقات محدودا أكثر بطبيعته إذا ما قورن بترابط الأهل والأصدقاء، لأنها مستقاة من قيود مكانية، ومتزامنة من حيث وقت حدوثها، وتمثل في الغالب مصالح وممارسات قائمة، ومن ثم تؤدي دورا محدودا للغاية في حياة الناس مقارنة بالعلاقات الأسرية وعلاقات الأصدقاء المقربين التي تتسم بالمتطلبات القوية والشمولية[2].

ومن هنا قد تنشأ إما علاقات حميمة تستمر لمدة طويلة أو علاقات عارضة تنتهي بمجرد نهاية اللقاء الأول، فالعلاقات العارضة هي التي يتبادل فيها أطراف العلاقة كلاما "يمكن أن يتبادله أي إنسان مع أي إنسان آخر، فليس فيها ما يوحي بوجود أهمية تذكر لهذه العلاقة بالنسبة لأي من المتحدثين، زد على ذلك أن هذه المحادثة تنقصها الموضوعات التي تتعلق بشخصية المتحدثين أو حتى بموضوع

(1) Jesse Fox, Katie M. Warber, Dana C, Op.Cit, p p, 12-13.

(2) ياتشيا بنكلر، **ثروة الشبكات -كيف يغير الإنتاج الاجتماعي الأسواق والحرية-**، تر: فريج سعيد العويضي، العبيكان للنشر والتوزيع: عمان، 2012، ص 500.

الحديث، أو بمعنى آخر لا يدلي أي من المتحدثين بمعلومات عن شخصيته وآرائه ومعتقداته إلا بشكل سطحي لا يعول عليه، كما نلاحظ بوضوح خلو هذه المحادثة من التعبير عن حقيقة ما يشعر المتحدثون.

ولكننا نلاحظ أن المشاركين في العلاقات الحميمة يتبادلون المعلومات فيما يتعلق بحياتهم الشخصية وآرائهم عن الحياة والموت والمرض، وشعورهم نحو الآخرين ونحو أنفسهم"[1]، وغالبا ما يتميز هذا النوع من "العلاقات والتفاعلات الافتراضية بالعفوية، وصدق البيانات المتبادلة، خاصة ما كان منها شخصيا، بحيث يتم التعبير بحرية عن كل شيء يرغب فيه أطراف هذه العلاقة، ومع استمرار الاتصالات بطريقة جدية بين شخصين، تنشأ نوع من الثقة المتبادلة، والتي تتحول مع مرور الوقت إلى علاقة وطيدة، تنتهي في كثير من الأحيان بالالتقاء المباشر (وجها لوجه)، حتى ولو كانت مسافة طويلة تفصل بينهما"[2].

وعادة ما تكون العلاقات الحميمة طويلة المدى حيث يسعى الطرفان للحفاظ على العلاقة، بينما العلاقات العارضة هي عادة قصيرة المدى، حتى إذا انتهت "فلن تكون لذلك إلا نتائج محدودة وخسائر شخصية يسيرة لأن هذه العلاقات...لا تحدد بوضوح التصور والأفعال التي يتوقعها الطرف الآخر"[3]، "فإذا انزعجنا من شخص ما في إحدى اللقاءات الافتراضية فإننا يمكننا تجاهله بسهولة ووقف الاتصال به"[4].

-تأثير الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية:

لقد اختلف الباحثون حول تأثير تكنولوجيا الاتصال الجديدة، ولاسيما مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية، وانقسم رأي الباحثين في هذا الإطار إلى اتجاهين رئيسيين: بين من يرى أن تأثيرها على العلاقات الاجتماعية هو تأثير إيجابي، وبين من يرى العكس من ذلك.

(1) برنت روبن، مرجع سبق ذكره، ص 367.

(2) إبراهيم بعزيز، منتديات المحادثة والدردشة الإلكترونية –دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع، مرجع سبق ذكره، ص 89.

(3) برنت روبن، مرجع سبق ذكره، ص 366.

(4) حسيبة قيدوم، مرجع سبق ذكره، ص 71.

فالإتجاه الأول يرى فيها "فضاءات تواصلية تنشئها مجموعات يربط أفرادها بعضهم ببعض الإلتزام بمسائل وقضايا مشتركة"[1]، وفي هذا الإطار يرى الأستاذ جمال الزرن أن من "بين مزايا الإنترنت هو أنها تحولت إلى معوض للفراغ الروحي والوجداني، لذلك وصلت الإنترنت إلى حد التأليه والعبادة والقدسية، ومن جهة أخرى تحولت إلى أداة للتواصل الاجتماعي كمعوض للأسرة فتحولت إلى فاعل في ربط صلات صداقة وزواج ناجحة"[2]، ويعتبرها كثيرون من "مظاهر تحول الأرض إلى "قرية كونية" حيث يتلاقى الناس من أماكن متباعدة، وكأنهم يجلسون معا في غرفة منزلية"[3]، وبهذا فإن "تحسين العلاقات الاجتماعية يتم من خلال تحرير الفرد من القيود الجغرافية أو الصحية أو غيرها حيث تعمل على بناء علاقات اجتماعية قائمة على أساس الاهتمامات المشتركة"[4] بعيدا عن معايير أخرى كالدين، أو العرق...

بينما هناك اتجاه ثاني يرى أن الشبكات الاجتماعية وغيرها من تكنولوجيات الاتصال الحديثة "تعمل على ندرة الاتصالات الشخصية القائمة على المواجهة الشخصية"[5]، حيث أن الاستخدام المتواصل والمفرط لمواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت "يهدد بشكل مباشر كيان العلاقات الحقيقية وجها لوجه، ويحدث قطيعة بين الأفراد، مما يؤدي إلى زوال النسيج الاجتماعي التقليدي، وحلول نسيج اجتماعي افتراضي محله، يتميز بانعدام حميمية الجوار والتقارب"[6]، كما "أن الانترنت يقلل من درجة التفاعل نظرا للدور الفعال للصوت البشري في التعبير ونقل المشاعر والأحاسيس والانفعالات ويسمى هذا النوع من الاتصال الاتصال البارد"[7]، إضافة إلى أن "التصفح الطويل للإنترنت يؤذي نسيج العلاقات

(1) يامين بودهان، مرجع سبق ذكره.

(2) جمال الزرن، **تساؤلات عن الإعلام الجديد والإنترنت**، ضمن كتاب: "العرب وثورة المعلومات"، مركز دراسات الوحدة العربية: بيروت، 2005، ص ص، 121-122.

(3) عبد الحليم حمود، مرجع سبق ذكره، ص 85.

(4) بسيوني إبراهيم حمادة، مرجع سبق ذكره، ص 125.

(5) المرجع نفسه، ص 126.

(6) إبراهيم بعزيز، **وسائل الاتصال الجديدة وأثرها على ثقافة المستعملين**، مرجع سبق ذكره، ص 182.

(7) رشيدة سبتي، **تأثيرات الانترنت على العلاقات الاجتماعية**، مجلة الحكمة، مؤسسة كنوز الحكمة، العدد 25، 2013، ص 282.

الاجتماعية ويسبب الكثير من المشكلات الاجتماعية كاعتزال الناس، والإنطواء وفقدان التواصل، وخسارة الأصدقاء وضعف الرقابة الأسرية على الأبناء"[1].

إضافة إلى أن القدرة على تغيير الهوية لا يجعل الأفراد صادقين في هوياتهم ولا في علاقاتهم "لأن إحساس الفرد بالقدرة على تغييب هويته التي التصقت بوجوده في العالم الفيزيائي، عندما يتنقل بين مواقع شتى على الإنترنت، ستشعره بمزيد من الإحساس بالأمان، والقدرة على ممارسة أفعال لا يريد أن يعلم الغير أنه متلبس بممارستها، وتوفر هذه الخاصية تربة خصبة لحصول كثير من الانحرافات السلوكية بعيدا عن أنظار الغير"[2]، وبصفة إجمالية يمكن رصد مجموعة من المؤشرات الهامة التي يستدل منها على انحراف العلاقات عبر الانترنت عن مسارها الطبيعي الايجابي، ومنها[3]:

1-زيادة عدد الساعات إمام الانترنت

2-التوتر والقلق الشديدان في حال وجود أي عائق للاتصال بالشبكة قد تصل إلى حد الاكتئاب ...

3-إهمال الواجبات الاجتماعية والأسرية والوظيفية بسبب استعمال الشبكة.

4-استمرار استعمال الانترنت على الرغم من وجود بعض المشكلات مثل فقدان العلاقات الاجتماعية والتأخر عن العمل...الخ.

5-الاستيقاظ من النوم بشكل مفاجئ والرغبة بفتح البريد الالكتروني او رؤية المتصلين في الماسنجر...الخ.

6-الإصابة بأضرار صحية نتيجة لإدمان الانترنت، كالأضرار التي تصيب الأيدي.. الأضرار التي تصيب العين نتيجة الإشعاع الذي تبثه شاشات الحاسوب ...

7- الإصابة بأضرار نفسية واجتماعية نتيجة لإدمان الانترنت، كالدخول في عالم وهمي بديل تقدمه شبكة ...، حيث يختلط الواقع بالوهم، أو الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي نحو العزلة...الخ.

من خلال الاتجاهين السابقين يمكن القول أن تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية لا يمكن أن يكون سلبيا فقط أو إيجابيا فقط، فهي وإن كانت تؤثر سلبا على العلاقات وجها

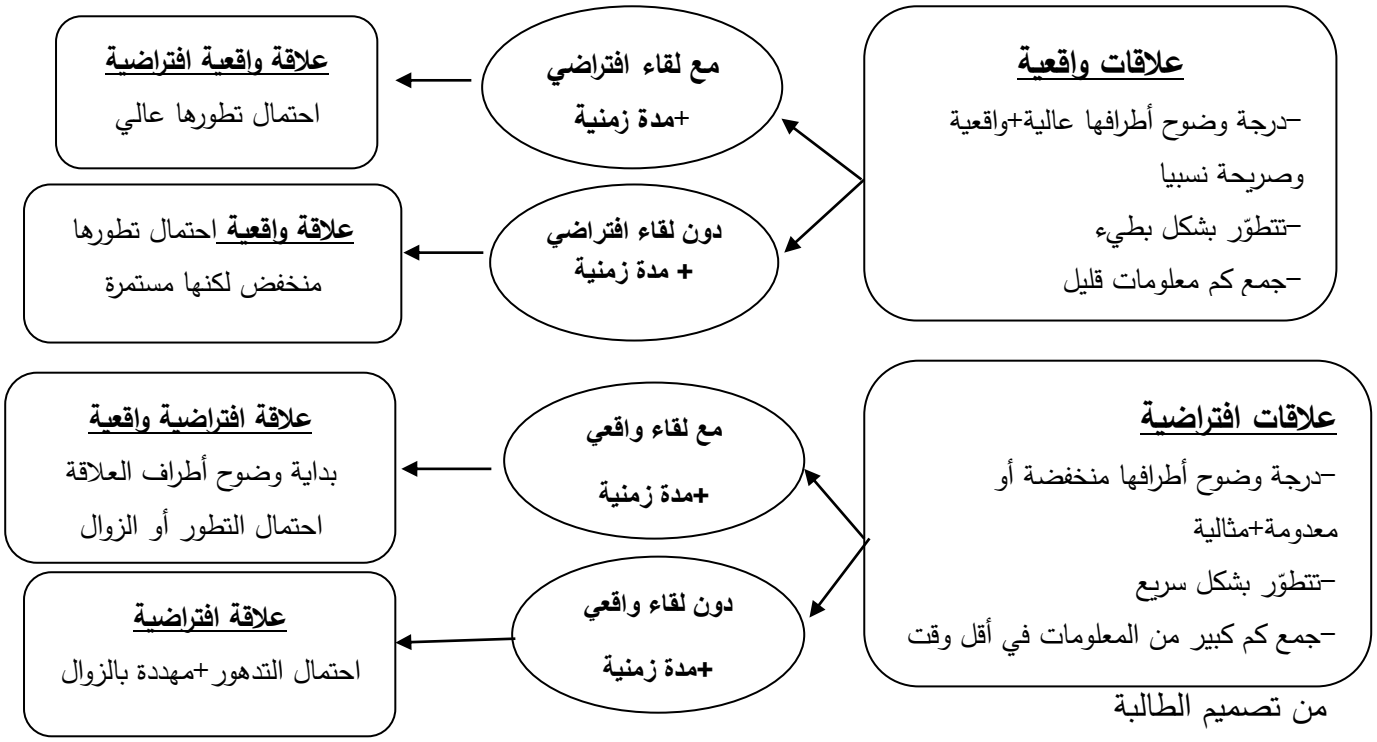
(1) وليد أحمد المصري، **الأسرة العربية وهوس الإنترنت**، مجلة العربي، العدد 573، 2007، ص 173.

(2) حسن مظفر الرزو، مرجع سبق ذكره، ص 294.

(3) حسن بوحبة، مرجع سبق ذكره، ص 110.

لوجه مع المقربين والعائلة والأصدقاء، إلا أنها تقرب المسافات وتؤدي إلى ربط علاقات مع أشخاص من مختلف المناطق والبلدانن لا سيما إن كان هناك اهتمامات مشتركة، وجدية لدى أطراف العلاقة.

-أنواع العلاقات الاجتماعية بعد دخول الشبكات الاجتماعية والإنترنت عموما



من تصميم الطالبة

شكل رقم04: يوضح أنواع العلاقات الاجتماعية بعد دخول الشبكات الاجتماعية والإنترنت عموما

المطلب الثالث: الانعكاسات الثقافية والاجتماعية للشبكات الاجتماعية على الإنترنت

لقد قادت مختلف تطبيقات الجيل الثاني للويب وخاصة الشبكات الاجتماعية على الإنترنت نحو "نمط اتصالي جديد يتسع لكل أنماط الاتصال التفاعلي القائم على التفاعل الحر والمباشر بين المرسل والمستقبل، وتبادل أدوار الاتصال بين الطرفين علاوة على اتساع وتنوع حرية المستقبل في الاختيار"[1]، "وقد شهد عصرنا الحالي ميلاد ثقافة إلكترونية مرشحة لتكون هي الثقافة المهيمنة في القرن الحادي والعشرين"[2]، ومن هنا أصبحت هذه المواقع أداة التواصل الرئيسية بين الأفراد، بشكل ساهم في تغيير شكل العلاقات السائد، محدثة بذلك هزة في العلاقات الاجتماعية بشكل يصعب معه الفصل بين ما هو افتراضي وما هو واقعي، وتحديد أسبقية أحد الشكلين على الآخر.

ولا شك أن تعقيد الحياة الإنسانية قد ساهم في زيادة الاعتماد على هذه الشبكات في عمليات التواصل، حيث يجد الفرد صعوبة في التنقل سواء من حيث الجهد أو الوقت أو حتى التكاليف وقد يبرر البعض ذلك بطغيان النرجسية والأنانية في المجتمعات الحديثة وعدم رغبة الفرد في تضييع جهده ووقته في التواصل مع أصدقائه ومعارفه.

"ونظرا لأن المبحرين في عالم الإنترنت لا يحتاجون إلى جوازات سفر ولا إلى تأشيرات دخول، فهم يدخلون إلى كافة مراكز خدمات المعلومات على الشبكة العنكبوتية التي تلف الكون، ويحصلون على المعلومات بحرية ومتعة دون النظر إلى جنسياتهم، هذا العالم الجديد بأبعاده لم يتقونن بعد، والعديد من المشكلات على إنترنت تواجه العالم، فمن المشاكل الإباحية والصور الخلاعية إلى أمن المعلومات وأمن التجارة على إنترنت إلى السرقات الإلكترونية والرسائل المزعجة إلى البطء والازدحام الشديد على خطوط إنترنت كلها مشاكل تدل على أن عالم الحرية الإلكترونية بحاجة إلى قوانين وضوابط وجهات رقابية مسؤولة تستطيع أن تفرض سلطاتها، وهذه الرقابة والقوانين ليست موجودة حتى الآن على الشبكة العالمية، وتأخير هذه القوانين وتوصيفها هو لغاية فرض هذه التقنية وسهولة انتشارها في العالم أجمع،

(1) رحيمة الطيب عيساني، **العولمة الإعلامية وآثارها على مشاهدي الفضائيات الأجنبية**، مرجع سبق ذكره، مرجع سبق ذكره، ص 81.

(2) فلاح كاظم المحنة، **العولمة والجدل الدائر حولها**، الورق للنشر والتوزيع: عمان، 2002، ص 167.

قبل أن تتحول هذه الشبكة مرة أخرى إلى جزر الكترونية تحكمها السلطات والحدود والرقابة"[1]، ويمكن إجمال أهم انعكاسات مواقع الشبكات الاجتماعية لا سيما على المجالات الثقافية والاجتماعية فيما يلي:

1-العزلة وتراجع العلاقات الاجتماعية:

وضع "مارشال ماكلوهان" مصطلح "القرية الكونية" "لوصف التغيرات في تكنولوجيا الاتصالات والتي بدت له أنها تقوم برسم العالم بأكمله، ليصبح نوعا من المدينة الصغيرة التي يتم ربطها إلكترونيا، وبهذا أصبح من السهل في عصر الاتصال الإلكتروني خلق "مجتمعات سيكولوجية" " psychological communicaties" تقوم بتوسيع نطاق علاقاتنا عبر الوقت والمسافة، حتى يتم في النهاية خلق "مجتمعات افتراضية" "virtual communicaties"، التي تتكون من الناس الذين نعرفهم فقط من خلال شبكات الاتصال، ولعل هذا الاتجاه هو ما يقودنا إلى مجتمع ما بعد الحداثة"[2].

وتعتبر العزلة أكثر المشاكل المرتبطة باستخدام الإنترنت بصفة عامة، والشبكات الاجتماعية بصفة خاصة حيث تؤدي كثرة استخدام الشبكات الاجتماعية إلى زيادة فردانية الأفراد، ونقص احتكاكهم بالعالم الخارجي ومن "أهم الملاحظات الملموسة في حياتنا اليومية هو قضاء الناس أوقات طويلة أمام التلفزيون أو الفيديو أو أجهزة الحاسب مما يجعلهم يقضون وقتا أكثر داخل بيوتهم إلى درجة عزلتهم عن الاتصال بالجيران أو الأقارب، وقد أثبتت بعض الإحصائيات في الولايات المتحدة الأمريكية أن 25% فقط ممن أجريت عليهم الدراسة يعرفون من هم الجيران..."[3].

ويشير المتخصصون في هذا الصدد إلى مابات يطلق عليه انطوائية الكمبيوتر Computer Phyliac وتوجد هذه الحالة عندما يستمر الشخص في الجلوس أمام الحاسوب ساعات طويلة كل يوم بشكل يشبه مدمني القمار، طبعا مع استثناء الأشخاص الذين يستدعي عملهم ذلك، وقد توجد هذه الحال لدى الأفراد الانعزاليين ذوي الشخصيات الانطوائية أو الأشخاص الذين يرغبون في الهروب من ظروفهم ومشكلاتهم

(1) هاني شحادة الخوري، مرجع سبق ذكره، ص 174.

(2) شريف درويش اللبان، **تكنولوجيا الاتصال-المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية-**، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة، 2000، ص 193.

(3) جمال محمد أبو شنب، مرجع سبق ذكره، ص 176.

الحياتية فيلجئون إلى الحاسوب ليفرغوا فيه طاقتهم وهمومهم، فضلا عن الإجهاد والتوتر النفسي الذي ينتج من استخدام الحاسوب لفترات طويلة[1].

مما أدى إلى "جيل اجتماعي معزول، حيث أثبتت الدراسات أن تدني التواصل الاجتماعي أحد العوامل المتسببة في سرعة الوفاة، وأن ضرر العزلة يساوي ضرر تدخين (15) سيجارة في اليوم، وتتوالى الآثار السلبية زمنها أصبحنا أقوياء معرفيا، ضعفاء اجتماعيا، يتم الكشف عن جميع الأوراق الخاصة بنا وزوال خصوصياتنا، كما أنها جعلتنا نصبح أقل ثرثرة، أكثر ميلا للكتابة، أشد انطوائية، ن متطورين بكسل، ودون أي إدراك للوقت، يبحر الواحد منا في الـ"يوتيوب" أو تويتر مساء يوم لايفيق منه إلا في صباح آخر، ننام على أجهزتنا ونستيقظ عليها ، والشواهد حية ترزق، أصبحت المجالس ملأى لكنّها هادئة، عيون لا تراقب سوى شاشات أجهزتها بحثا عن جديد أو ظريف، تحسبهم جميعا وقلوبهم شتى، جعلتنا التقنية نبحث عن أصدقاء (جدد)...بينما نحن لم نوفى (القدامى) كامل حقوقهم، أصبنا بالأمراض النفسية (توحد، انطواء، عزلة، جمود عقلي وفكري) تعرضنا لأمراض صحية (بدانة، ضغط، ضعف نظر، تشنجات عضلية صداع) وغيرها الكثير، ..[2].

وقد أكدت إحدى الدراسات أن "هناك علاقة بين استعمال الإنترنت ومشاعر العزلة الاجتماعية والاكتئاب، وبينت دراسة أخرى أن الاستعمال الزائد للإنترنت كانت له علاقة مع انخفاض الاتصالات العائلية، ونقص حجم الدائرة الاجتماعية المحلية للعائلة، مع زيادة مشاعر الاكتئاب والوحدة، فالتقنيات الاتصالية للإنترنت تجعل الفرد يشعر بمتعة وانبساط، نظرا لإمكانية الحديث مع أشخاص من كل أنحاء العالم وفي الوقت الآني المتزامن، وهذا ما يجعله يستغرق في النقاشات ويقضي أوقاتا دون أن يشعر، وبالتالي ينفصل عن المجتمع الحقيقي ويدخل في مجتمعات افتراضية، ويصبح شخصا غريبا عن

(1) حسن بوحبة، مرجع سبق ذكره، ص 105.

(2) سهير المهندي، **وسائل التواصل الاجتماعي: ايجابيات عديدة تكتنفها مخاطر**، مجلة الخليج، العدد 94، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، الكويت، 2013، ص ص، 44-45.

مجتمعه، وينقص اهتمامه بقضاياه وبأحداث محيطه الاجتماعي..، ويزداد ارتباطه بأصدقائه الافتراضيين، إلى درجة أن يفقد الرغبة في الجلوس لمدة طويلة مع أفراد عائلته وأصدقائه"[1].

ولقد قام الباحثون بالعديد من الدراسات في هذا المجال، وأكدت كلها أن استخدام الإنترنت يوفر بيئة افتراضية تتميز بعلاقات افتراضية بين مستخدميها، وكل هذا يؤدي إلى التأثير على علاقة الفرد بمحيطه الاجتماعي الحقيقي، لأن البيئة الافتراضية التي توفرها مواقع الشبكات الاجتماعية لا يمكن أن تكون بأي حال معوضا عن العلاقات الاجتماعية الحقيقية، حيث أن "ثمة شيئا مفقودا عندما نستخدم الاتصال عبر وسائط إلكترونية، ومن أمثلة هذه الأشياء المفقودة التلميحات غير اللفظية، كتعبيرات الوجه وحركات الجسد، والإيماءات والتي تساعدنا في فهم المعاني الأكثر عمقا للكلمات، وهذا هو مفهوم الحضور الاجتماعي "Social Presense" الذي يختلف عن الحضور النسبي، الذي يعني غياب التلميحات المحسوسة التي تساعد في نقل المعاني المستترة"[2].

2-الخيانة الزوجية والعلاقات العاطفية المشبوهة:

لقد أدى الإنتشار الكبير جدا لظاهرة الشبكات الاجتماعية، ولا سيما الدردشة على الخاص إلى انتشار العلاقات العاطفية بشكل غير مسبوق، والأمر لم يشمل العزاب فقط، ولكن حتى المتزوجين منهم "بشكل يكاد يكون مرضيا، مما يقود الأسر إلى الخلل في العواطف وتوجيه المشاعر في غير وجهتها الطبيعية، ...وتفسير ذلك أن غرف الدردشة والانترنت بعامة هي المكان الذي يستطيع فيه الإنسان العربي أن يتحدث مع نفسه ومع غيره بصراحة ليقول مالا يستطيع قوله في الاتصال المباشر، أما خطورة ذلك فتتمثل في أن العلاقات الزوجية تواجه فتورا شديدا، ولذلك توجه الزوج -مثلا وقد يحدث العكس- نحو غرف المحادثة وتفضيلها على الجلوس مع زوجته، والتحدث إليها مباشرة...، الأمر الذي يقود لا محالة إلى الانفصال العاطفي بين الزوجين[3].

(1) إبراهيم بعزيز، **منتديات المحادثة والدردشة الإلكترونية -دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع-**، مرجع سبق ذكره، ص ص، 114-115.

(2) شريف درويش اللبان، **تكنولوجيا الاتصال-المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية-**، مرجع سبق ذكره، ص 194.

(3) حسن بوحبة، مرجع سبق ذكره، ص ص، 106-107.

3-التحرش والمضايقات:

يعد التحرش أحد أهم المظاهر السلبية لظهور مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث أتاحت هذه الأخيرة عرض كما كبير من المعلومات عن الأشخاص، بالإضافة إلى أنهم قد يصرحون ببعض معلوماتهم الشخصية أثناء دردشتهم مع أشخاص لا يعرفونهم، ما قد يجعلهم عرضة للتحرش.

ويقصد بالتحرش الالكتروني: استخدام الوسائل الالكترونية وشبكة الانترنت في إزعاج الآخرين أو إيذائهم، ويعرف قانونيا بأنه استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من جانب فرد أو مجموعة في إيذاء الآخرين في شكل متعمد.

وتتمثل أشكال هذا التحرش ملاحظة الآخرين أو التشهير بهم، كتوجيه الرسائل التي تحتوي على مواد تسبب الإزعاج للمتلقي، سواء كانت تلميحا إلى الرغبة بالتعرف إلى المتلقي، لأهداف جنسية، أو كانت تحتوي على عبارات أو شتائم، أو نشر صور الشخص من دون علمه، أو التهديد والابتزاز، أو الملاحقة والتجسس، أو التتبع بالتعليقات المسيئة، أو التشهير بالشخص عبر وسائل الكترونية مختلفة، أو انتحال شخصيته بتزوير البريد الالكتروني أو انتحال الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي"[1]، وتبيّن الإحصائيات أنّ أغلب من يقوم بالمضايقات هم من الرجال، وأنّ من يتعرضون للمضايقات هم من النساء والأطفال"[2].

4-المواد الإباحية:

وتعد الإباحية الجنسية عبر الإنترنت "شكلا من أشكال الجريمة المنظمة تقوم بها شبكات محلية وجهوية وعالمية، تقدم عروضا جنسية مغرية نفسيا وماليا عبر مواقع ظاهرة ومستترة تقتحم بها بريد مستخدمي إنترنت دون استئذان، ويجد هذا النوع من الإباحية الدعم الكامل والتشجيع العلني من طرف الجماعات الموازية والجمعيات الافتراضية التي تعمل على فرض أخلاقياتها الإباحية في شتى المجالات وتوفير الحماية القانونية لها.

(1) حسين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 301.

(2) عبد القادر بن عبد الله الفنتوخ، **الجريمة في الإنترنت –وطرق الحماية منها–**، العبيكان: الرياض، 2012، ص 60.

واعتبرت مؤخرا بعض وسائل الإعلام الفرنسية أن 60% من مستخدمي انترنت اطلع ولو مرة واحدة على واحد أو أكثر من مواقع الإباحية الجنسية، وبأن كلمة جنس هي الكلمة الأكثر استعمالا عبر إنترنت"[1].

وهنالك في الوقت الحاضر في أمريكا وحدها أكثر من 900 دار سينما متخصصة بالأفلام الإباحية وأكثر من 15000 مكتبة ومحل فيديو تتاجر بأفلام ومجلات إباحية. وهذا العدد يفوق حتى عدد مطاعم ماكدونالد بنسبة ثلاثة أضعاف [2].

ولعل رواج الجنس في مواقع الإنترنت بشكل واسع، مرده إلى فعالية الوسيلة والجاذبية التي تتميز بها مقارنة بغيرها من الوسائل، إضافة إلى تميزها بالطابع العالمي باعتبارها الوسيلة العابرة للحدود والقارات، حيث أتاحت "تبادل الصور الفوتوغرافية المخلة بحرية تامة عن طريق هذه الشبكة، وأصبح هناك نواد إباحية في الغرب، تباشر أعمالها بالاستعانة بشبكة الويب العالمية، ورغم أن الغرب كان يتغاضى أحيانا عن إباحية الكبار بدعوى الحق في حماية الخصوصية...فإن ذلك لا ينطبق على الأطفال والصبية الصغار، بعدما انتشرت "دعارة أطفال"[3].

ولا شك أن مواقع الشبكات الاجتماعية قد أتاحت مختلف أشكال الإباحية على نطاق واسع، حيث يقوم الشباب والمراهقون بتحميل عدد هائل من الملفات الجنسية بشكل يومي، دون إدراك مخاطر هذا الفعل، ويشغل الجنس حيزا كبيرا في مختلف مواقع الشبكات الاجتماعية، لاسيما الخاصة بتبادل مقاطع الفيديو، حيث تشكل مقاطع الفيديو التي تروج للجنس مساحة كبيرة ..."سواء تلك التي يقوم أفراد بإعدادها عن أنفسهم أو أصدقائهم، أو المقاطع الدعائية لمواقع وشركات البورنو"[4]، وتشكل هذه النوعية من الأفلام تحديا كبيرا أمام متصفحي هذه المواقع من الشباب الجزائري والعربي عموما، خاصة وأنها لا تتفق مع

(1) فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص 28.

(2) مشعل بن عبدالله القدهي، **المواقع الإباحية على شبكة الإنترنت وأثرها على الفرد والمجتمع**، متاح على الرابط: https://issuu.com/lifeways11/docs/271857446811a7، (2018/01/18، 14:10).

(3) شريف درويش اللبان، **تكنولوجيا الاتصال-المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية**-، مرجع سبق ذكره، ص 130.

(4) رضا عبد الواحد أمين، **استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت**، مرجع سبق ذكره، ص 522.

القيم الإسلامية والعربية، ولكنها في ذات الوقت تجذب عدد كبيرا من المستخدمين لا سيما الشباب، مما يدر عليها أرباحا كبيرة.

وأجرت مؤسسة زوجبي (Zogby) دراسة حول المواقع الإباحية، فخلصت إلى أنّ أكثر من 20% من الأمريكيين أصبحوا زوارا لهذه المواقع"[1]، وأظهرت الإحصائيات لسنة 2017 أن حوالي 60% من المواقع الإباحية في العالم – حوالي 428 مليون صفحة (بمعدل أكثر من صفحة واحدة للمواطن الأمريكي) – يتم استضافتها من قبل الولايات المتحدة الأمريكية، وتحتل هولندا المركز الثاني بمعدل 27% من المواقع الإباحية (187 مليون صفحة) وتأتي بعدها المملكة المتحدة البريطانية في المركز الثالث بمعدل 7% من المواقع الإباحية (52 مليون صفحة)، وهو مايدّل على أنّ الإنترنت يستضيف 713 مليون صفحة للإباحية، بمعدل صفحة لكل مواطن أوروبي[2].

وتمثل الدول العربية مواقع متقدمة في مجال البحث عن المواقع الإباحية، حيث احتلت ثلاث دول عربية مراتب متقدمة في دراسة إحصائية نشرها موقع postober الأمريكي عن أكثر دول العالم التي تشاهد الأفلام الإباحية والجنسية عبر الانترنت، هي مصر في المرتبة الثانية، والمغرب في المرتبة الخامسة والسعودية في المرتبة السابعة، رغم كل أساليب الحظر التي تتبّع في بعض الدول خاصة الخليجية منها[3].

(1) عبد الحليم موسى يعقوب، **الإعلام الجديد والجريمة الإلكترونية**، الدار العالمية للنشر والتوزيع: القاهرة، 2014، ص 62.

(2) Porn Stats: **Which Country Produces And Hosts The Most Porn?**, 2017. Site : https://fightthenewdrug.org/porn-stats-which-country-hosts-most-porn/, (15/12/2017, 18 : 45).

(3) **Top 10 Countries That Watch The Most Porn.** Site : https://postober.com/2015/01/17/top-10-countries-that-watch-the-most-porn, (21/02/2017, 18: 20).

5-انتشار الثقافة الاستهلاكية:

تتيح تكنولوجيات الاتصال الحديثة "مجالا ضيقا للحوار والتعاون والتنوع في الثقافات لأنها مصممة على أساس الهيمنة والسيطرة والتنميط"[1]، "ومع تسارع منطق السوق وتوجهاته الكونية، مابرح الإنتاج الثقافي يتخذ صفة السلعة المادية، وهو بحق سلعة لكن لها مواصفاتها المعنوية، وهي مواصفات يظهر أنها قد قدر لها أن تزاح، لأن القيم التي بنيت على أساسها هذه الثقافة هي قيم جديدة"[2].

وتقوم فكرة الثقافة الاستهلاكية على مبدأ "أن البشر في كل مكان القادرون على الاستهلاك، توحد بينهم وتجمعهم سلع وبضائع ومنتوجات تخلق فيهم ميولا وأذواقا ورغبات مشتركة، ترفع من مستوى الإنتاج الثقافي فيما بينهم، وتدريجيا تجرد ثقافاتهم من هويتها وخصوصيتها وتلبسها ثوب الثقافة الاستهلاكية الجديدة"[3]، أي أن العالم يتوجه حسب هذه النظرة نحو عالم متماثل ومتجانس، إلا أن هذا التوجه خضع للكثير من النقد من طرف الباحثين واعتبر البعض منهم هذه الفكرة مجرد وهم، فحتى مطاعم "ماكدونالدز" المتشابهة في شكلها الخارجي المنتشرة في جميع أرجاء العالم في الواقع تحمل معان اجتماعية مختلفة بحسب الثقافات التي تتواجد فيها.

ويرى الباحثون أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة لا سيما تطبيقات الجيل الثاني للويب "Web 2.0" وما تتميز به من خصائص، قد أسهمت في "تحويل الثقافة إلى صناعة وتجارة عالمية، حيث ساعدت الوسائل الجديدة المنتجين على تخطي عقبات الرقابة التي تفرضها الدول على توزيع المنتجات الثقافية، ومكنت مستهلكي الثقافة من الحصول على ما يرغبون بدون مواجهة مشاكل من حكوماتهم، وقد أثر ذلك في السياسات الثقافية على المستوى العالمي، فالنتيجة المترتبة على سيادة الطابع التجاري للثقافة من وجهة نظر بعض الدراسات هي غياب الثقافة العامة التي كانت تحظى بدعم حكومي...وترتب على ذلك نمو ظاهرة الاستهلاك الفردي للثقافة على حساب الاستهلاك الجماعي"[4]، والثقافة هنا لا تقتصر على

(1) رحيمة الطيب عيساني، **العولمة الإعلامية وآثارها على مشاهدي الفضائيات الأجنبية**، مرجع سبق ذكره، ص231.

(2) منصف بوزفور، **العولمة والنظم الحارسة (التضليل الإعلامي وثقافة الميديا)**، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية: الجزائر، 2004، ص 324.

(3) رحيمة الطيب عيساني، **العولمة الإعلامية وأثراها على مشاهدي الفضائيات الأجنبية**، مرجع سبق ذكره، ص 131.

(4) بسيوني إبراهيم حمادة، مرجع سبق ذكره، ص ص، 151-152.

جانب واحد وإنما تعبر عما يتناوله الأفراد من طعام، وما يرتدونه من ملبس، كما أنها تعبر عن المعتقدات والأفكار التي يتبعونها والأنشطة التي يمارسونها.

6- تهديد الخصوصية:

تشير الخصوصية إلى "حق الأفراد في عدم إفشاء أو نشر معلومات عن أنفسهم، فثمة أمور تدخل في عداد الأمور الخاصة مثل الإدلاء بصوتك في الانتخاب، وماذا تقول في خطاب مرسل من خلال البريد"[1]، وبالتالي فإن كلّ ما يمكن أن يمس هذه الخصوصيات سواء كان في شكل تجسس، أو اختراق أو سرقة بيانات أو حسابات ...يدخل في إطار تهديد الخصوصية.

ولا شكّ أن الإنترنت في حد ذاتها شكلت أكبر تهديد للخصوصية كونها معرّضة للقرصنة والتجسس بشكل دائم، حيث نشر موقع bbc تقريرا تحدث فيه عن توصل المواقع الإباحية لتقنيات متقدمة تستطيع من خلالها تركيب صور النساء علي أجساد ممثلات الأعمال الإباحية، وهو ما يمثل تهديدا للخصوصية على هذه المواقع، بل وصل الأمر إلى تركيب وجه ممثلات الأفلام الإباحية مع أجساد نساء أخريات دون إذن منهم.

وكشفت صحيفة "ميرور" البريطانية، عن سرقة صور فتيات من حساباتهن الشخصية من مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وإنستغرام ليتم وضعها على أحد المواقع الإباحية الإسرائيلية، وأكدت الصحيفة أنه تم العثور على آلاف الصور المنشورة عبر الموقع، تحت عبارات مسيئة وعناوين استفزازية، ومن بينها صور لفتيات بالزي المدرسي الاسكتلندي تصل إلى 574 صورة، بالإضافة إلى 731 صورة لفتيات من أيرلندا الشمالية وآلاف من الفتيات البريطانيات[2].

وتواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية، مما يتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب، وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة أو تلك يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم ومشاكل التي قد

(1) بسيوني إبراهيم حمادة، مرجع سبق ذكره، ص 185.

(2) **صور فتيات من مواقع التواصل الاجتماعي إلى مواقع إباحية**، متاح على الرابط: http://janoubia.com/2014/12/08/، (2017/02/10، 01:30).

تصل بسهولة إلى يد أشخاص يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير، فهناك من الشباب من وجد في الفايسبوك وغيره من المواقع الاجتماعية مكانا للتسلية والعبث، وأن انعدام الرقابة جعل البعض يسيء الأدب ولا يهتم بالعواقب[1]، بل إن موقع فايسبوك نفسه قد اتّهم مؤخرا بتسريب بيانات مستخدميه، وانتهاك خصوصيتهم.

وعلى الرغم من عدم وجود دليل عملي يؤكد وجود عمليات تجسس، إلا أن الكثير من الباحثين يحذرون من تبعات استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على خصوصية الأفراد، ففي حين ينظر بعض الشباب إلى هذه المواقع على أنها "فسحة من الحوار الذي لا تتدخل فيه الموانع ولا التابوهات يجد الشخص نفسه داخلا إلى مواقع معينة باسم مستعار، وهو الأمر الذي يجعله يحس بالأمان كثيرا كون البيانات التي يقدمها للدخول غير حقيقية، ولكنه ينسى أن ما سيقوله أثناء الحديث هو الذي سيكون حقيقيا"[2] وهنا تكمن الخطورة.

وفي هذا الإطار نشرت مجلة "لومغازين ديسرائيل" الصادرة في فرنسا أن "الانفتاح على العالم لم يعد يكلف "إسرائيل" كما في السابق فيما يخص جلب المعلومات، بحيث يكفي الدخول إلى مواقع الشات لتعرف كل شيء"[3].

كما يؤاخذ على مواقع الشبكات الاجتماعية أنها "أصبحت تمتلك ثروة ضخمة من المعلومات الشخصية تستثمرها في مجال الدعاية الموجهة، ويمكن بسهولة تقديمها لأطراف أخرى لتحقيق غايات غير تجارية وهو أمر رغم صعوبة إثباته يبقى قائما ومحتملا، وتحتفظ فايسبوك –مثلا– لنفسها حسب العقد لذي يبرمه معها كل مشترك بحقها في التصرف في البيانات الشخصية واستخدامها لغايات تجارية إذ يوضح العقد الذي نادرا ما يقرأه أحد أنها بغاية توجيه الدعاية المناسبة لك يهمها أن تعرف كل ميولاتك،

(1) رحيمة عيساني، **الشبكات الاجتماعية في الوطن العربي: بيئات جديدة للتواصل الاجتماعي**، مرجع سبق ذكره، ص 21.

(2) عبد الحليم حمود، مرجع سبق ذكره، ص 150.

(3) المرجع نفسه، ص 150.

وكلما كنت سخيا في عرض خصوصياتك، كانت الإعلانات المعروضة على بروفايلك متناسبة وهويتك الاجتماعية التي هي شخصيتك الحقيقية"[1].

كما أوضحت دراسة قامت بها مجلة "تست" الألمانية التي تنشرها هيئة "شتيفتونغ فارين تست" المتخصصة في تقييم المنتجات المختلفة أن معظم الشبكات لديها ثغرات فيما يتعلق بحماية الخصوصية، وهو ما يؤكده المحرر بالمجلة، فالك موركو: "موضحاً حقوق الملكية الفكرية الخاصة بكل محتويات تلك الشبكات مما ينشره المستخدمون من نصوص وصور، تخص تلك الشبكات: أي أنها تملك الحق أن تفعل ما تشاء بتلك المعلومات، وهو الأمر الذي يعتبر تعدياً صريحاً على الحقوق الشخصية"، ومن ناحيته يحذر "هولجر براكمان" المستخدمين قائلاً إن عليهم أن يقرأوا شروط الاستخدام، والتي عادة ما تهمل، ويضيف في هذا الإطار: "يجب أن يستخدم المرء تلك الشبكات بوعي، وألا ينشر شيئاً ما إلا إن كان مستعداً أن يتم نشره على لوحة كبيرة أمام منزله"[2].

7- جرائم الحقوق الفكرية:

تعدّ شبكة الإنترنت في الوقت الحاضر أكبر آلة نسخ في التاريخ، فما يقع في أيدي المستخدمين من مواد يمكن نسخه ونشره في ثوان معدودة إلى ملايين المستخدمين الآخرين[3]، حيث تعدّ جرائم القرصنة أكثر جرائم الإنترنت رواجا وانتشارا.

و"من وجهة نظر أخلاقية بحتة، تعد القرصنة عملا شبيها بسرقة منتج ما من على أرفف أحد المحلات ونحن نقصد بالقرصنة سرقة أو توزيع دون تفويض أو ترخيص، أو استخدام لمادة تتمتع بحقوق النشر والتأليف أو ببراءة اختراع، وأحد أنماط القرصنة الاستيلاء على تصميم كمبيوتر أو برنامج، وهذا النوع من القرصنة هو ما ادعّته شركة "ابل" Apple للكمبيوتر، عندما رفعت دعوى قضائية تم رفضها

(1) عامر بوعزة، مرجع سبق ذكره، ص 06.

(2) موقع جريدة العرب، 2011/03/03، ص 9، متاح على الموقع:
WWW.Alarabonline.orgpreviouspagesAlarab%20Daily، (2016/05/12، 11:15).

(3) عبد القادر بن عبد الله الفنتوخ، مرجع سبق ذكره، ص 53.

ضد شركتي "مايكروسوفت" Microsoft و"هيوليت باكارد" "Hewlett-Packard" تتهمها فيها بأن بعض البنود في برامجها مثل الأيقونات والنوافذ قد تم نسخها"[1].

"وقرصنة البرامج هي النسخ دون تفويض أو ترخيص، لبرامج كمبيوتر–أو أي نوع آخر من الملفات من صور أو فيديو أو نصوص...تتمتع بحق النشر والتأليف،...أما قرصنة الشبكة فهي استخدام الشبكات الإلكترونية لتوزيع مواد تتمتع بحق النشر والتأليف في صورة رقمية مثلا، دون الحصول على ترخيص بذلك، وعلى سبيل المثال فقد احتّجت شركات المواد المسجلة على الممارسة الخاصة بمستخدمي الكمبيوتر، الذين يرسلون نسخا، غير مصرح بها من التسجيلات الرقمية عبر شبكة الإنترنت"[2].

وتثير مواقع الشبكات الاجتماعية بصفة خاصة العديد من "المشكلات المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية"[3]، وخاصة فيما يتعلق بالمواقع الخاصة بتبادل الفيديو مثل "يوتيوب" "حيث أقامت عدة شركات دعاوى قضائية ضد الموقع لنشره مواد فيلمية تمتلك حق ملكيتها الفكرية، وقام المسئولون عن الموقع بإزالتها، ويحاول الموقع تجنب تحميل الأفلام الكاملة والبرامج التلفزيونية عن طريق منع أي مادة تزيد مدتها على 10 دقائق، أما المشكلة التي تظهر مع هذه المحاولة فهي أن العديدين يحملون الأفلام الشهيرة والبرامج التلفزيونية في أجزاء قصيرة، ثم يجمعوا تلك الأجزاء مع بعضها البعض، ولعدم قدرة الشركة على معالجة المشكلة بفاعلية، ظهر عدد من الشكاوى المتعلقة بحق الملكية الفكرية"[4]، كما ظهرت نفس لمشكلة مع فايسبوك حيث يقوم الكثيرون بسرقة أفكار الآخرين ونسبها إليهم، وهناك صعوبة كبيرة في إثبات حقوق الملكية الفكرية لأن تناقل المعلومات والأفكار بين الحسابات والصفحات يجعل من معرفة صاحبها الأصلي أمرا شبه مستحيل.

(1) شريف درويش اللبان، **تكنولوجيا الاتصال–المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية**–، مرجع سبق ذكره، ص 205.

(2) المرجع نفسه، ص ص، 205–206.

(3) رضا عبد الواحد أمين، **استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت**، مرجع سبق ذكره، ص 523.

(4) المرجع نفسه، ص 523.

7-الإدمان:

يعاني مستخدموا الإنترنت بصفة عامة ومستخدموا مواقع الشبكات الاجتماعية بصفة خاصة من مشكلة الإدمان، وهي مشكلة مرتبطة بالجلوس الطويل أمام جهاز الكمبيوتر، حيث "يشعر المدمن بالقلق أو الانزعاج عندما يحاول التوقف أو التقليل من عادته.

لقد بينت دراسة حديثة أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية أن ستة بالمائة (06%) من مستخدمي شبكة الويب، أي حوالي 11 مليون شخص، هم مدمنون في حدود قد تصل إلى 40 ساعة أسبوعيا، مما قد يتسبب في ضعف المردودية الدراسية للأطفال، والإنتاجية للموظفين، بالإضافة إلى المشاكل النفسية الاجتماعية (القلق، الغضب، الانطواء، تصديق الأكاذيب، المشاكل العائلية...)"[1]، وحتى الفيزيولوجية (تقوس الظهر من كثرة الجلوس، ضعف البصر، مرض بعض أصابع اليد..)، وإن كانت مشكلة الإدمان مطروحة منذ ظهور الإنترنت إلا أن ظهور الشبكات الاجتماعية قد ضاعف من هذه الظاهرة والإحصائيات تؤكد وجود أعداد كبيرة من المدمنين حول العالم.

وتؤكد الدراسات النفسية أن أكثر الأفراد تعرضا لخطر الإصابة بمرض إدمان الانترنت، هم الأفراد الذين يعانون من العزلة الاجتماعية، والفشل في إقامة علاقات إنسانية طبيعية مع الآخرين، والذين يعانون من مخاوف غامضة، او قلة احترام الذات، الذين يخافون من أن يكونوا عرضة للاستهزاء، أو السخرية من قبل الآخرين، هؤلاء هم أكثر الناس تعرضا للإصابة بهذا المرض، وذلك لأن العالم الالكتروني قدّم لهم مجالا واسعا لتفريغ مخاوفهم وقلقهم وإقامة علاقات غامضة مع الآخرين، تخلق لهم نوعا من الثقة المزيفة، فيصبح هذا العالم الجديد الملاذ الآمن لهم، من خشونة وقسوة عالم الحقيقة[2].

طرح استخدام الشبكات الاجتماعية في مجال العلاقات الاجتماعية العديد من التساؤلات منها ما يتعلق بالثقافة التي تحملها الإنترنت، حيث تعدّ هده الأخيرة عبارة عن مجتمع مفتوح يتميز بقدر كبير من الديمقراطية والحرية، يقوم على عادات وأعراف خاصة، حيث تختفي فيه مختلف الخصائص الجسمانية

(1) فضيل دليو، **العولمة، الإنترنت، الفقر، اللغة**، مخبر علم اجتماع الاتصال (جامعة منتوري): قسنطينة، 2002، ص ص، 30-31.

(2) رحيمة عيساني، **الشبكات الاجتماعية في الوطن العربي: بيئات جديدة للتواصل الاجتماعي**، مرجع سبق ذكره، ص 21.

التي تميز الهوية الواقعية، ويحلّ محلها ملف شخصي يتضمن مجموعة من البيانات، التي يتحكم فيها المستخدم ويعبّر عن نفسه من خلال ما ينشره وما يكتبه لا من خلال هويته الحقيقية، ولا شكّ أنّ لكل هذا دور في تغيّر شكل التواصل وأنماط العلاقات السائدة لا سيما لدى الشباب الذين يتميّزون بقدر كبير من المغامرة والرغبة في التجديد والطاقة والحيوية، وحب الإطلاع والرغبة في التواصل مع الآخرين والتعارف وتشكيل العلاقات الاجتماعية، حيث أدى استخدام مواقع الدردشة والشبكات الاجتماعية إلى ظهور علاقات تتّم من خلال فضاءات افتراضية خائلية، لكن سرعان ما تحوّلت تلك العلاقات إلى علاقات واقعية إذا حصل لقاء في الواقع، كما تم نقل العلاقات الواقعية إلى الفضاء الافتراضي، حيث لم يعد التفريق بين الافتراضي والواقعي ممكنا، بل امتزج كلا النوعين، مما ساهم في خلق نمط جديد بخصائص تختلف عن تلك العلاقات الاجتماعية التي كانت سائدة من قبل.

الإطار التطبيقي للدراسة:

عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

خصائص مجتمع البحث

يجدر التذكير بأن مجتمع البحث في دراستنا هو مستخدموا الفايسبوك من الشباب الجزائري، ونظرا لضخامة مجتمع البحث من حيث العدد الهائل لمفرداته إضافة إلى انتشاره على رقعة جغرافية واسعة جدا، مما يصعب من عملية مسح مفرداته، لجأنا إلى التركيز على المجتمع المتاح، الذي يمكن الوصول إليه، فكان اختيارنا لمجتمع بحث ضمن بلدية بسكرة (عاصمة الولاية)، وذلك لعدة أسباب حيث لا يوجد فروق واختلافات فيما يخص استخدام الفايسبوك لدى الشباب بين بسكرة وغيرها من البلديات والولايات الأخرى، فقد ساهمت التكنولوجيا الحديثة في تحويل العالم إلى قرية كونية، كما ساهمت في إلغاء كل أشكال الحدود بين المناطق وحتى الدول، كما أن غياب إحصائيات دقيقة حول استخدام الفايسبوك بين الولايات الجزائرية يجعل عملية ترجيح ولاية على أخرى غير مبرر علميا، وبالتالي فإن أي ولاية يمكن أن تفي بالغرض، كما أننا لا نهدف من خلال دراستنا إلى التمثيل الإحصائي الدقيق لمجتمع البحث.

ونظرا لأن دراسة كل المجتمع المستهدف أو حتى المتاح هي من الأمور شبه المستحيلة خصوصا في دراسات الإعلام والاتصال، كونها غالبا ما تتم على مجتمعات كبيرة الحجم، لجأنا لاستخدام العينة، وكان اختيارنا للعينة المساحية الحصصية، حيث قمنا بانتقاء المفردات على مرحلتين، بحيث قمنا في المرحلة الأولى بتقسيم البلدية إلى خمس مناطق (شمال، جنوب، شرق، غرب، وسط) واخترنا من كل منطقة حي من أكبر الأحياء، ممثلين بذلك كل مناطق البلدية، ليتّم سحب المفردات بالطريقة الحصصية في المرحلة الثانية، لأن ما يهمنا هو الحصول على معلومات تفصيلية حول الظاهرة لا تمثيل مجتمع البحث تمثيلا إحصائيا دقيقا، وكذا ربط العلاقة بين المتغيرات بغية تقديم تفسيرات للظاهرة في الميدان.

وقد تعمدنا اختيار هذا النوع من العينة كون مجتمع بحثنا يتسم بالضبابية والمجهولية وهي الخاصية التي تميز مجتمعات الإنترنت عموما، مما يصعب الوصول إلى مفردات العينة، بالخصائص التي أرادتها الباحثة إذا اعتمدنا نوع آخر من العينات.

ونظرا لعدم وجود شروط ومعايير واضحة لتحديد حجم العينة الأنسب لمثل هذا النوع من الدراسات وإنما يترك المجال للباحث لاختيار نوع العينة الذي يحقق أهداف دراسته، وفق ما يتاح له من إمكانيات، من هنا حددنا حجم العينة بـ (360 مفردة)، مقسمة بالتساوي بين مناطق البلدية، وحسب متغيرات الدراسة.

ولقد استغرقت عملية توزيع الاستمارات واسترجاعها 03 أشهر، ونظرا لعدم استعادة بعض الاستمارات، وإتلاف البعض الآخر أعدنا توزيع 30 استمارة لتغطية النقص وضمان التساوي مفردات العينة حسب متغيرات الدراسة، وبعد عملية ترقيم الاستمارات من 01 إلى 360 وترميزها، قمنا بتحليل البيانات، لمتغيرات الدراسة (الجنس، السن، ومستوى التعليم) نستطيع تقديم النتائج التالية:

1- البيانات الشخصية:

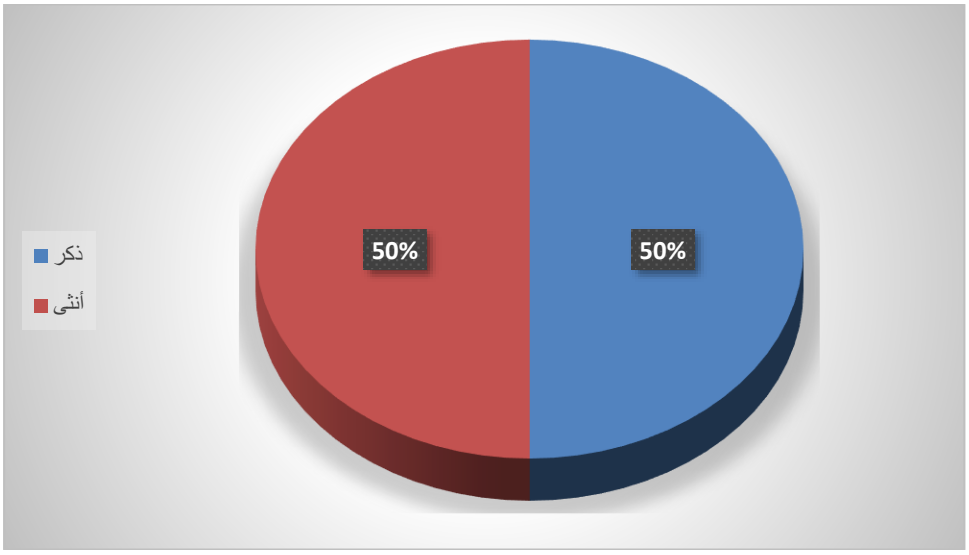
1-1-متغير الجنس:

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

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
أنثى	180	%50
ذكر	180	%50
الإجمالي	360	%100

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة، والبالغ حجمهم إجمالا **(360)** فردا، نلاحظ أن عدد الذكور بلغ **(180)** فردا بنسبة مئوية بلغت **50%**، وهو نفس عدد الإناث **(180)** أنثى بنسبة قدرت بـ **50%**، وعلى الرغم من أن آخر تقرير أصدرته كلية دبي للإدارة الحكومية، لشهر فيفري 2017 تضمن إحصائيات عن استخدامات الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية 36,2% فقط من النساء يستخدمن فايسبوك في بلدان المغرب العربي، وتشكل هذه النسبة الأعلى عربيا، في مقابل 63,8% من المستخدمين هم من الرجال[1]، في حين توصلت دراسة غربية إلى أن "حوالي 56٪ من مستخدمي الشبكات الاجتماعية هم الآن من الإناث"[2]، وقد تعمدنا اعتماد طريقة الحصص المتساوية لأننا لا نهدف لتمثيل مجتمع البحث تمثيلا دقيقا، كما سبق وأوضحنا والنسب السابقة موضحة في **الشكل التالي:**

(1) Fadi Salem , Op. Cit, p 40.
(2) Keith N. Hampton and others, Op. Cit, p 10.



الشكل رقم (05): يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

1-2- متغير السـن:

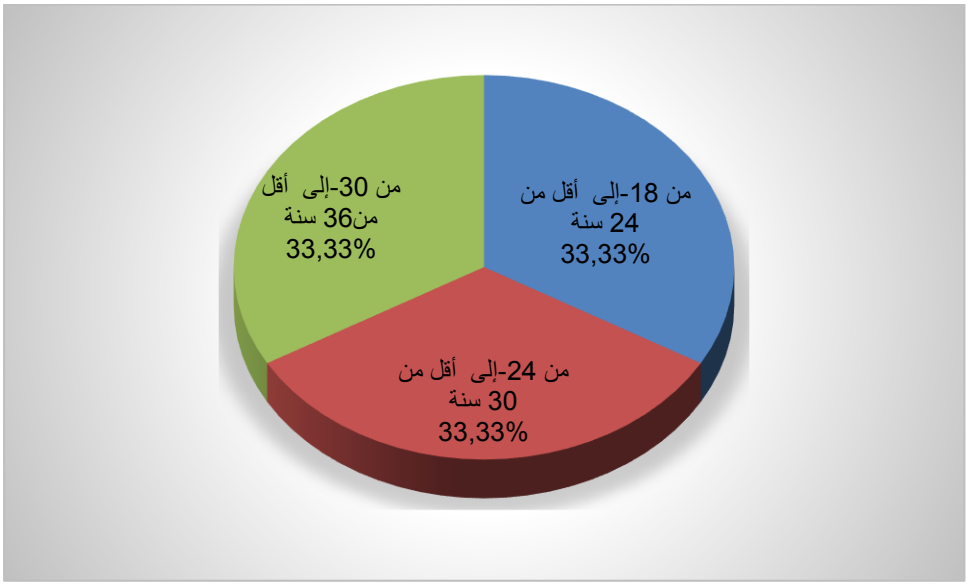
الجدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.

السن	التكرارات	النسبة المئوية
من 18-إلى أقل من 24	120	%33,3
من 24-إلى أقل من 30	120	%33,3
من 30-إلى أقل من 36	120	%33,3
الإجمالي	360	%100

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالا (360) فردا، نلاحظ أن هناك تساوي بين فئات السن الثلاث (من 18 إلى أقل من 24 سنة)، (من 24 إلى أقل من 30 سنة) (من 30 إلى أقل من 36 سنة) وذلك بـ **(120)** مفردة لكل فئة، وبنسبة قدرت بـ **33.3%**.

وأشار تقرير إلى لأن نسبة المستخدمين الذين تقل أعمارهم عن 30 عاماً في العالم العربي بلغت (67.5%)، في ديسمبر 2013[1]، وانخفضت النسبة قليلا مؤخرا حيث أشار تقرير حديث صادر سنة 2017 أن نسبة مستخدمي الفايسبوك بين 13 و29 سنة بلغت 64,3%، –وقد يعود ذلك لانتشار استخدام الإنترنت لدى مختلف الفئات بعدما كانت محصورة بشكل كبير في فئة الشباب– في حين ترتفع النسبة في الجزائر حسب نفس التقرير لتصل إلى 74,2% لنفس الفئة[2].

ونسب تقسيم العينة حسب متغّير السن موضحة من خلال **الشكل التالي:**



الشكل رقم (06): يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.

(1) **نظرة على الإعلام الاجتماعي في العالم العربي**، تقرير معد ضمن برنامج الحوكمة والابتكار كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية: الإمارات العربية المتحدة، 2014، ص 11.

(2) Fadi Salem , Op.Cit, p p, 38-39.

1-3- متغير مستوى التعليم:

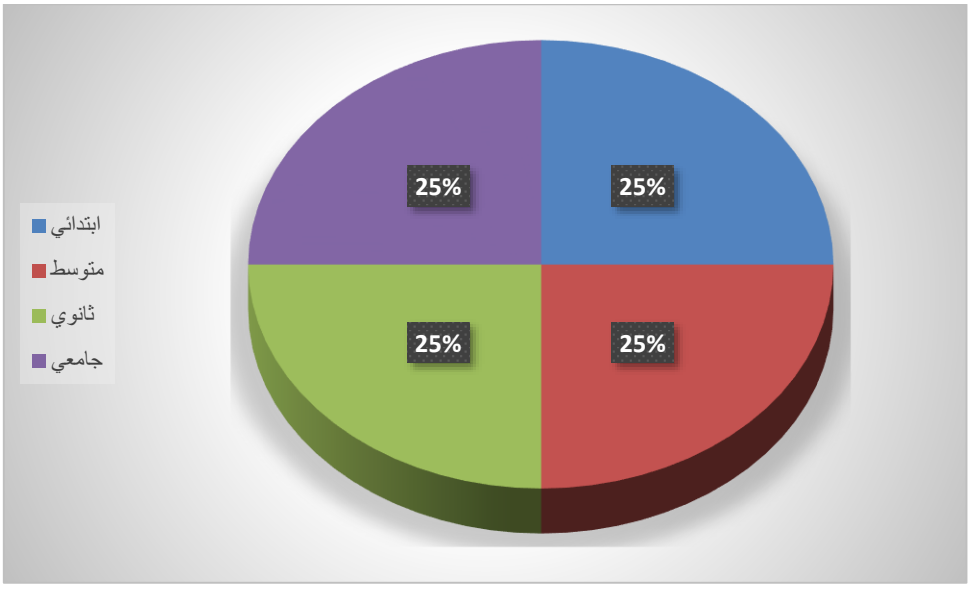
الجدول رقم (06): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مستوى التعليم.

مستوى التعليم	التكرارات	النسبة المئوية
ابتدائي	**90**	**%25**
متوسط	**90**	**%25**
ثانوي	**90**	**%25**
جامعي	**90**	**%25**
الإجمالي	**360**	**%100**

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالا **(360)** فردا، نلاحظ أن العينة تم تقسيمها بين المستويات الأربع بطريقة الحصص المتساوية (ابتدائي، متوسط، ثانوي، وجامعي) وذلك بـ **(90)** مفردة لكل مستوى وبنسبة مئوية بلغت **25%**، ولا شك أن للمتغير التعليمي تأثير كبيرا جدا في إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية وفي استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل عام، وقد توصلت دراسة سابقة أن الجامعيين يمثلون 78,50% في حين يسجل أصحاب المستويات الابتدائي والمتوسط والثانوي نسب منخفضة من عينة الدراسة وبررت الباحثة ذلك بارتفاع المستوى التعليمي للمبحوثين في الجزائر[1]، وقد بررنا سابقا سبب اختيارنا للحصص المتساوية لكون الهدف من الدراسة ليس التمثيل الإحصائي الدقيق لمجتمع البحث.

والنسب السابقة موضحة من خلال **الشكل التالي:**

(1) نوال بركات، مرجع سبق ذكره، ص 314.



الشكل رقم (07): يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير مستوى التعليم.

المبحث الأول: طبيعة العلاقات الافتراضية السائدة عند الشباب الجزائري على الفايسبوك

الجدول رقم (07): يوضح استخدام الفايسبوك في التفاعل مع الآخرين.

بدائل الإجابة على السؤال رقم:(1)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
دائما	117	%32,5	90,0	27,0	3	60,200[a]	0,000	دال عند مستوى 0.01
غالبا	114	%31,7	90,0	24,0				
أحيانا	102	%28,3	90,0	12,0				
نادرا	27	%7,5	90,0	-63,0				
الإجمالي	360	%100	//////////					

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ النسبة الأكبر من إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (360) فردا قد اتجه (**117**) **منهم** إلى البديل "**دائما**" بنسبة مئوية بلغت **32,5%**، و(**114**) فردا قد اتجهت إجابتهم على هذا السؤال إلى البديل "**غالبا**" وذلك بنسبة مئوية قدرت بـ **31,7%**، و(**102**) قد اختاروا البديل "**أحيانا**" بنسبة مئوية قدرت بـ**28,3 %**، في حين لم يختر البديل "نادرا" إلا (**27**) فردا من أفراد العينة بنسبة مئوية قدرت بـ **7,5 %** .

ورغم أن هناك تقاربا بين من يستخدمون فايسبوك في التفاعل مع الآخرين دائما وغالبا وأحيانا، إلا أنّه يمكن أن نستنتج أن أفراد العينة تستخدم فايسبوك بكثافة في التفاعل مع الآخرين، وقد يعود ذلك للخدمات التفاعلية التي يوفّرها الموقع من دردشة على الخاص إلى الاتصالات السمعية واتصالات الفيديو وغيرها من الخدمات، إضافة إلى أن الموقع باقتنائه لكل من واتس أب وانستغرام قد زاد عدد مستخدميه بشكل كبير جدا، كما استفاد حتى من بعض خدمات المواقع الأخرى وتم إدماجها كتحديثات على الموقع مما زاد من شعبيته وجماهيريته.

وقد تم تأكيد هذا الكلام سابقا من طرف ألكسندر مكناب، المدير في شركة سبوت أون للعلاقات العامة إذ يرى أن الفايسبوك اصبح بالنسبة للمستخدمين في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا جزءا قيّما من حياتهم اليومية، اما كارينغتون مالين، المدير العام للشركة فقد قال في معرض حديثه عن انتشار (الفيس بوك) في المنطقة: "لقد بدأ (الفيس بوك) ومنصات الإعلام الاجتماعي الأخرى الآن بتحديد كيفية اكتشاف الأشخاص للمعلومات وتشاركهم بها وكيفية تشكيلهم لآرائهم وتفاعلاتهم[1].

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة أن الجانب الاجتماعي يطغى على استخدام أفراد العينة للفايسبوك، حيث أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك في التفاعل مع الآخرين وتكوين العلاقات الاجتماعية، ولقد شهد استخدام الفايسبوك ارتفاعا ملحوظا في الآونة الأخيرة، حيث "أصبح البعض يطلق على عصرنا عصر المجتمعات المرئية وهو مصطلح اقترن ظهوره بإمكانية التواصل الاجتماعي عبر الانترنت التي أصبح يطلق عليها مفهوم "الوسيط الاتصالي"،

(1) ليلى أحمد جرار، مرجع سبق ذكره، ص ص، 49-50.

حيث أصبحت أداة للتفاعل الاجتماعي والاتصال بالآخرين من خلال أدواتها الاتصالية المتنوعة التي تظهر يوما بعد يوم كما أنها خلقت شكلا جديدا من الاتصال يختلف عن أشكال الاتصال التقليدية التي اعتدنا عليها" [1].

وقد توصلت الدراسات التي أجريت على" نتفيل" Netvile، وهي ضاحية متصلة بالإنترنت أو قرية ذكية تقع على حدود العاصمة الكندية تورنتو إلى أن التفاعل على الإنترنت غالبا ما يستخدم كتفاعل بديل للاتصال الشخصي لمواجهي التقليدي بدرجة تجعل له تأثيراته الإيجابية على العلاقات الاجتماعية[2].

فالعلاقة التي أصبحت تربط الإنسان باستخدام الشبكات الاجتماعية تجاوزت العلاقة التقنية بين الفرد والآلة إلى أبعاد اجتماعية حيث أصبحت هذه الشبكات في لب عملية التواصل اليومي بين الأفراد.

وهذا ما يؤكد نتائج دراسة حول استخدامات الإنترنت في دولة الإمارات، والتي توصلت إلى أن نسبة "(**59.8%**) من مفردات العينة يستخدمون الإنترنت دائما واحتلت المركز الأول ويليها أحياناً بنسبة (**33.8%**)...واحتلت المركز الثاني، بينما نادراً فقد بلغت نسبة ضئيلة (**6.2%**)، وهذا إن دلّ على شيء إنما يدل على قدرة هذه التقنية الحديثة في جذب إقبال جمهور الطلبة إليها، والإقبال على استخدامها بصفة دائمة"[3].

وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها دراسة "عزة مصطفى الكحكي" حول استخدام الإنترنت في المجتمع القطري، والتي ذهبت إلى أن "نسبة عالية تصل إلى (**69.1%**) تستخدم الإنترنت

(1) رشيدة سبتي، مرجع سبق ذكره، ص 271.

(2) شريف درويش اللبان، **مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت**، مرجع سبق ذكره، ص ص، 85-86.

(3) فوزية عبد الله آل علي، **الآثار الاجتماعية والنفسية للإنترنت على الشباب في دولة الإمارات**، ضمن كتاب: "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد"، منشورات جامعة البحرين: البحرين، 2009، ص 351.

غالباً، ويستخدمه أحياناً (**21.8%**) من العينة، في حين نادراً ما يستخدم الإنترنت نسبة (**9.1%**) فقط وهي نسبة ضئيلة إذا ما قورنت بمن يستخدمون بشكل مكثف بالعينة"[1].

وهذه النتائج متقاربة إلى حد بعيد مع ما توصل إليه عبد الجواد سعيد محمد ربيع في دراسته حول التعرض للإنترنت وعلاقته ببعض الآثار النفسية والاجتماعية لدى شباب الريف، والذي ذهب إلى أن "(**61.6%**) من أفراد العينة يستخدمون شبكة الإنترنت بشكل دائمً، وأن (**21.6%**) منهم يستخدمون الشبكة بشكل غير منتظم (أحيانًا)، و(**16.8%**) من أفراد العينة يستخدمون الشبكة بشكل نادر"[2].

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (**كا²**) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (**3**) قدرت ب:.**60,200[a]**، وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (**α=0.01**)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين الأربع لصالح المجموعة الأولى (دائما)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو **99%** مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة **1%**.

(1) عزة مصطفى الكحكي، **استخدام الإنترنت وعلاقته بالوحدة النفسية**، ضمن كتاب: "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد"، منشورات جامعة البحرين: البحرين، 2009، ص 291.

(2) عبد الجواد سعيد محمد ربيع، **التعرض للإنترنت وعلاقته ببعض الآثار النفسية والاجتماعية لدى شباب الريف**، ضمن كتاب: "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد"، منشورات جامعة البحرين: البحرين، 2009، ص 180.

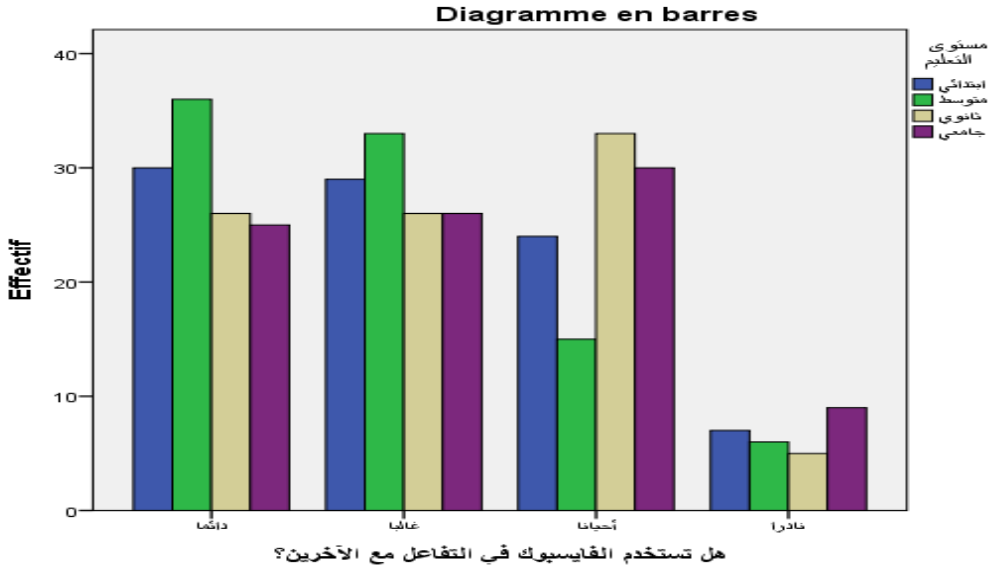
الجدول رقم (08): يوضح استخدام الفايسبوك في التفاعل مع الآخرين تبعا لمتغير المستوى التعليمي

السؤال رقم (1) تبعا للمستوى التعليمي		المستوى التعليمي				المجموع	درجة الحرية	قيمة كا^2	مستوى الدلالة	القرار
		ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي					
س 1: هل تستخدم الفيسبوك في التفاعل مع الآخرين؟	دائما	30	36	26	25	117	9	12,422[a]	0,191	غير دال إحصائيا
	غالبا	29	33	26	26	114				
	أحيانا	24	15	33	30	102				
	نادرا	7	6	5	9	27				
	الإجمالي	90	90	90	90	360				

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى إجابات أفراد عينة الدراسة حول استخدامهم للفايسبوك في التفاعل مع الآخرين وفقا لمتغير المستوى التعليمي، لا حظنا تقاربا في النتائج بين المستويات المختلفة (الابتدائي، المتوسط، الثانوي، والجامعي)، مع وجود اختلاف طفيف بينهم، حيث أن النسبة الأكبر من ذوي المستوى الابتدائي والمتوسط يستخدمون الفايسبوك في التفاعل مع الآخرين دائما بـ 30 و36 تكرارا على التوالي، في حين أن النسبة الأكبر من ذوي الثانوي والجامعي يستخدمونه في التفاعل مع الآخرين أحيانا بـ (33 و30) تكرارا على التوالي، فالشبكات الاجتماعية قد وفرت للفرد بغض النظر عن مستواه "إمكانية تجربة عوالم قد لا تكون جاهزة في واقع الفرد المتعامل مع الوسيلة الإعلامية، فهي تنقل الفرد إلى عدة عوالم افتراضية تجعل هذا الأخير يجد التعويض في هذه المنظومة الإفتراضية، وقد بينت الدراسات أن الإنترنت منظومة افتراضية توفر ملجأ لمن ضاق بهم الواقع، وبمعنى آخر فإن الفرد قد يهرب من الواقع فيجد ضالته في الإنترنت التي احتضنته لحظة الحاجة إلى عالم آخر يوفر له بعض الاستراحة إلى أجل"[(1)].

(1) فايزة يخلف، مرجع سبق ذكره، ص 185.

وبالرغم من هذا التفاوت في عدد التكرارات التي توصلنا إليها بالنسبة لبدائل هذا السؤال إلا أن هناك تقارب واضح بين إجابات ذوي المستويات التعليمية **(ابتدائي/متوسط/ثانوي/جامعي)** وهذا ما دلت عليه قيمة **(كا²)** والتي بلغت **12,422[a]** وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا **(0.05)**، وهذا معناه أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على بدائل السؤال رقم:**01** تبعا لمتغير المستوى التعليمي، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي **95%** مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5% **كما هو مبين في الشكل التالي:**



الشكل رقم(08): يوضح استخدام الفايسبوك في التفاعل مع الآخرين تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

الجدول رقم (09): يوضح مدة استخدام الفايسبوك

بدائل الإجابة على السؤال رقم (2)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا^2	مستوى الدلالة	القرار
أقل من ساعة	102	%28,3	120,0	-18,0	2	15,317[a]	0,000	دال عند مستوى 0.01
من ساعة إلى ثلاث ساعات	155	%43,1	120,0	35,0				
أكثر من ثلاث ساعات	103	%28,6	120,0	-17,0				
الإجمالي	360	%100,0		//////////////////				

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن النسبة الأكبر من أفراد العينة تستخدم الفايسبوك" **من ساعة إلى ثلاث ساعات**" وذلك بـ **43.1%**، أي ما يعادل (155) تكرارا، وما نسبته **28.6%** أي ما يعادل (103) تكرارا تستخدم الفايسبوك "**أكثر من ثلاث ساعات**"، وما نسبته **28.3%** تستخدم الفايسبوك" **أقل من ساعة**"، ورغم تقارب النسب إلا أننا نلاحظ ارتفاعا في عدد أفراد العينة الذين يستخدمون الفايسبوك لأكثر من ساعة، وحتى ما يفوق الثلاث ساعات وهو ما يدّل على أن استخدام الفايسبوك أصبح يشغل وقتا مهما لدى الشباب الجزائري.

ولقد جاءت العديد من الدراسات مقاربة في نتائجها لما توصلنا إليه مثل دراسة إبراهيم بعزيز التي توصلت إلى "أن معظم أفراد العينة **(46%)** يستخدمون منتديات المحادثة الإلكترونية من ساعة إلى ساعتين، ثم تليها نسبة **(27.5%)** للذين يستخدمونها لأكثر من ساعتين"[(1)]، ونفس الشيء بالنسبة لدراسة "نوال بركات" التي توصلت إلى 50,10% من المبحوثين يقضون من ساعة إلى 4 ساعات يوميا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التي يشتركون فيها، بينما قدرت نسبة

(1) إبراهيم بعزيز، **منتديات المحادثة والدردشة الالكترونية: دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع**، مرجع سبق ذكره، ص 126.

0 (36, 20%) من المبحوثين الذين يقضون أقل من ساعتين يوميا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي،**%**"[1].

وفي الوطن العربي ومن خلال نتائج دراسة حول استخدامات الإنترنت في دولة الإمارات بلغت نسبة "فئة الاستخدام من 3-4 ساعات **(52.0%)**، واحتلت المركز الأول، ويليها من 5-6 ساعات بنسبة **(26.0%)** احتلت المركز الثاني، وأما باقي الفئات فقد نالت نسبة ضئيلة"[2].

وفي نفس الإطار توصلت إحدى الدراسات الأمريكية Nielsen Media Research والتي أشارت إلى أن الشباب الأمريكي يقضي 24.3% منهم ساعة في المتوسط أسبوعياً أمام مواقع الشبكات الاجتماعية"[3].

أما دراسة "رضا عبد الواحد أمين" فقد توصلت إلى نتائج مختلفة "حيث ذكر أكثر من ثلث العينة **(39.3%)** يستخدمون انترنت أقل من ساعة في اليوم، بينما أفاد **(22.2%)** أنهم يتعرضون للإنترنت لفترة زمنية تتراوح من ساعة إلى ساعتين يوميا، في حين ذكر **(14.8%)** أنهم يقضون أكثر من ساعتين في اليوم وهم يتصفحون مواقع الإنترنت، بينما ذكر **(23.7%)** أنهم لا يتعرضون للإنترنت كل يوم"[4].

وللتأكّد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب التي توصلنا إليها، تمّ اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية **(كا²)** حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية **(2)** قدرت بـ**15,317^{a}** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا **(α=0.01)**، وبالتالي هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثانية **(من ساعة إلى ثلاث ساعات)** ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو **99%** مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة **01%**.

---

(1) نوال بركات، مرجع سبق ذكره، ص 322.

(2) فوزية عبد الله آل علي، مرجع سبق ذكره، ص 352.

(3) عبد الصادق حسن، **تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية**، مجلس التعاون لدول الخليج العربية: الرياض، 2013، ص ص، 41-42.

(4) رضا عبد الواحد أمين، **استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت**، مرجع سبق ذكره، ص 524.

الجدول رقم (10): يوضح أسباب استخدام الفايسبوك.

بدائل الإجابة للسؤال 03	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
الدردشة	**260**	**%72,2**	**1**
التواصل مع الآخرين من خلال التعليقات	**70**	**% 19,4**	**5**
البحث عن معلومات	**98**	**% 27,2**	**2**
إثبات الذات	**49**	**% 13,6**	**7**
التعبير عن الآراء والاهتمامات	**92**	**% 25,6**	**3**
البحث عن علاقات اجتماعية	**75**	**%20,8**	**4**
الهروب من الواقع	**59**	**% 16,4**	**6**
الاطلاع على جديد الأخبار	**32**	**%8,9**	**8**

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم **(360)** فرد، (وحيث يمكن لأفراد العينة اختيار أكثر من بديل)، نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة تستخدم الفايسبوك بسبب **(الدردشة)** بـ **260** تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ **72.2%**، فهناك صورة سائدة لدى مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية في الوطن العربي أنها مواقع للتواصل وتكوين العلاقات الاجتماعية فقط، ولا شك أن هذه الفكرة السائدة تعود لأوقات الفراغ الطويلة التي يعيشها المستخدمون بالإضافة إلى قلة أماكن الترفيه وممارسة الهوايات والظروف الاقتصادية والاجتماعية التي يعيشها المجتمع العربي.

وهذا ما يتفق مع نتائج إحدى الدراسات التي أجريت في المنطقة العربية "حين أشارت إلى أن استخدام الإنترنت من جانب معظم المبحوثين يتركز على البريد الإلكتروني والدردشة أكثر من الاستخدامات الأخرى"[1]، بل يمكن أن نجد هذا الواقع حتى في بعض الدول الغربية ولكن ليس بنفس الدرجة، كما أن استخدام هذه الشبكات في الدردشة والتعارف يقتصر على فئة المراهقين ففي حين توصلت دراسة أمريكية أن معظم المراهقين يستخدمون هذه الشبكات للبقاء على اتصال مع

(1) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 307.

الأشخاص الذين يعرفونهم بالفعل، و49 ٪ يستخدمونها الشبكات لتكوين صداقات جديدة [1]، لا نجد نفس النتائج مع دراسات أخرى تشمل فئات أكثر نضجا حيث أثبتت دراسة أمريكية أن (82٪) من مستخدمي الفايسبوك يستخدمون خاصية الرسائل على الخاص، ولكن 37٪ فقط أرسلوا رسالة واحدة على الأقل في الأسبوع المستخدمين[2].

وفي المرتبة الثانية جاء البديل **(البحث عن معلومات)** بمجموع تكرار بلغ **98** وبنسبة مئوية قدرت بـ **(27.2%)**، فوسائل الإعلام ذات الحضور الاجتماعي المنخفض تعد كافية للبحث عن المعلومات وحل المشكلات ولكنها أقل فعالية عند حسم الصراعات أو تكوين انطباعات عن المعارف الجديدة"[3].

وفي المرتبة الثالثة جاء البديل **(التعبير عن الآراء والاهتمامات)** بمجموع تكرار بلغ **(92)** وبنسبة مئوية قدرت بـ **25,6%** وفي المرتبة الرابعة جاء البديل **(البحث عن علاقات اجتماعية)** بمجموع تكرار بلغ **(75)** وبنسبة مئوية قدرت بـ 20,8%.

وفي المرتبة الخامسة جاء البديل **(التواصل مع الآخرين من خلال التعليقات)** بمجموع تكرار بلغ **(70)** وبنسبة مئوية قدرت بـ **19,4%**، وفي المرتبة السادسة جاء البديل **(الهروب من الواقع)** بمجموع تكرار بلغ **(59)** وبنسبة مئوية قدرت بـ **16,4%**.

وتقدم وسائل الاتصال الحديثة إمكانية تجربة عوالم قد لا تكون حاضرة في واقع الفرد المتعامل مع الوسيلة الإعلامية، فوسائل الاتصال تنقل الفرد إلى عدة عوامل رمزية وخيالية تجعل هذا الأخير يبتعد ولو إلى حين عن هموم الواقع ويجد التعويض في هذه المنظومة الرمزية الخيالية، وقد بينت الدراسات الأولى عن سر ارتباط الأفراد بوسائل الاتصال أن هذه الأخيرة توفر ملجأ لمن

(1) Amanda Lenhart, Mary Madden, Teens, Privacy & Online Social Networks -**How teens manage their online identities and personal information in the age of MySpace-,** 2007, p 31. Site: www.pewinternet.org/.../2007/PIP_Teens_Privacy_SNS_Report_Fina...

(2) Keith N. Hampton and others, Op.Cit, p 20.

(3) رشيدة سبتي، مرجع سبق ذكره، ص 284.

ضاق به الواقع، وبمعنى آخر، فإن الفرد يهرب من الواقع فيجد ضالته في وسائل الاتصال التي احتضنته لحظة الحاجة إلى عالم آخر يوفر له بعض الاستراحة إلى أجل ما[1].

وفي المرتبة السابعة جاء البديل **(إثبات الذات)** بمجموع تكرار بلغ **(49)** وبنسبة مئوية قدرت بـ **13%**، وفي المرتبة الثامنة جاء البديل (آخر) حيث وبعد جمع الاستجابات للبديل المفتوح (آخر) أكد (32) فرد وبنسبة مئوية قدرت بـ 8,9%، **بأن من أسباب استخدام الفايسبوك هو الاطلاع على جديد الأخبار**.

ولا شك أن النتائج التي توصّلنا إليه تؤكد أنّ "الكلمة المكتوبة مازالت تمثل واحدة من أهم أدوات الاتصال من خلال شبكة الإنترنت، فالإنترنت في النهاية هي اتصال من خلال الكلمة المكتوبة...حيث تصبح الكلمة المكتوبة هي الأداة الرئيسية للتواصل والنقاش ...في ظل غياب الحضور الجسدي والمعرفة الشخصية بين أطراف عملية الاتصال، ولعل ذلك هو الذي جعل كنج King يرى أن الإنترنت قد أتاحت للبشر أن يخبروا شكلا جديدا من أشكال الاتصال، بدون أي وجود اجتماعي حقيقي، حيث تقدم الانترنت على حد قول كنج مايمكن تسميته بالحياة الاجتماعية البديلة، في الوقت نفسه الذي يؤكد فيه أن الاختلاف المهم هنا بين العلاقة القائمة من خلال الانترنت والعلاقات القائمة على أشكال التكنولوجيا الأخرى مثل (التلفون، والبريد العادي، والفاكس)، هو أن قيم الثقافة الجديدة لمجتمعات الانترنت الفعلية تنطوي على معايير اجتماعية تسمح وتشجع على الاتصال بالغرباء"[2].

ويذهب بعض الباحثين إلى تفسير تنامي الظاهرة بشكل كبير بأنّها عبارة عن "حالة مرضية من جانب أن الفرد يعوض بواسطة هذه الوسيلة ما يفتقده في واقعه خاصة إذا ما تعلق الأمر

(1) رشيدة سبتي، مرجع سبق ذكره، ص 278.

(2) صالح سليمان عبد العظيم، **الانترنت ولغة حجرات الدردشة –دراسة حالة لاستخدامات اللغة العربية في برنامج " البال توووك" Paltalk ودلالاتها الاجتماعية**، مجلة العلوم الإنسانية: جامعة البحرين العدد 12، 2006، ص 91.

بالعلاقات الاجتماعية، فالتعلق للحصول على علاقات اجتماعية مفقودة في الواقع قد يحدث إحساسا وهميا بالتعويض مما يزيد الفرد عزلة وابتعادا عن السياق الاجتماعي الحقيقي"[1].

الجدول رقم (11): يوضح أسباب استخدام الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس

السؤال رقم (3) تبعا للجنس		الجنس		التكرارات
		ذكر	أنثى	
س3: ماهي الأسباب التي تدفعك لاستخدام الفايسبوك؟	الدردشة	124	136	260
	التواصل مع الآخرين من خلال التعليقات	37	33	70
	البحث عن معلومات	56	42	98
	إثبات الذات	40	9	49
	التعبير عن الآراء والاهتمامات	55	37	92
	البحث عن علاقات اجتماعية	40	35	75
	الهروب من الواقع	23	36	59
	الاطلاع على جديد الأخبار	20	12	32

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى إجابات أفراد عينة الدراسة عن أسباب استخدامهم للفايسبوك، فقد مثلت الدردشة السبب الرئيسي لاستخدام الفايسبوك عند كل من الذكور والإناث مع تفوق بسيط لصالح الإناث **124** مقابل **136**، وقد أكدت نتائج دراسة كيت هامبتون وآخرون Keith N. Hampton and others في المجتمع الأمريكي نفس ما توصّلنا إليه فيما يخص التقارب بين الذكور والإناث حول استخدام الرسائل على الخاص، حيث توصلت إلى أن 3% من الذكور يستخدمون الدردشة على الخاص عدة مرات في اليوم مقابل 5% من الإناث، في حين أن النسبة

(1) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 281.

الأكبر من الذكور نادرا مايستخدمون الدردشة على الخاص بنسبة 26% مقابل عند الإناث (22%)[1].

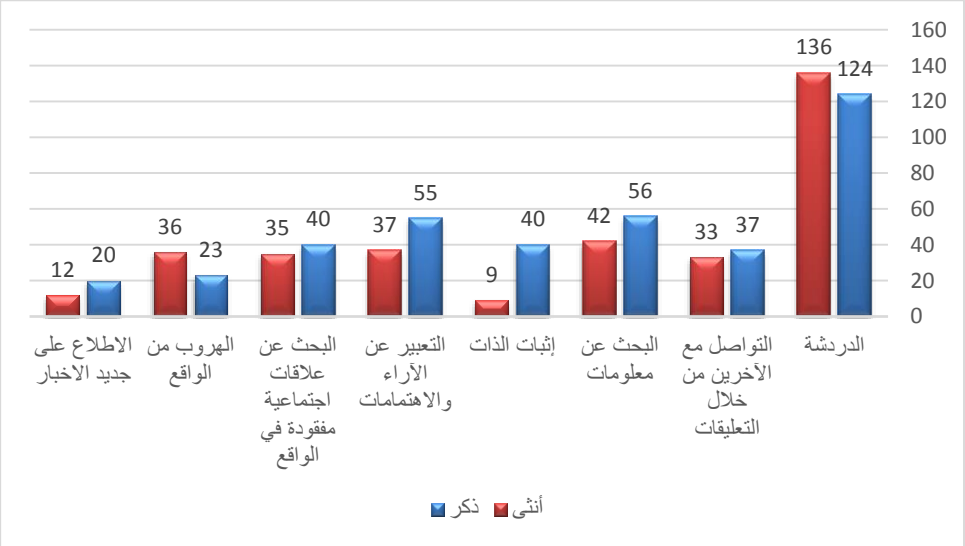
وقد شهدت باقي الأسباب تفوقا لصالح الذكور مقابل الإناث ماعدا سبب الهروب من الواقع الذي عرف تفوقا لصالح الإناث بـ**36** تكرارا مقابل **23** تكرارا عند الذكور وقد يعود ذلك لرغبة الإناث في التحرر من قيود الواقع الكثيرة التي تحيط بالأنثى في المجتمعات العربية.

إن الفضاءات التواصلية عبر الإنترنت "هي بمثابة أمكنة افتراضية، نتحدث عبر غرف الحوار والدردشة، بدون حدود وبدون تاريخ، ونتعامل مع هذه الفضاءات بعدّها أمكنة، ذات شحنة ثقافية يكون الحوار والتواصل أساسها، ويعدّ المكان الافتراضي مصطلحا حديث التداول الفكري، ويقصد به كل ما له صلة بالفضاء التخيلي، بشقه المادي والمتمثل في إبداع سبل جديدة في هندسة تكنولوجيات الافتراضي وبشقه الاعتباري، يضم أنشطة عالمنا الواقعي المعتاد، أو في إمكانه أن يضمها جميعها ويضم أشياء جديدة أخرى"[2].

وهذا معناه أنه توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على بدائل السؤال رقم:**03** تبعا لمتغير الجنس كما هو مبين في **الشكل التالي:**

(1) Keith N. Hampton and others, Op.Cit, p 21.

(2) بشرى جميل الراوي، **دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير**، مجلة الباحث الإعلامي: بغداد، العدد 18، 2012، ص 99.



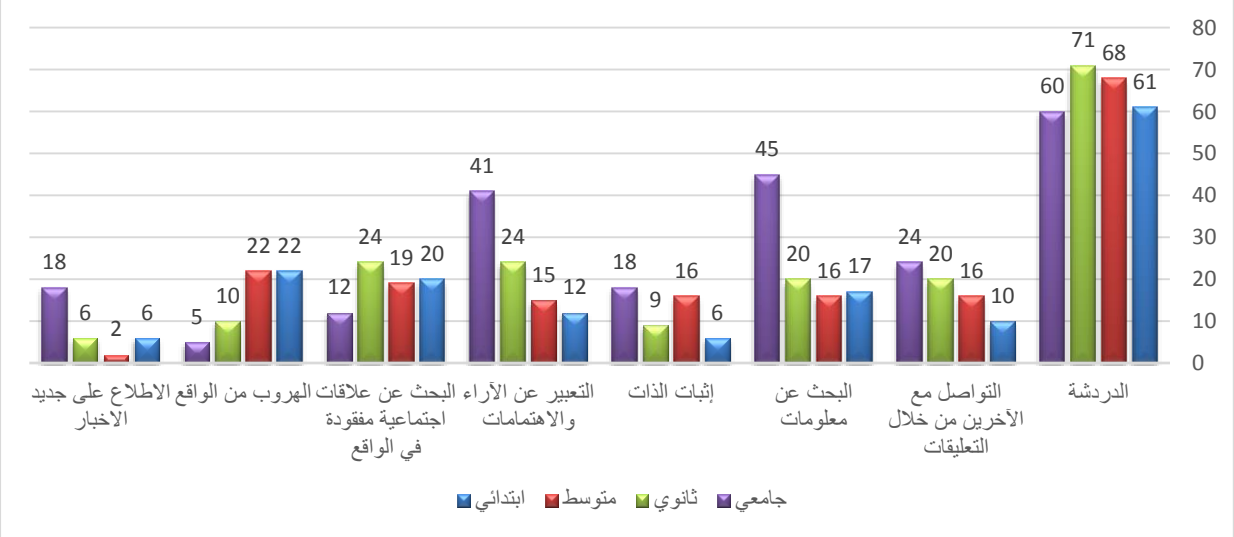
شكل رقم(09): يوضح أسباب استخدام الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس.

الجدول رقم (12): يوضح أسباب استخدام الفايسبوك تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

السؤال رقم (3) تبعا للمستوى التعليمي.		المستوى التعليمي				المجموع
		ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	
س 03: ماهي الأسباب التي تدفعك لاستخدام الفايسبوك؟	الدردشة	61	68	71	60	260
	التواصل مع الآخرين من خلال التعليقات	10	16	20	24	70
	البحث عن معلومات	17	16	20	45	98
	إثبات الذات	6	16	9	18	49
	التعبير عن الآراء والاهتمامات	12	15	24	41	92
	البحث عن علاقات اجتماعية	20	19	24	12	75
	الهروب من الواقع	22	22	10	5	59
	الاطلاع على جديد الأخبار	6	2	6	18	32

ومن خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى إجابات أفراد عينة الدراسة حول أسباب استخدام الفايسبوك وفقا لمتغير المستوى التعليمي، لا حظنا تقاربا فيما يخص اتجاه أفراد العينة بكل مستوياتهم نحو الدردشة، في حين لاحظنا اتجاه عدد كبير من ذوي المستوى الإبتدائي والمتوسط (22 تكرارا لكل منهما) نحو خيار **(الهروب من الواقع)** كبديل ثاني ثم (20 و19) تكرارا على التوالي لخيار **(البحث عن علاقات اجتماعية)** كبديل ثالث، أما النسبة الأكبر من الثانويين فاختاروا كبديل ثاني **(البحث عن علاقات اجتماعية)** و **(التعبير عن الآراء والاهتمامات)** (بـ24 تكرار) لكل منهما، في حين فئة الجامعيين اختارت كبديل ثاني**(البحث عن معلومات بـ (45 تكرار) ثم التعبير عن الآراء والاهتمامات بـ (41 تكرار)** كبديل ثالث وهذا بسبب ارتفاع المستوى العلمي للجامعيين سواء كانوا لا يزالون يزاولون الدراسة أو حتى بعد التخرج، كما أن هذه الفئة عادة ما ترغب في التعبير عن آرائها اتجاه الموضوعات المختلفة، لكونها تملك رصيدا علميا ومعرفيا يمكنها من مناقشة القضايا والتعبير عن آرائها إزاءها، في حين يستخدم أصحاب المستويات الابتدائي والمتوسط الفايسبوك للهروب من الواقع، وللبحث عن علاقات اجتماعية لضعف مستواهم العلمي، ولقلة وعيهم باستخدام الفايسبوك بما يحقق لهم منافع عديدة إضافة إلى التسلية طبعا.

وهذا معناه أنه توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على بدائل السؤال رقم:**03** تبعا لمتغير المستوى كما هو مبين في الشكل التالي:



شكل رقم(10): يوضح أسباب استخدام الفايسبوك تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

الجدول رقم (13): يوضح مدى نجاح الفايسبوك في مجال العلاقات الاجتماعية

بدائل الإجابة على السؤال رقم (4)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا^2	مستوى الدلالة	القرار
ناجح في تكوين علاقات اجتماعية افتراضية حقيقية	**74**	**%20,6**	**120,0**	**-46,0**	**2**	**61,717[a]**	**0,000**	**دال عند مستوى 0.01**
ناجح في تعميق العلاقات الاجتماعية الحقيقية فقط	**97**	**%26,9**	**120,0**	**-23,0**				
مجرد أداة للتسلية والتفريغ	**189**	**%52,5**	**120,0**	**69,0**				
الإجمالي	**360**	**%100**		////////////////				

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة ترى أن الفايسبوك "**مجرد أداة للتسلية والتفريغ**" وذلك بـ **(189)** تكرارا وبنسبة مئوية قدرت بـ **(52,5%)**، ويرى مانسبته **(26,9%)** من أفراد العينة والمقدر عددهم بـ **(97)** مفردة أن الفايسبوك "**ناجح في تعميق العلاقات الاجتماعية الحقيقية فقط**"، في حين أجاب **(74)** من أفراد العينة أي مانسبته **(20,6%)** فقط أن الفايسبوك "**ناجح في تكوين علاقات اجتماعية افتراضية حقيقية**".

وقد جاءت هذه النتائج متفقة إلى حد كبير مع ما توصلت إليه دراسة نرمين زكريا خضر حيث أشارت إلى أن التسلية والترفيه يأتي على رأس قائمة دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع فايسبوك Facebook فقد احتل نسبة (69.9%) من إجمالي عينة المبحوثين من طلاب الجامعات(القاهرة–البريطانية)، بينما جاء دافع خلق صداقات جديدة، ودافع التواصل مع الآخرين

وتطوير علاقات اجتماعية معهم في المرتبتين الثانية والثالثة بنسبة (41.2%) و(37.5%) على التوالى لكلٍ منهما على حدى [1].

وتتفق نتائج دراستنا التي توصلت إلى ارتفاع نسبة إشباع حاجات الترفيه والتسلية، وكذا ما توصل إليه كل من "كريستوفر "Christopher" وهينتر "Hunter" الذين أشاروا في دراستهم التي أجروها على عينة من مستخدمي الإنترنت بشكل عام إلى أن طلب التسلية والحاجة للاستمتاع من الإشباعات المهمة التي تتحقق من استخدام الإنترنت، ويرون أن المستخدم عندما يقوم بالتجوال التلقائي بين المواقع المختلفة فهو بذلك يمارس خبرة الإحساس بالإثارة مع استكشاف مجالات جديدة، ومساحات جديدة من المعلومات بشكل عفوي، وهو ما يرضي إحدى حاجاته العاطفية، وهي الحاجة إلى التسلية والانشغال، وفي رحلاته بين المعلومات قد يصادف المستخدم معلومات ومواد إعلامية تتفق واهتماماته، وهو ما يشبع بالتبعية حاجاته المعرفية في نفس الوقت"[2].

لا يختلف اثنان في أن التسلية والترفيه أمر ضروري لا سيما لدى فئة الشباب، لكّن هناك مبالغة من طرف الشباب العربي والجزائري في التركيز على التسلية والترفيه بشكل مبالغ فيه بالمقارنة مع الإشباعات الأخرى، وهذا قد يعود للمشاكل التي تحيط بالشباب العربي، بالإضافة إلى نقص الفضاءات والمساحات الخاصة بالتسلية والترفيه ما يدفع هؤلاء للبحث عن إشباع كل هذه الحاجات من خلال وسائل الاتصال.

وهذا لا ينفي وجود دراسات أخرى توصلت إلى نتائج مغايرة، حيث أشارت نتائج دراسة عربية سابقة إلى أن ما نسبته 75% من أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لـ (تعميق العلاقات الاجتماعية القائمة مع الأصدقاء والمعارف)[3].

---

(1) نرمين زكريا خضر، مرجع سبق ذكره، ص 41.

(2) رضا عبد الواحد أمين، **استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت**، مرجع سبق ذكره، ص 531.

(3) انظر: –ضيف الله عودة أبوصعيليك، محمد سليم الزبون، **أثر شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن**، مرجع سبق ذكره، ص 341.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية **(كا²)** حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية **(2)** قدرت بـ **61,717[a]** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا **(α=0.01)**، وبالتالي: هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثالثة **(مجرد أداة للتسلية والتفريغ)** ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو **99%** مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة **1%**.

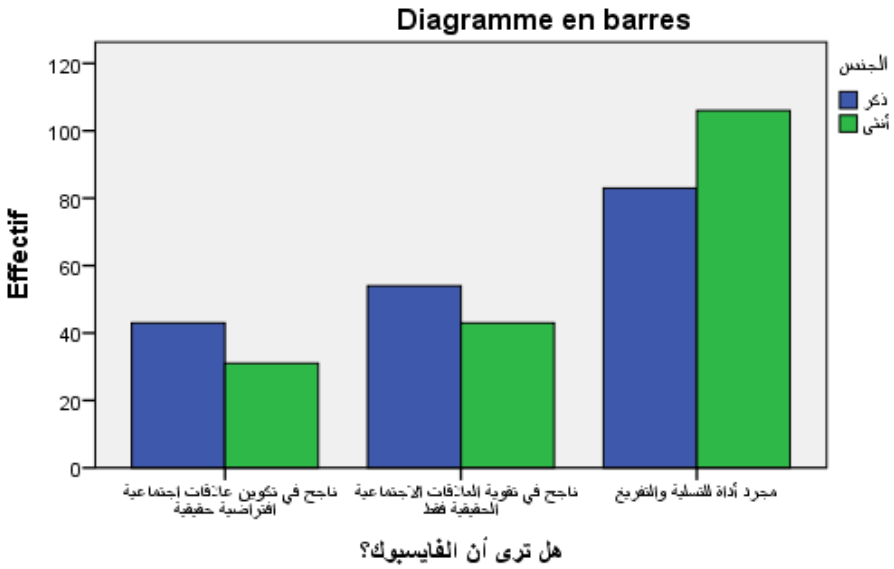
الجدول رقم (14): يوضح مدى نجاح الفايسبوك في مجال العلاقات الاجتماعية تبعا لمتغير الجنس.

السؤال رقم (4) تبعا للجنس		الجنس		التكرارات	درجة الحرية	قيمة كا² للاستقلالية	مستوى الدلالة	القرار
		ذكر	أنثى					
س4 هل ترى أن الفيسبوك؟	ناجح في تكوين علاقات اجتماعية افتراضية حقيقية	43	31	74	2	5,992[a]	0,050	دال إحصائيا
	ناجح في تعميق العلاقات الاجتماعية الحقيقية فقط	54	43	97				
	مجرد أداة للتسلية والتفريغ	83	106	189				
	الإجمالي	180	180	360				

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أفراد العينة من كلا الجنسين اتفقوا على أن الفايسبوك **(مجرد أداة للتسلية والتفريغ)**، مع تفوق واضح للإناث مقابل الذكور، وذلك بـ (106) تكرارا عند الإناث و(83) تكرارا عند الذكور، والملاحظ أيضا تفوق الذكور في اختيار البديل **(ناجح في تعميق العلاقات الاجتماعية الحقيقية فقط)** بـ **(54)** تكرارا عند الذكور مقابل (43) تكرارا عند الإناث، وكذا البديل **(ناجح في تكوين علاقات اجتماعية افتراضية حقيقية)** بـ **(43)** تكرارا عند الذكور مقابل 31 تكرارا عند الإناث، بمعنى أن الفرق لصالح الإناث أي أن أغلبية أفراد العينة من الإناث يرين أن الفايسبوك **مجرد أداة للتسلية والتفريغ**، ولعل لهذا ما يبرره في المجتمعات العربية

حيث تتاح حرية أكبر للذكور في التنقل واللقاء بالأصدقاء، ومجالات أوسع للتسلية والترفيه، في حين تعاني الإناث في المجتمعات العربية من ضغوط وتقييد لحريتهن، وهو ما قد يدفعهن للبحث عن مساحات افتراضية للترفيه والتسلية بعيدا عما يفرضه الواقع من قيود وضوابط.

وما يؤكد هذا الفرق هو ما دلت عليه قيمة (كا²) والتي بلغت **5,992[a]** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (**0.05**)، وهذا معناه أنه توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على بدائل السؤال رقم 4 تبعا لمتغير الجنس، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5% **كما هو مبين في الشكل التالي:**



شكل رقم(11): يوضح مدى نجاح الفايسبوك في مجال العلاقات الاجتماعية تبعا لمتغير الجنس.

الجدول رقم (15): يوضح مدى نجاح الفايسبوك في مجال العلاقات الاجتماعية تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

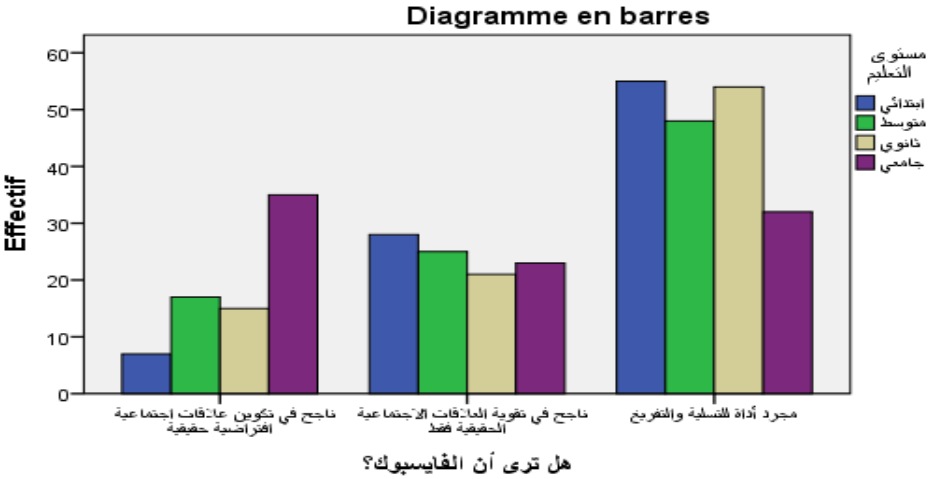
السؤال رقم (4) تبعا للمستوى التعليمي		المستوى التعليمي				المجموع	درجة الحرية	قيمة كا^2 للاستقلالية	مستوى الدلالة	القرار
		ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي					
س4 هل ترى أن الفيسبوك:	ناجح في تكوين علاقات اجتماعية افتراضية حقيقية	7	17	15	35	74	6	30,921[a]	0,000	دال إحصائيا
	ناجح في تعميق العلاقات الاجتماعية الحقيقية فقط	28	25	21	23	97				
	مجرد أداة للتسلية والتفريغ	55	48	54	32	189				
	الإجمالي	90	90	90	90	360				

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والخاص بمدى نجاح الفايسبوك في مجال الاجتماعية تبعا لمتغير المستوى التعليمي، أن أغلب أفراد العينة من ذوي المستويات المنخفضة (الابتدائي، المتوسط، والثانوي) يرون أن الفايسبوك **(مجرد أداة للتسلية والتفريغ)** وذلك بـ (55، 48، و54) تكرارا على التوالي، في حين أن النسبة الأكبر من الجامعيين يرون أن الفايسبوك **(ناجح في تكوين علاقات اجتماعية افتراضية حقيقية)** بـ (35) تكرارا، ولا شك أن للمستوى التعليمي تأثير على طبيعة العلاقة الاجتماعية، حيث أن ارتفاع هذا المستوى يوجه الأفراد لتكوين علاقات هادفة تقوم على الاهتمامات المشتركة، كما أن استخدامهم للفايسبوك عادة ما يكون هادفا، عكس أصحاب المستويات المنخفضة، وهؤلاء عادة ما يغلب الترفيه والتسلية على استخدامهم للفايسبوك.

وتوصلت دراسة أمريكية إلى ضعف العلاقات الافتراضية وعدم استمرارها، "إذ وجد باحثون من جامعة كاليفورنيا بلوس أنجلوس أن شبكة العلاقات الاجتماعية لدى طالب الجامعة العادي زادت من 137 فردًا في عام 2006 إلى 440 فردًا في عام 2009، ووفقًا لدراسةٍ أجراها العام

الماضي مركز بيو للأبحاث، لدى المراهق الأمريكي العادي اليوم حوالي 300 صديق على موقع فيسبوك و79 متابعًا على تويتر، لكن لا يمكن اعتبار كل هذه العلاقات بمثابة روابط اجتماعية قوية، لأنه قد لا يتم الاستمرار فيها من جانب الطرف الآخر"[1].

وما يؤكد النتائج السابقة ما دلت عليه قيمة (كا²) والتي بلغت **30,921**[a] وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.01)، وهذا معناه أنه توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 4 تبعا لمتغير المستوى التعليمي، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% كما هو مبين في الشكل التال



الشكل رقم(12): يوضح مدى نجاح الفايسبوك في مجال العلاقات الاجتماعية تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

(1) مايكل بوند، **الصداقة في عالم التكنولوجيا الحديثة**، تر: نيڤين عبد الرؤوف، مجلة نيو ساينتيست، المجلد 222، العدد 2970، 2014. . متاح على الموقع: https://book2read.com/en/node/3573، (2017/10/10، 05:30).

الجدول رقم(16): يوضح الأصدقاء الذين يتواصل معهم أفراد العينة.

بدائل الإجابة على السؤال رقم (5)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
نعم	104	%28,9	180,0	-76,0	1	64,178[a]	,000	دال عند مستوى 0.01
لا	256	%71,1	180,0	76,0				
الإجمالي	360	%100		////////////////				

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة لا تتواصل مع كل أصدقائها على الفايسبوك وذلك بـ 71,1%، والبالغ عددهم 256 تكرارا، في مقابل ما نسبته **28,9%** فقط والبالغ عددهم 104 تكرارا هم من يتواصلون مع كل أصدقائهم على الفايسبوك، ولا شك أن هذا يدل على عدم وجود ثقة في التواصل الافتراضي، حيث لا زال هذا النوع من العلاقات يطبعه الحذر في المجتمعات العربية، وهو ما أكدته الباحثة صونية عبديش قي دراستها حيث توصلت إلى أن أغلبية أفراد العينة" لايثقون "في أصدقائهم الفايسبوكيين، ما عبر عنه (59.6%)، وقد أرجعت ذلك إلى الأسباب التالية[1]:

-صعوبة التأكد مما يصرح ويدلي به الآخر وراء الشاشة، فهو يبقى"مجهولا" و"افتراضيا".

-استخدام" هويات مستعارة "لا تعبر عن الشخصية الفعلية للمستخدم، ما يخلق إحساسا بعدم الارتياح للآخر، وفي غالب الأحيان تمثل شخصيات مثالية ليس لها أي علاقة بالواقع.

-للحيطة والحذر "خوفا من الوقوع فريسة لتحرش أو مضايقة، إن وصلت العلاقة الافتراضية إلى "الثقة المطلقة."

(1) صونية عبديش، مرجع سبق ذكره، ص 185.

في حين ذهبت دراسة أمريكية إلى نتائج مخالفة حيث توصلت إلى أن مستخدم Facebook الذي يستخدم الموقع عدة مرات في اليوم هو أكثر احتمالا بنسبة 43٪ من مستخدمي الإنترنت الآخرين وأكثر من ثلاثة أضعاف من شعور غير مستخدمي الإنترنت في شعورهم بالثقة في الآخرين[1].

وليست الثقة هي السبب الوحيد في عدم اتصال أغلبية أفراد العينة بكل أصدقائهم على الفايسبوك، فقد يكون هناك أسباب أخرى كضيق الوقت والانشغال بأمور الدراسة أو العمل، أو قد تحوي قوائم أصدقائهم بعضا من الأقارب، أو زملاء العمل، أو حتى بعض الجيران أو المعارف الذين يمارسون دور المراقب على صاحب الحساب، دون أن تكون له القدرة على حذفهم، لأن هذا الحذف قد تكون له عواقب وخيمة على العلاقات الواقعية، وأغلب المستخدمين لديهم على قوائم أصدقائهم هذا النوع من الأشخاص دون حدوث أي تواصل بينهم.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب التي توصلنا إليها، تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ **64,178**[a] وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الثانية **(لا)** ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (17): يوضح الأشخاص الذين يتفاعل معهم أفراد العينة بشكل دائم

بدائل الإجابة للسؤال 6	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
الأصدقاء الواقعيون	200	%78,12	1
الأصدقاء الافتراضيون	93	%36,32	2
الأقارب	93	%36,32	2

من خلال الجدول أعلاه (وحيث يمكن لأفراد العينة اختيار أكثر من بديل)، وبالنظر إلى إجابات أفراد العينة نلاحظ أن أغلبيتهم يتواصلون مع أصدقائهم الواقعيين وذلك بـ **200** تكرار

(1) Keith N. Hampton and others, Op.Cit, p p, 32-33.

ونسبة مئوية قدرت بـ (78.12%)، في حين لا يتواصل مع الأصدقاء الافتراضيون والأقارب إلا ماقدره 93 تكرارا أي ما نسبته **36,32%** لكل منهما.

وعليه نستنتج من خلال هذه النسب أن **الأشخاص الذين يتفاعل معهم أفراد العينة بشكل دائم** هم الأصدقاء الواقعيون في المرتبة الأولى ويليها في المرتبة الثانية كل من الأصدقاء الافتراضيون والأقارب، وهو ما يؤكد ما تناولناه سابقا فيما يخص مفهوم العلاقات الافتراضية، حيث أنّها تتّركز أساسا على الأشخاص الذين يرتبطون بعلاقات في الواقع، أكثر من تلك العلاقات التي تنشأ على الإنترنت دون أي معرفة مسبقة.

وقد توصلت دراسة الباحثة نوال بركات إلى أن ما نسبته 71,4% يتعاملون مع أصدقائهم المقربين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، و(63,4%) من المبحوثين يتعاملون مع زملاء الدراسة و(42,1%) مع الأهل والأقارب، و(71,8%) يتعاملون مع مستخدمين تعرفوا عليهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي[1].

وتوصلت دراسة أمريكية إلى أن قائمة أصدقاء أفراد العينة تتشكل من زملاء الثانوية (22%) من العائلة الممتدة 12٪، وزملاء العمل (10٪)، وأصدقاء الكلية (9٪) ، والأسرة المباشرة (8٪)، والأفراد من المجموعات التطوعية (7٪) والجيران (2٪)[2].

في حين توصلّت دراسة عربية أن الأقارب يمثلون الفئة الرئيسية التي يتواصل معها أفراد عينة الدراسة عبر العلاقات الافتراضية على الإنترنت، حيث أشار إلى ذلك (30%) من إجمالي حجم العينة، يليهم الأصدقاء في الواقع الحقيقي بنسبة (26,5%)، يليهم الأصدقاء الذين تم التعرف عليهم عبر الإنترنت بنسبة (24,1%)، وأخيرا زملاء الدراسة بنسبة (19,1%)[3].

ولا يشترط أن يحدث التواصل مع جميع الأصدقاء والمتابعين، فغالبا ما يتخطَّى عدد الصداقات المائة والخمسين صديقًا، الذي حدده عالم الأنثروبولوجيا روبين دنبار كحدٍّ أقصى «للصداقات المهمة» التي هيَّأ التطور أدمغتنا للتعامل معها، لكن مَنْ كلُّ هؤلاء الأشخاص

(1) نوال بركات، مرجع سبق ذكره، ص 338.

(2) Keith N. Hampton and others, Op.Cit, p p , 26-27.

(3) ماهر عبد العال الضبع، مرجع سبق ذكره، ص 34.

الزائدين؟ إنهم من يُطلق عليهم الأشخاص الذين توجد بيننا وبينهم «روابط اجتماعية ضعيفة»، مثل أصدقاء المدرسة الثانوية أو الجامعة، وزملاء العمل السابقين أو الحاليين، وشركاء الحياة السابقين، ومن نقابلهم أثناء السفر، ومن تجمعنا بهم معرفة عابرة، وأصدقاء الأصدقاء، وأحيانًا بعض الغرباء. تتيح لنا شبكات التواصل الاجتماعي الاحتفاظ بصلةٍ مع هؤلاء الأصدقاء الثانويين، وذلك مثلًا عبر التبادل المتقطع للرسائل، أو عبر تصفُّح صورهم أو تحديثاتهم للحالة الخاصة بهم، في حين كنا فيما مضى سنترك هذه العلاقات تنتهي مع الوقت[1].

الجدول رقم (18): يوضح الأسلوب المفضل للتفاعل مع الآخرين على الفايسبوك

بدائل الإجابة للسؤال 7	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
الدردشة على الخاص	298	%82,8	1
صوت فقط	118	%32,8	2
صوت وصورة	99	%27,5	3
عن طريق التعليقات	78	%21,7	4

تتيح الشبكات الاجتماعية "بناء تفاعلات بشرية آلية، تسمح للعقول الإنسانية والحاسوبية بالانطلاق الحركي المتواصل ضمن آليات تفاعلية، تتيح إمكان التفاعل النصي وربما الصوتي والرسومي آنيا لتمكين الأفراد المشاركين من لعب أدوارهم التفاعلية المتوقعة، ولكن وفق صورة الإتاحة الرقمية بمواصفات الفضاء السيبرني المختلفة [2].

ونلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة والمقدرة بـ (298) تكرارا وبنسبة مئوية بلغت (82,8%) تفضل التفاعل مع الآخرين عن طريق الدردشة على الخاص، و(118) تكرارا أي ما نسبته (32,8%) صرّحوا أنهم يفضلون التفاعل عن طريق الصوت فقط، و(99) تكرارا أي بنسبة (27,5%) يفضلون التفاعل عن طريق الصوت والصورة معا، فيما لم يختر التفاعل عن طريق التعليقات إلا ما نسبته (21,7%) أي (21) تكرارا ، ومنه احتلت (الدردشة على الخاص) المرتبة الأولى والوسيلة المفضلة للتفاعل مع الآخرين على الفايسبوك، وفي المرتبة الثانية جاء بديل

(1) مايكل بوند، مرجع سبق ذكره.

(2) فريد الصغيري، مرجع سبق ذكره، ص ص، 414-415.

التواصل عن طريق (الصوت فقط)، وفي المرتبة الثالثة جاء بديل (الصوت والصورة)، ورابعا وأخيرا جاء بديل (التواصل عن طريق التعليقات).

ولعل الجاذبية التي تتميز بها الدردشة مردها إلى "التشابه الكبير بين المحادثة الالكترونية وبين الاتصال الشخصي المباشر وجها لوجه، كذلك أكدّت دراسات أخرى أنها أقل تكلفة بالمقارنة بالاتصال التليفوني في مجال التواصل بين الأفراد من بلدان مختلفة%[1]، "حيث أوجدت شكلا جديدا من العلاقات تنشأ بين الأفراد تتخطى الحدود المكانية والزمانية وتسمح بتحقيق تفاعل وتواصل اجتماعي...الكلمة المكتوبة هي أساس التواصل بينهم[2].

كما أن الدردشة على الخاص تحافظ على خصوصية أطراف العلاقة، حيث يضمن هؤلاء عدم اطلاع الطرف الآخر على شكلهم أو وضعهم، أو المكان الذي يكونون فيه، ولا نقصد هنا فقط الأشخاص الذين لا يوجد معرفة سابقة بينهم، بل حتى من يعرفون بعضهم واقعيا، حيث أن الدردشة على الخاص تمنحهم نوعا من الراحة النفسية بأن الآخر لا يراهم، وبالتالي لا يحتاجون للاهتمام بلباسهم، أو ومظهرهم كما في اللقاءات وجها لوجه، أو حتى في حال اتصال صوت وصورة، وما يدّل على هذا أن الاتصال عن طريق الصوت حلّ في المرتبة الثانية كونه يضمن كذلك قدرا من الخصوصية.

وقد شهدت أساليب الاتصال والتواصل على الإنترنت تحولا من التراسل النصي عبر الكتابة إلى التراسل السمعي البصري، حيث أصبحت توفر للمستخدمين تواصلا يماثل إلى حد كبير التواصل الواقعي عن طريق الصوت، أو الصوت والصورة معا.

(1) دينا فاروق أبو زيد، **استخدامات الشباب الجامعي لغرف المحادثة الالكترونية (غرف الدردشة) الأجنبية (دراسة مقارنة بين الشباب العربي والشباب الأجنبي)**، ص ص، 6-7. متاح على الموقع: http://erepository.cu.edu.eg/index.php/MC-Conf/article/view/5721 (2016/06/13، 10:15).

(2) رشيدة سبتي، مرجع سبق ذكره، ص ص، 272-273.

وقد توصلت دراسة كايث وآخرون Keith N. Hampton and others إلى نتائج مخالفة لما توصلنا إليه حيث أشارت إلى انخفاض نسبة من يرسلون رسائل خاصة للمستخدمين الآخرين إلى 10%، في حين مثلت نسبة من يعلقون على صور المستخدمين الآخرين 20%[1].

ولا شكّ أنّ "من أهم فضائل الشابكة على الناس في العالم كله أنها أتاحت لهم فرصة الإسهام المباشر في التعليق على المواد المنشورة وتحليلها وإعادة قراءتها غير مرة "[2]، ولكن لاحظنا من خلال إجابات العينة أنّهم لا يميلون إلى التعبير عن آرائهم، وتوجهاتهم، وهو ما لاحظناه كذلك من خلال تصفّح العشرات من الحسابات الشخصية لشباب جزائريين، حيث لاحظنا قلة استخدام أسلوب التعليقات في التفاعل مع أصدقائهم بشكل عام، ماعدا في بعض المناسبات.

الجدول رقم (19): يوضح التفاعل مع المنشورات على الفايسبوك

بدائل الإجابة على السؤال رقم(8)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
نعم	219	%60,8	180,0	39,0	1	16,900[a]	,000	دال عند مستوى 0.01
لا	141	%39,2	180,0	-39,0				
الإجمالي	360	%100		////////////////				

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن النسبة الأكبر من أفراد العينة تتفاعل مع المنشورات بشكل دائم وذلك بنسبة مئوية بلغت 60,8% ما يمثل (219) تكرارا، في حين مثّل من لا يتفاعلون مع المنشورات بشكل دائم (141) تكرارا ما يمثل نسبة 39,2%، وهو ما يدّل على أن أفراد العينة نشطين في استخدامهم للفايسبوك.

(1) Keith N. Hampton and others, Op.Cit, p p, 32-33.

(2) وليد العناتي، يوسف ربابعة، إبراهيم حسين خليل، مرجع سبق ذكره، ص 208.

وقد أشار تقرير إماراتي حول المنطقة العربية إلى نتائج متقاربة مع ما توّصلنا إليه، حيث ذهب إلى أن 58% من المستخدمين العرب يستخدمون الإعلام الاجتماعي للتعبير عن آرائهم ومشاعرهم حول السياسات الحكومية والخدمات[1].

وتوصلت الباحثة نوال بركات في دراستها إلى أن 54,2% من المبحوثين يتفاعلون (إعجاب، تعليق...) مع ما ينشره زملاؤهم على صفحاتهم في مواقع التواصل الاجتماعي، وبذلك يحقّق الاجتماع –حسب الباحثة– بالأصدقاء قدرا وافرا من الارتياح النفسي والشعور بالحياة العادية[2].

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب التي توصلنا إليها، تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ**16,900**[a] وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى **(نعم)** ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (20): يوضح المنشورات المتفاعل معها أكثر من غيرها على الفايسبوك

بدائل الإجابة للسؤال 9	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
الصور الشخصية	211	% 58,6	1
المنشورات الساخرة	122	% 33,9	3
منشورات التسلية	157	%43,6	2
الإبداعات الشخصية	36	%10	5
المنشورات العاطفية	79	%21,9	4

(1) Fadi Salem, Op.Cit, p 15.

(2) نوال بركات، مرجع سبق ذكره، ص ص، 272-273.

لقد سجلت الصورة حضورا فاعلا في زمن الاتصال الافتراضي، و تدخلت في جميع جوانب الحياة نظرا لارتباطها بثقافة الاستهلاك و بحركة الانفعالات و التخيل وكل الجوانب المهمة والمؤثرة في حياة الإنسان.

فالشاب أو الطفل يرى العالم من حوله قبل أن يتكلم، فهو يرى العالم كصورة و يفكر فيه كصورة، و يتعامل مع المحيطين به كصورة ...و من ثمة تكون الصورة وسيلة للتعلم والتفاعل مع الآخرين عن طريق الإدراك أولا قبل أن يصل إلى النطق والكلام[1].

وما يؤكد ذلك الجدول أعلاه وفيما يخص المنشورات التي يتفاعل معها أفراد العينة على الفايسبوك، (وحيث يمكن لأفراد العينة اختيار أكثر من بديل)، نلاحظ أن أغلبيتهم يتفاعل مع **(الصور الشخصية)** في المرتبة الأولى بـ **211** تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ (58.6%)، وفي المرتبة الثانية جاء البديل **(منشورات التسلية)** بمجموع تكرار بلغ **157** وبنسبة مئوية قدرت بـ(43.6%)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل **(المنشورات الساخرة)** بمجموع تكرار بلغ (122) وبنسبة مئوية قدرت بـ 33,9%. وفي المرتبة الرابعة جاء البديل **(المنشورات العاطفية)** بمجموع تكرار بلغ (79) وبنسبة مئوية قدرت بـ 21,9%. وفي المرتبة الخامسة جاء البديل **(الإبداعات الشخصية)** بمجموع تكرار بلغ (36) وبنسبة مئوية قدرت بـ 10%.

والعصر الحالي يطلق عليه عصر الصورة، ما يؤكّد الجاذبية التي تتميّز بها هذه الأخيرة، حيث تعتبر الصورة في معانيها ودلالاتها المتشعبة وحدة اتصالية هامة في علاقتها بجمهورها المستخدم، وذلك بالنظر إلى ما توفره من فاعلية وتشويق وجاذبية و إثارة في مستوى موادها الإخبارية ومضامينها الثقافية التي تقدمها، حيث تتجه الاستخدامات الاتصالية التي أضحت قائمة اليوم بين الشباب و الصورة الرقمية شيئا فشيئا إلى التسامح و القبول بالكم الكبير من المؤثرات الخطرة و مشاهد الإباحية والعنف متعدد الأبعاد[2].

(1) فريد الصغيري، مرجع سبق ذكره، ص ص، 419-420.

(2) المرجع نفسه، ص 413.

الجدول رقم (21): يوضح أساس التفاعل مع منشورات الأصدقاء

بدائل الإجابة للسؤال 10	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
مجاملة	138	%38,3	1
اهتمام بالمنشور نفسه	105	%29,2	2
الاهتمام بصاحب المنشور	66	%18,3	4
التعبير عن آرائك بحرية	79	%21,9	3

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ النسبة الأكبر من أفراد العينة **تتفاعل مع منشورات الأصدقاء على أساس** الـ **(مجاملة)** بـ **138** تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ 38.3% محتلة بذلك المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاء البديل الـ **(اهتمام بالمنشور نفسه)** بمجموع تكرار بلغ **105** وبنسبة مئوية قدرت بـ (29.2%)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل **(التعبير عن آرائك بحرية)** بمجموع تكرار بلغ **(79)** وبنسبة مئوية قدرت بـ 21,9%، وفي المرتبة الرابعة جاء البديل **(الاهتمام بصاحب المنشور)** بمجموع تكرار بلغ (66) وبنسبة مئوية قدرت بـ 18,3%.

لا شكّ أن هذه النتائج تؤكد مثالية العلاقات التي تتّم عبر الشبكات الاجتماعية، والدليل ارتباط المجاملة بالتفاعل عبر الشبكات الاجتماعية أكثر منها في التفاعل المباشر وجها لوجه، كما أنّ جزء كبيرا من المستخدمين يحبذ أن تنال منشوراته نسبة عالية من التفاعل، ولو كان يدرك أنها على سبيل المجاملة كنوع من التباهي أمام الآخرين بشهرته ومكانته وانبهار الآخرين بأفكاره، والإنترنت توفر ملجأ لمن ضاق بهم الواقع، وبمعنى آخر فإن الفرد قد يهرب من الواقع فيجد ضالته في الانترنت التي احتضنته لحظة الحاجة إلى عالم آخر يوفر له بعض الاستراحة إلى أجل[1]، كما أن الكثير من المستخدمين يلجئون إلى أسلوب المجاملة مع من تربطهم بهم مصلحة مباشرة، أو من يملكون مكانة اجتماعية، رغبة في التقرّب منهم.

(1) فايزة يخلف، مرجع سبق ذكره، ص 54.

الجدول رقم (22): يوضح أساس التفاعل مع منشورات الأصدقاء تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

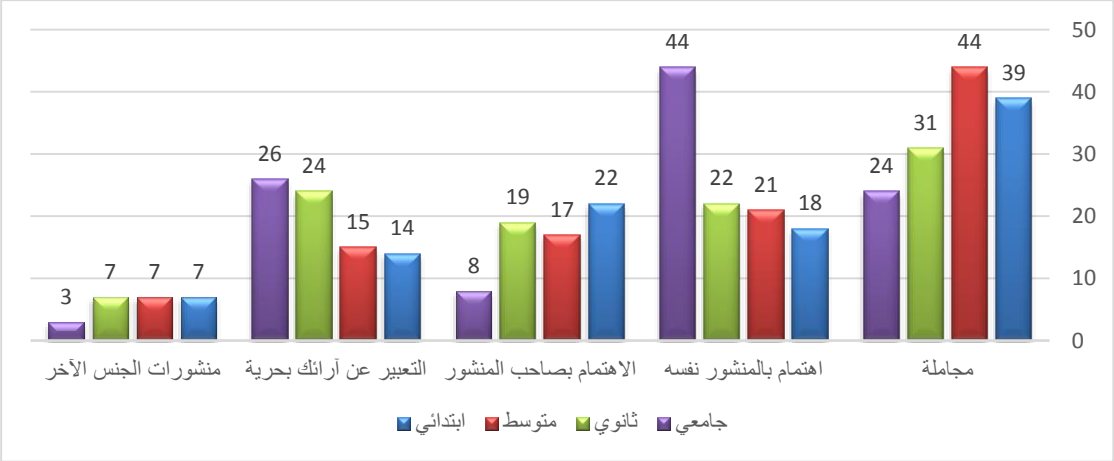
السؤال رقم (10) تبعا للمستوى التعليمي		المستوى التعليمي				المجموع	الترتيب
		ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي		
على أي أساس تتفاعل مع منشورات الأصدقاء؟	مجاملة	39	44	31	24	138	1
	اهتمام بالمنشور نفسه	18	21	22	44	105	2
	الاهتمام بصاحب المنشور	22	17	19	8	66	4
	التعبير عن آرائك بحرية	14	15	24	26	79	3
	منشورات الجنس الآخر	7	7	7	3	24	5

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ اختلاف في أساس التفاعل مع منشورات الأصدقاء وفقا لمتغير المستوى التعليمي، حيث أن أكبر نسبة من ذوي المستوى الإبتدائي والمتوسط والثانوي يتفاعلون على أساس الـ(مجاملة) وذلك بـ (39) و(44) و(31) تكرارا على التوالي مع ارتفاع عدد الثانويين الذين اختاروا (**التعبير عن آرائك بحرية**) بعدد تكرارات قدره (24) تكرارا، في حين أصحاب المستوى الجامعي اختاروا (**اهتمام بالمنشور نفسه**) بـ **44** تكرارا، ثم (**التعبير عن آرائك بحرية**) بـ **26** تكرارا.

ونلاحظ تأثيرا لمتغير المستوى التعليمي على التفاعل مع المنشورات، حيث يميل أصحاب المستويات الأعلى للاهتمام بمحتويات معينة تهمه وللتعبير عن آرائهم بحرية، وهذا هو أساس ظهور الشبكات الاجتماعية، حيث تعتبر إحدى القنوات الجديدة التي أهدتها الشبكة العنكبوتية إلى أفراد الجمهور في مختلف دول العالم، فهي تتيح لهم فرصا اتصالية عديدة، وتمكن الفرد العادي من أن يكون قائما على عملية الاتصال بنفسه، فيرسل الرسائل ويستقبلها في أي وقت، ومن أي مكان يتواجد فيه إلى عدد صغير أو كبير من أعضاء هذه الوسائل، وتشهد وسائل الاتصال الاجتماعي في عالمنا العربي إقبالا من الجمهور للانضمام لعضويتها، وبخاصة فئة الشباب الذين

تقل أعمارهم عن 25 عاما، لتحقيق أغراض تواصلية، تتجاوز الجوانب الاجتماعية إلى المجالات السياسية بتجلياتها المختلفة[1].

أما بالنسبة للفرق في استجابات أفراد العينة ذوي المستويات التعليمية (ابتدائي / متوسط/ ثانوي/ جامعي) على بدائل السؤال رقم (8) فنلاحظ وجود فرق بالنسبة للبديل **(مجاملة)** لصالح المستوى المتوسط بـ (44 تكرار) ثم يليه المستوى الابتدائي بـ (39 تكرار)، أما بالنسبة للبديل **(اهتمام بالمنشور نفسه)** فنلاحظ وجود فرق لصالح المستوى الجامعي بـ (44 تكرار)، في حين نلاحظ وجود فرق لصالح المستويات التعليمية الدنيا الابتدائي بـ (22 تكرار) ثم الثانوي بـ (19 تكرار) / ثم المتوسط بـ (17 تكرار) بالنسبة للبديل **(الاهتمام بصاحب المنشور)**، أما بالنسبة للبديل (**التعبير عن آرائك بحرية)** فنلاحظ أن الفرق كان لصالح المستويين الجامعي **بـ (26 تكرار)** ثم يليه المستوى الثانوي **بـ (24 تكرار)** أما بالنسبة للبديل **(منشورات الجنس الآخر)** نلاحظ وجود فرق لصالح المستويات التعليمية الدنيا (الابتدائي/ الثانوي/المتوسط) وهذا معناه أنه توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 10 تبعا لمتغير المستوى التعليمي كما هو مبين في **الشكل التالي**:



شكل رقم (13): يوضح أساس التفاعل مع منشورات الأصدقاء تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

(1) عبد الرحمان محمد الشامي، **الميديا الاجتماعية من التشتيت إلى التجميع**، مجلة الخليج، العدد 84، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، الكويت، 2011، ص 27.

الجدول رقم (23): يوضح اللغة المستخدمة في التفاعل على الفايسبوك

بدائل الإجابة للسؤال:11	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
العربية	110	%30,6	4
الأجنبية	68	%18,9	5
العامية	156	%43,3	2
العربيزية (كتابة العربية بأحرف فرنسية)	196	%54,4	1
الرموز الأيقونية	113	%31,4	3
الصور	78	%21.7	6

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن اللغة الأكثر استخداما من طرف أفراد العينة هي العربيزية (كتابة العربية بأحرف فرنسية) بـ **196** تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ (54.4%) محتلة بذلك المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية اختار أفراد العينة اللغة (**العامية**) بمجموع تكرار بلغ **156** وبنسبة مئوية قدرت بـ (43.3%)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (**الرموز الأيقونية**) بمجموع تكرار بلغ (113) وبنسبة مئوية قدرت بـ 31,4%. وفي المرتبة الرابعة جاء البديل (**العربية**) بمجموع تكرار بلغ (110) وبنسبة مئوية قدرت بـ 30,6%، وفي المرتبة الخامسة جاء البديل (**الصور**) بمجموع تكرار بلغ (**78**) وبنسبة مئوية قدرت بـ 21,7%، وفي المرتبة السادسة جاء البديل (**الأجنبية**) بمجموع تكرار بلغ (**68**) وبنسبة مئوية قدرت بـ 18,9%.

ويعود تفضيل أغلبية أفراد العينة للغة العربيزية والعامية، لأنهم يشاركون في مواضيع نقاش عامة أو للتسلية، وهذه غالبا لا تتطلب استخدام اللغة العربية في عملية التفاعل، بل تتطلب استخدام اللغة الأسهل والأكثر اختصارا.

وقد أشارت دراسة وليد العناتي، يوسف ربابعة، إبراهيم حسين خليل إلى نتائج متماثلة لما توصلنا إليه، فقد أظهرت الإحصاءات تفوق العامية على الفصحى، إذ بلغت نسبة استعمال الفصحى دائما(7,6%) وهي نسبة ضئيلة جدا مقارنة بنسبة استعمال العامية 47,4%[1].

(1) وليد العناتي، يوسف ربابعة، إبراهيم حسين خليل، مرجع سبق ذكره، ص 207.

ورغم أن تقرير إماراتي[1] أشار إلى نمو وتزايد في انتشار اللغة العربية مؤخرا على الفايسبوك، ويمثل أكثر انتشار للعربية على الفايسبوك في اليمن حيث تسجل اللغة العربية 81% من مجموع اللغات المستخدمة على الفايسبوك، أما في الجزائر تشكل اللغة العربية 21% من مجموع اللغات المستخدمة على الفايسبوك، واللغة الفرنسية 57% والانجليزية 3% ولغات أخرى 14%، وقد شهدت الجزائر انتشارا متزايدا لاستخدام اللغة العربية بداية من تطبيق قانون التعريب، واتجاه الجزائر لتوسيع استخدام اللغة العربية في مختلف المجالات.

وقد أشار تقرير إماراتي آخر صادر سنة 2017 ومع ذلك، أن (76٪) يفضلون التعبير عن مشاعرهم بالنقر فوق زر الإعجاب، مثل "أعجبني" أو "لم يعجبني" حوالي 50 ٪ قالوا إنهم يعبرون عن مشاعرهم على وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام الايموجي* "emoticons" "emojis" وحوالي 30٪ يعبرون عن وجهات نظرهم باستخدام اللغة العربية، وأجاب (26٪) بأنهم يستخدمون الأجنبية (الانجليزية والفرنسية) (مثلا: sad،cool...) وحوالي (23٪) يستخدمون لغة الإنترنت (Lolspeak) (مثلا هههههه، LoL، 5air)، وأجاب حوالي 15٪ أنهم يجمعون بين النص العربي والأجنبي (مثلا حلو LOL)، بينما (10٪) قالوا أنهم يستخدمون الهاشتاج "hashtags" حوالي (8,5%) يفضلون كتابة العربية بأحرف أجنبية[2].

"وقد ارجع تقرير الإعلام الاجتماعي العربي والحراك المدني.....تأثير فيسبوك وتويترر" غلبة الإنجليزية في دول الخليج العربي، إلا السعودية، إلى العمالة الوافدة والمقيمين غير العرب، وأما في شمال إفريقيا فإن غلبة الفرنسية محمولة على شيوع الفرنسية في الحياة اليومية، ولعلنا نضيف إلى ذلك سببا تقنيا يتعلق بتعريب لوحات المفاتيح الفرنسية، أما موقع "تويتر "فإن نسبة استخدامه في

(1) **نظرة على الإعلام الاجتماعي في العالم العربي**، مرجع سبق ذكره ، ص 12.

* إيموجي: مصطلح ياباني يعني الصور التعبيرية أو الوجوه الضاحكة تستخدم في كتابة الرسائل الإلكترونية، تم اختراعه من طرف شيجتاكا كوريتا Shiegetaka Kurita

انظر: Jeff Blagdon, **How emoji conquered the world- The story of the smiley face from the man who invented it**-2013, Site: https://www.theverge.com/2013/3/4/3966140/how-emoji-conquered-the-world

(2) Fadi Salem, Op.Cit, p 15.

البلاد العربية أقل بكثير مقارنة بفايسبوك، وأرجع التقرير ذلك إلى عدم إطلاق واجهة عربية لتويتر "[1].

الجدول رقم (24): يوضح اللغة المستخدمة في التفاعل على الفايسبوك تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

السؤال رقم:(11) تبعا للمستوى التعليمي.		المستوى التعليمي				المجموع	الترتيب
		ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي		
س 11 ما هي اللغة التي تستخدمها في تفاعلك على الفايسبوك	العربية	5	12	37	56	110	4
	الأجنبية	5	12	19	32	68	6
	العامية	40	41	44	31	156	2
	العربيزية (كتابة العربية بأحرف فرنسية)	57	59	50	30	196	1
	الرموز الأيقونية	39	46	20	8	113	3
	الصور	27	31	12	8	78	5

من خلال الجدول أعلاه والمتعلق باللغة المستخدمة تبعا لمتغير الجنس نلاحظ أن أكبر عدد من ذوي المستوى الإبتدائي قد اختاروا اللغة العربيزية **(كتابة العربية بأحرف فرنسية)**، حيث جاءت في المرتبة الأولى بـ **(57)** تكرارا، ثم في المرتبة الثانية **(العامية)** بـ **(40) تكرارا، ثم (الرموز الأيقونية) بـ (39)** تكرارا، **أما ذوي المستوى المتوسط فاحتلت** اللغة العربيزية **(كتابة العربية بأحرف فرنسية)**، المرتبة الأولى بـ **(59)** تكرارا، ثم **(الرموز الأيقونية)** في المرتبة الثانية بـ **(46) تكرارا، ثم (العامية)** في المرتبة الثالثة **بـ (41)** تكرارا، أما فئة الثانويين فنلاحظ أنهم قد اختاروا اللغة العربيزية **(كتابة العربية بأحرف فرنسية)**، حيث جاءت في المرتبة الأولى بـ **(50)** تكرارا، ثم في المرتبة الثانية **(العامية)** بـ **(44) تكرارا، ثم (العربية) بـ (37)** تكرارا، وأخيرا فئة الجامعيين حيث اختاروا اللغة **(العربية)** في المرتبة الأولى بـ **(56)** تكرارا، فيما شهدت كل من

(1) وليد العناتي، يوسف ربابعة، إبراهيم حسين خليل، مرجع سبق ذكره، ص 203.

اللغات (**الأجنبية**) و(**العامية**) و(**العربيزية**) تقاربا واضحا في النسب بـ (**32، 31، 30**) **تكرارا على** التوالي، كما لاحظنا انخفاض من اختاروا الصور والرموز الأيقونية عند كل من الجامعيين والثانويين، وارتفاع استخدامهما بالمقابل عند ذوي المستوى الابتدائي والمتوسط.

إن حرية التصرف في الهوية الشخصية وانتشار الأسماء المستعارة بين المستخدمين، تعتبر من أبرز السمات الرئيسية لتحرير لغة التخاطب الإلكتروني، الذي يتضمن جملا متوسطة وقصيرة لا يراعى فيها الانضباط إلى قواعد النحو، أو الصرف، وصحة التراكيب إذ يحتوي النص على كلمات لا تحمل أي دلالة لغوية، تحيله إلى نوع من التركيب العبثي للألفاظ والمفردات، لا يؤدي إلى معنى محدد ولا يرمز إلى فكرة معينة مما ينتج عنه ضمور الدلالة اللغوية لفائدة سياق التخاطب، أو ما يمكن تسميته بالدلالة السياقية، التي تسمح للمتحدث أن يستعمل رموزا وأشكالا معلوماتية إلى جانب ألفاظ النص الذي يدوّنه[1].

أما بالنسبة للفرق في استجابات أفراد العينة ذوي المستويات التعليمية (ابتدائي / متوسط/ ثانوي/ جامعي) على بدائل السؤال رقم (11) فنلاحظ وجود فرق في استخدام (**العربية والأجنبية**) لصالح المستوى الجامعي، أما بالنسبة لاستخدام **العامية** فالفرق لصالح المستويات التعليمية الدنيا (الثانوي فالمتوسط فالابتدائي)، وكذلك استخدام **العربيزية** (**كتابة العربية بأحرف فرنسية**) كان الفرق لصالح المستويات التعليمية الدنيا (المتوسط فالابتدائي ثم الثانوي)، وكذلك استخدام (**الرموز الأيقونية/ الصور**) كان الفرق لصالح المستويات التعليمية الدنيا (المتوسط والابتدائي).

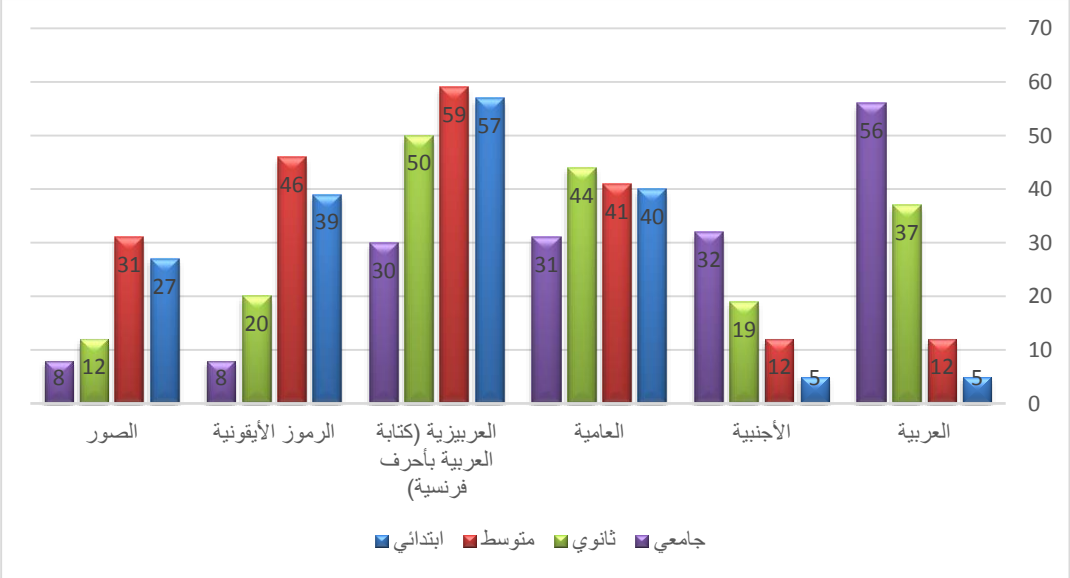
ما يلاحظ أن ذوي المستوى الجامعي أكثر استخداما للعربية في تفاعلاتها، ولعل هذا يعود لتأثير المستوى التعليمي، ما يؤهله لاستخدامها كونها تتطلب الماما بقواعد اللغة، في حين سواء العامية أو العربيزية هما أسهل في التعامل، ولا يخضعان لأي قواعد، بل للاستخدام اليومي.

وتستمر اللغة العربية في النمو باعتبارها اللغة الأكثر انتشارًا على منصات الإعلام الاجتماعي الرئيسية عالمياً لكن إذا أخذنا فيسبوك مثالًا، فنجد أن لغات أخرى غير العربية والإنجليزية والفرنسية تشهد أيضاً نموًا في المنطقة العربية، ومع طرح لغات جديدة على فيسبوك ومنصات

(1) فريد الصغيري، مرجع سبق ذكره، ص 417.

الإعلام الاجتماعي الأخرى، حدث انتقال طبيعي نحو واجهات اللغات المحلية التي قدمها فيسبوك مثلًا خلال العامين الماضيين، ففي الدول التي تضم عددًا كبيرًا من غير الناطقين بالعربية، كدول مجلس التعاون الخليجي، كان طرح واجهات جديدة بلغات تنطق بها فئات واسعة من السكان يعني أن أعدادًا كبيرة منهم قد انتقلت إلى استخدام تلك الواجهات، مما يفضي كذلك إلى تراجع استخدام الإنجليزية في هذه البلدان عبر وسائل التواصل الاجتماعي[1].

وهذا معناه أنه توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 11 تبعا لمتغير المستوى التعليمي كما هو مبين في **الشكل التالي**:



شكل رقم(14): يوضح اللغة المستخدمة في التفاعل على الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس.

(1) **نظرة على الإعلام الاجتماعي في العالم العربي**، مرجع سبق ذكره، ص 12.

المبحث الثاني: مساهمة الهوية الافتراضية في إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية عند الشباب الجزائري

الجدول رقم (25): يوضح المقارنة بين الشخصية الواقعية والافتراضية

بدائل الإجابة على السؤال رقم (12)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
أنهما متطابقتان	89	%24,7	72,0	17,0	4	93,000[a]	0,000	دال عند مستوى 0.01
الشخصية الواقعية أكثر مثالية	33	%9,2	72,0	-39,0				
الشخصية الافتراضية أكثر مثالية	134	%37,2	72,0	62,0				
نفسها مع صراحة أكبر	63	%17,5	72,0	-9,0				
نفسها مع تحفظ أكثر	41	%11,4	72,0	-31,0				
الإجمالي	360	%100	//////////					

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة ترى فيما يخص العلاقة بين الشخصية الواقعية والافتراضية، أن **الشخصية الافتراضية أكثر مثالية** " والبالغ عددهم (134) بنسبة مئوية قدرت بـ 37,2 %، ثم جزء من أفراد العينة ي يرى "**أنهما متطابقتان**" وقد بلغ عددهم (89) فردا بنسبة مئوية بلغت 24,7%، ويرى (63) فردا منهم وبنسبة مئوية قدرت بـ 17,5% "**أنها نفسها مع صراحة أكبر**"، فيما لم تحظ باقي الخيارات إلا باهتمام بسيط من أفراد العينة.

تتنقل الذات الافتراضية في واقع رقمي متغير، في حالة بين الظهور والتخفي، وبقدر ما يمكن أن تكون تفاعلاتها مع الآخرين على درجة كبيرة من الوضوح والجلاء من خلال تحررها في التعبير عن الرغبات والمواقف والهواجس والمخاوف، فإن استخدام القناع الرقمي في الحوارات الإلكترونية

يمكن أن ينشىء أنماطا مختلفة من العلاقات الاجتماعية، يغيب فيها التعامل الصادق بين الأفراد الأمر الذي قد ينجم عنه في أحيان كثيرة انعدام الثقة بين الأشخاص، الذين يرغمون على أدوار مركبة تحدّ من كفاءتهم الاتصالية وثقتهم بأنفسهم .حيث يجد المستخدمون في الشبكات الاجتماعية الإلكترونية إطارا مناسبا للتعريف بأنفسهم وتقديم آرائهم وأفكارهم، ولكن غالبا ما يتم هذا الأمر بصورة مثالية مبالغ فيها، حيث يعمد هؤلاء إلى تأدية أدوار تظهرهم أكثر جاذبية، لأنهم في معظم الأحيان لا يريدون أن يروا بما لا يرغبون في هيئتهم وكلامهم ورغباتهم وبقية تفاصيل شؤونهم العامة والخاصة[1].

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب التي توصلنا إليها، تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ**93,000**[a] وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين الأربع بدائل لصالح المجموعة الثانية (حسن)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (26): يوضح المعلومات الشخصية الحقيقية المتاحة على الفايسبوك

بدائل الإجابة للسؤال 13	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
الاسم واللقب	240	% 66,7	1
الصورة الشخصية	145	%40,3	3
العمل	58	%16,1	6
العمر	108	%30	4
الحالة الاجتماعية	74	%20,6	5
البلد والإقامة	175	%48,6	2
رقم الهاتف	28	%7,8	7
البريد الالكتروني	23	%6,4	8

(1) فريد الصغيري، مرجع سبق ذكره، ص 424.

من خلال الجدول أعلاه، وفيما يخص المعلومات الشخصية التي يتيحها أفراد العينة على ملفهم الشخصي على الفايسبوك، (وحيث يمكن لأفراد العينة اختيار أكثر من بديل)، حيث نلاحظ أن **(الاسم واللقب)** هو أكثر البيانات حضورا على الملفات الشخصية لأفراد العينة بـ **240** تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ 66.7%، وفي المرتبة الثانية جاء البديل **(البلد والإقامة)** بمجموع تكرار بلغ **175** وبنسبة مئوية قدرت بـ (48.6%)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل **(الصورة الشخصية)** بمجموع تكرار بلغ **(145)** وبنسبة مئوية قدرت بـ **40,3%**، وفي المرتبة الرابعة جاء البديل **(العمر)** بمجموع تكرار بلغ **(108)** وبنسبة مئوية قدرت بـ 30 %. وفي المرتبة الخامسة جاء البديل **(الحالة الاجتماعية)** بمجموع تكرار بلغ **(74)** وبنسبة مئوية قدرت بـ 20,6 %، فيما لم تحظى بيانات **(العمل)** **(رقم الهاتف)** و**(البريد الالكتروني)** إلا باهتمام ضئيل من طرف أفراد العينة.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة أن أكثر المعلومات الشخصية التي يتيحها أفراد العينة على ملفهم الشخصي على الفايسبوك **الاسم واللقب** ثم **البلد والإقامة** ثم **الصورة الشخصية** ...الخ، وأقل المعلومات المتاحة على الفيسبوك هي **رقم الهاتف والبريد الالكتروني.**

وأشار تقرير عربي قيما يخص أكثر المعلومات الشخصية المزيفة التي يشاركها المستخدمون عبر الإنترنت، ممن أجابوا بأنهم يشاركون معلومات زائفة عن شخصيتهم، إلى أن حوالي (61٪) من هؤلاء المستجوبين أجابوا أنهم يستخدمون أسماء مزيفة، و(40٪) أجابوا أنهم يقدمون معلومات خاطئة عيد الميلاد أو العمر (6٪)، حوالي (35٪) يقدمون معلومات زائفة عن الموقعً، مثل المدينة أو البلد، (17٪) يقدمون معلومات زائفة عن الوضع الاجتماعي، إذا كان متزوج أم أعزب و(13٪) يقدمون معلومات زائفة عن الجنس... [1].

(1) Fadi Salem, Op.Cit, p 11.

الجدول رقم (27): يوضح نوع الهوية الافتراضية على الفايسبوك

بدائل الإجابة على السؤال رقم (14)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
اسم حقيقي وصورة وهمية	125	%34,7	72,0	53,0	4	151,611ª	0,000	دال عند مستوى 0.01
اسم وهمي وصورة حقيقية	33	%9,2	72,0	-39,0				
اسم حقيقي وصورة حقيقية	112	%31,1	72,0	40,0				
اسم وهمي وصورة وهمية	87	%24,2	72,0	15,0				
اسم دون صورة	03	%0,8	72,0	-69,0				
الإجمالي	360	%100		//////////				

من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بنوع الهوية الافتراضية على الفايسبوك، أجابت النسبة الأكبر من أفراد العينة أنهم يستخدمون هوية بـ "**اسم حقيقي وصورة وهمية**" وذلك بـ 34,7% أي ما يقدر بـ (125) تكرارا، ثم الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "**اسم حقيقي وصورة حقيقية**" والبالغ عددهم (112) بنسبة مئوية قدرت بـ 31,1%، ثم الذين أجابوا بـ "**اسم وهمي وصورة حقيقية**" والبالغ عددهم (33) بنسبة مئوية قدرت بـ 9,2 % ثم الذين أجابوا بالبديل " **اسم وهمي وصورة وهمية** " والبالغ عددهم (87) بنسبة مئوية قدرت بـ 24,2 % .

وقد لا حظنا من خلال النتائج ارتفاع من يخفون هوياتهم سواء بشكل جزئي أو كلي، وقد يعود ذلك للعديد من الأسباب حسب أفراد العينة من بينها ما يتعلق بحماية بياناتهم من تجسس الآخرين، والتصرف بحرية أكبر، في حين ذهب البعض الآخر إلى عدم رغبتهم في قبول طلبات الصداقة من كل أصدقائهم ومعارفهم، فالإسم المستعار يضمن لهم بعض الخصوصية.

ويوفر الفايسبوك ما يعرف بالتجسيد الرقمي للذوات والهويات، وتحويل الشخصيات الإنسانية في غرف حيث توفر "CyborgSelf" الحوار والدردشة إلى شخصيات معدلة تكنولوجيا، أو ما يسمى بذات سايبورغ هذه الغرف وسطا ثقافيا مشتركا وموحدا يجمع إليه جميع البشر بصيغة شاملة، دون اعتبار لاختلاف الأديان والثقافات والجنسيات، ومن خلال المفهوم الجديد للهوية الرقمية عبر الشبكات الحوارية الإلكترونية، يغدو مفهوم الهوية أكثر تعقيدا وغموضا، إذ تزداد خصائص الشخصية الإلكترونية كما وكيفا[1].

وقد توصلت دراسة نوال بركات إلى نتائج مخالفة حيث أشارت إلى أنّ (61,1%) يستخدمون أسماؤهم الحقيقية وهذا ما يؤكد على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي محاط بإطار من الجدية والثقة–حسب الباحثة– من طرف المبحوثين، وتوصلت إلى أن اختيارهم لأسمائهم الحقيقية في اشتراكاتهم ضمن مواقع التواصل الاجتماعي رغبة منهم في الظهور بهويتهم الحقيقية بنسبة (38,2%) وحتى يجدهم أصدقاءهم ومعارفهم بسهولة من خلال إدراج أسماءهم والبحث عنهم وذل بنسبة (36%)[2].

أما النسبة المتبقية المقدرة بـ .(38,9%) فقد اختاروا اسما مستعارا لاستخدام حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وهم يعتبرون من الأشخاص الحذرين الحريصين على إخفاء أسمائهم ومعلوماتهم الخاصة وحتى هوياتهم أو قد يصل البعض منهم إلى تزييف شخصياتهم وانتحال شخصيات أخرى قد تكون حقيقية أو وهمية، فهؤلاء يتعاملون بحساسية مفرطة مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي وقد يبدوا كثير منهم مضطربين أو لامسؤولين من خلال أفكارهم وتعليقاتهم وكذا منشوراتهم[3].

وقد أشارت أحد التقارير في المنطقة العربية فيما يتعلق بكم المعلومات المزيفة على الشبكات الاجتماعية، إلى أن (15٪) من المستجوبين في المنطقة العربية قالوا علناً إنهم يقدمون معلومات شخصية زائفة عنهم على كل أو بعض منصات التواصل الاجتماعي (10٪ على بعض المنصات

(1) فريد الصغيري، مرجع سبق ذكره، ص 423.

(2) نوال بركات، مرجع سبق ذكره، ص 334.

(3) المرجع نفسه، 334.

و 5٪ على جميع المنصات)،... وفي إجابتهم على أكثر الشبكات التي يقدمون عليها معلومات مزيّفة، حوالي (40٪) من الذين قالوا أنهم يقدمون معلومات شخصية زائفة يفعلون ذلك على الشبكات الاجتماعية العامة (المتنوعة) فايسبوك مثل Facebook وGoogle Plus قوقل بلاس، وحوالي(16٪) أجابوا أنهم يقدمون معلومات شخصية زائفة على تويتر ومنصات التدوين المصغر الأخرى، ونسبة (11٪) على منصات مشاركة الصور مثل Instagram و(11٪) كذلك على منصات مشاركة الفيديو مثل موقع YouTube[1].

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب التي توصلنا إليها، تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ151,611[a] وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين الاربع لصالح المجموعة الأولى (اسم حقيقي وصورة وهمية)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (28): يوضح نوع الهوية الافتراضية على الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس.

السؤال رقم (14) تبعا للجنس		الجنس		التكرارات	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
		ذكر	أنثى					
س14 ما نوع هويتك على الفيسبوك؟	اسم حقيقي وصورة وهمية	38	87	125	4	168,534[a]	0,000	دال إحصائيا
	اسم وهمي وصورة حقيقية	28	5	33				
	اسم حقيقي وصورة حقيقية	102	10	112				
	اسم وهمي وصورة وهمية	9	78	87				
	اسم دون صورة	3	0	3				
	الإجمالي	180	180	360				

(1) Fadi Salem , Op.Cit, p 12.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بنوع الهوية الافتراضية على الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس، أن أغلبية الذكور يستخدمون في تفاعلهم على الفايسبوك هوية بـ **(اسم حقيقي وصورة حقيقية)** بـ (102) تكرارا، ومجموعة منهم تستخدم هوية بـ **(اسم حقيقي وصورة وهمية)** وذلك بـ 38 تكرارا، أما بالنسبة للإناث فأغلبيتهن أجبن أنهن يستخدمن هوية بـ **(اسم حقيقي وصورة وهمية)** بـ 87 تكرارا، وهوية بـ **(اسم وهمي وصورة وهمية)** بـ 78 تكرارا.

ولا شكّ أن الذكور أكثر اتجاها لعرض بياناتهم الخاصة مقارنة بالإناث، ويمكن تبرير ذلك بطبيعة المجتمع العربي والجزائري، الذي يتيح الحرية في التصرّف للذكور، في حين يضيّق الرقابة على تصرفات الإناث، لا سيما ما يتعلق بالصور الشخصية حيث لا تقبل الكثير من الأسر عرض بناتهن لصورهن الشخصية على الفايسبوك في حين لا يلقى الذكور نفس المعارضة، إضافة إلى أنّ بعض الإناث يمتنعن عن ذلك خوفا من سرقة صورهن أو التجسس عليهن، وقد يعود ذلك لحداثة استخدام هذا النوع من المواقع في المجتمعات العربية من جهة، إضافة إلى عدم وجود قوانين تحمي المستخدمين في أغلب الدول العربية من جهة أخرى.

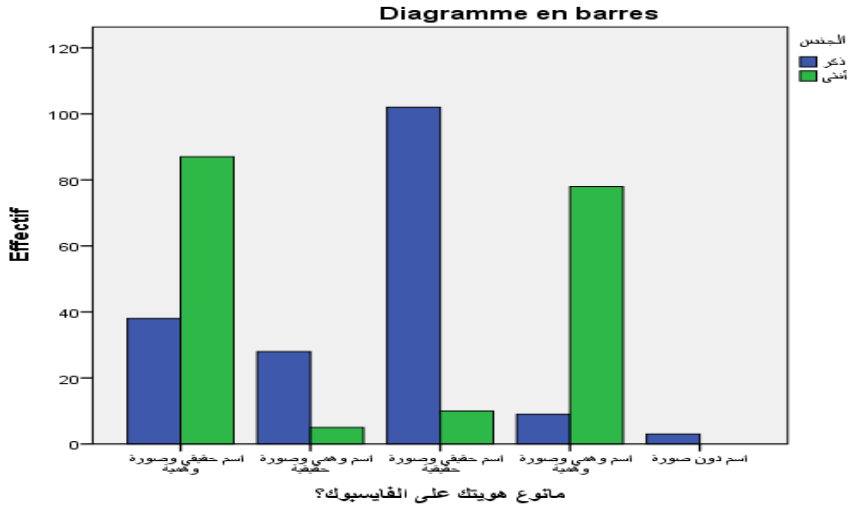
وقد توصلت دراسة نوال بركات إلى أن نسبة معتبرة جدا من الذكور تقدر بـ (70,6%) تستخدم اسما حقيقيا في مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بنسبة (47,7%) من الإناث، وقد أرجع المبحوثون ذلك لعدة أسباب منها: حب الظهور بالشخصية الحقيقية والتعامل مع أشخاص حقيقيين والشفافية في التعامل ...، ومن جهة أخرى نجد أن نسبة الإناث تفوقت بمقدار (52,6%) واللواتي يستخدمن اسما مستعارا، وقد أرجع معظمهم إجمالا الأسباب في اختيار الأسماء المستعارة إلى تفادي المشكلات وعدم التعرض للإزعاج وكذا الخوف من القرصنة وتفادي التطفل على المعلومات الشخصية ...[1].

أما بالنسبة للفرق في استجابات أفراد العينة من الجنسين على بدائل السؤال رقم (14) فنلاحظ وجود فرق لصالح الإناث بالنسبة للبديل **(اسم حقيقي وصورة وهمية)** بـ 87 تكرار مقابل الذكور بـ(38 تكرار)، أما بالنسبة للبديل **(اسم وهمي وصورة حقيقية)** فنلاحظ وجود فرق لصالح الذكور

(1) نوال بركات، مرجع سبق ذكره، 334.

بـ(28 تكرار) مقابل الإناث بـ (5 تكرارات)، وبالنسبة للبديل (**اسم حقيقي وصورة حقيقية**) فنلاحظ وجود فرق لصالح الذكور بـ (102 تكرار) مقابل الإناث بـ (10 تكرارات)، أما بالنسبة للبديل (**اسم وهمي وصورة وهمية**) فنلاحظ وجود فرق لصالح الإناث بـ (78 تكرار) مقابل الذكور بـ (9 تكرارات)، وهو ما يؤكد ما أشرنا إليه سابقا، حيث أن طبيعة المجتمع العربي والجزائري تفرض بعض القيود والعادات على الأنثى في حين لا يخضع الذكور لهذه القيود بنفس الدرجة.

وما يؤكد هذا الفرق هو ما دلت عليه قيمة (كا²) والتي بلغت $168,534^{a}$ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.01)، وهذا معناه أنه توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 14 تبعا لمتغير الجنس، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% كما هو مبين في **الشكل التالي**:



شكل رقم(15): يوضح نوع الهوية الافتراضية على الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس.

الجدول رقم (29): يوضح نوع الهوية الافتراضية على الفايسبوك تبعا لمتغير السن.

السؤال رقم (14) تبعا للسن		السن			المجموع	درجة الحرية	قيمة كا^2	مستوى الدلالة	القرار
		من 18- إلى أقل من 24	من 24- إلى أقل من 30	من 30 – إلى أقل من 36					
ما نوع هويتك على الفيسبوك؟	اسم حقيقي وصورة وهمية	45	35	45	125	8	9,967[a]	0,267	غير دال إحصائيا
	اسم وهمي وصورة حقيقية	15	9	9	33				
	اسم حقيقي وصورة حقيقية	38	41	33	112				
	اسم وهمي وصورة وهمية	21	33	33	87				
	اسم دون صورة	1	2	0	3				
	الإجمالي	120	120	120	360				

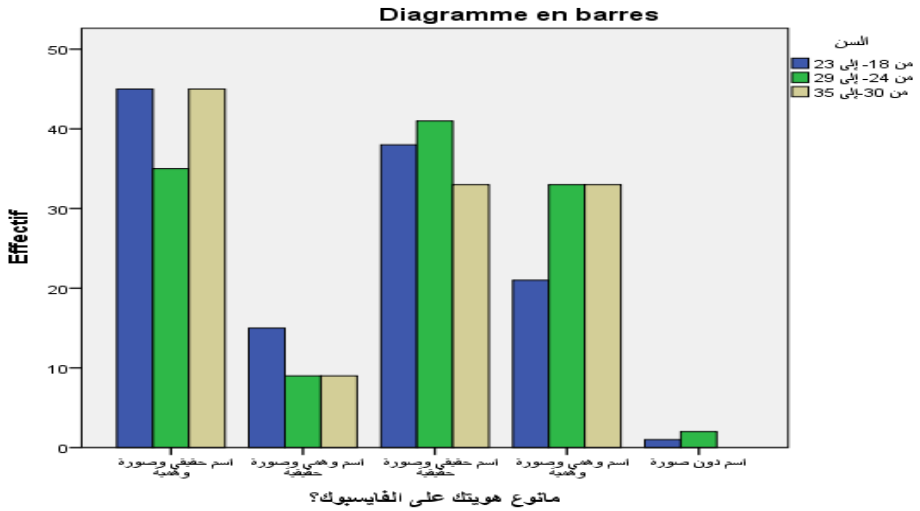
من خلال الجدول أعلاه، والمتعلق بـ**نوع الهوية على الفايسبوك تبعا لمتغير السن**، نلاحظ أن النسبة الأكبر من فئة السن (من **18 إلى أقل من 24**) تستخدم هوية بـ (**اسم حقيقي وصورة وهمية**) وذلك بـ(45) تكرارا، ثم (**اسم حقيقي وصورة حقيقية**) بـ(38) تكرار، في حين يفضل أغلبية أفراد العينة من فئة السن (**24 إلى أقل من 30**) **استخدام هوية بـ (اسم حقيقي وصورة حقيقية)** وبذلك بـ(41) تكرارا، ثم (**اسم حقيقي وصورة وهمية**) بـ(35) تكرارا، أما فئة السن (**30 إلى أقل من 36**) **فيفضل أغلبيتهم استخدام هوية بـ(اسم حقيقي وصورة وهمية)** بـ (45) تكرارا، ثم (**اسم حقيقي وصورة حقيقية**) و(**اسم وهمي وصورة وهمية**) بـ (33) تكرارا لكل منهما.

وفي هذا الإطار "يشير "Livingstone and Bober" إلى أن المراهقين الأكبر سنا يستعملون الإنترنت في غالب الأحيان من أجل الاتصال بشبكتهم الشخصية القائمة، بينما المراهقون الأقل سنا فيستعملون الإنترنت من أجل الاتصال بالغرباء، ويلعبون بهوياتهم، بمعنى أنهم قد يؤدون أدوار هويات متعددة أثناء التفاعل مع الآخر"[1].

ومنه نلاحظ وجود فرق بالنسبة للبديل **(اسم وهمي وصورة وهمية)** لصالح الفئتين العمريتين **(من 24 إلى أقل من 30 ومن 30 إلى أقل من 36)**. أما بالنسبة للبديل **(اسم وهمي وصورة حقيقية)** فنلاحظ أن الفرق كان لصالح الفئة العمرية من **(18 إلى أقل من 24)**، أما بالنسبة للبديل **(اسم حقيقي وصورة وهمية)** فنلاحظ أن الفرق كان لصالح الفئتين العمريتين **(من 18 إلى أقل من 24/ ومن 30 إلى أقل من 36)**، أما بالنسبة للبديل **(اسم حقيقي وصورة حقيقية)** فنلاحظ أن الفرق كان لصالح الفئتين العمريتين **(من 24 إلى أقل من 30 ثم تليها الفئة العمرية 18 إلى أقل من 24)**، حيث نلاحظ أنه كلما زاد العمر زاد التحفظ على البيانات الشخصية، وبالرغم من هذا التفاوت الواضح في عدد التكرارات بالنسبة لبدائل هذا السؤال إلا أن هناك تقاربا واضح بين إجابات فئات السن الثلاث.

وهذا ما دلت عليه قيمة (كا²) والتي بلغت **9,967[a]** وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.05)، وهذا معناه أنه توجد لا توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 14 تبعا لمتغير السن، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5% كما **هو مبين في الشكل التالي:**

(1) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص 84.



شكل رقم (16): يوضح نوع الهوية الافتراضية على الفايسبوك تبعا لمتغير السن.

الجدول رقم (30): يوضح عدد حسابات الفايسبوك لدى أفراد العينة.

بدائل الإجابة على السؤال رقم:(15)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
واحد	197	%54,7	90,0	107,0	3	214,778[a]	0,000	دال عند مستوى 0.01
اثنين	103	%28,6	90,0	13,0				
ثلاثة	46	%12,8	90,0	-44,0				
أكثر	14	%3,9	90,0	-76,0				
الإجمالي	360	%100	//////////					

ومن خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (360) فردا قد انقسمت إلى أربع مجموعات، ومثلت النسبة الأكبر منهم أولئك الذين يملكون حساب واحد وقد بلغ عددهم (197) فردا بنسبة مئوية بلغت 54,7%، ثم أولئك الذين يملكون حسابين والبالغ عددهم (103) بنسبة مئوية قدرت بـ 28,6%، فيما لم تمثل نسبة من يمتلكون ثلاث حسابات أو أكثر إلا 12,8% و3,9% .

وقد أشار تقرير عربي إلى أن حوالي (46%) من المبحوثين يملكون حسابات متعددة على شبكة اجتماعية واحدة على الأقل، وأن (34%) يمتلكون أكثر من حساب واحدة على فايسبوك[1].

"هناك من يعمد إلى تغيير هويته للتعامل مع عدة أشخاص، ويستخدم شخصية مستعارة تختلف من فرد لآخر، لكي يتعرف على نظرة الناس ورأيهم عن تلك الشخصية التي قدّمها لهم، وبالتالي فهو يحاول أن يكتشف مختلف الشخصيات، من خلال لعب أدوار مختلفة، فالعوالم الافتراضية تفسح المجال للفرد أن يضع هويته موضع استكشاف وتجريب، وذلك بأن يلعب دورا معينا مع كل علاقة (...)، ولذلك أطلق بعض علماء النفس على هذه العوالم الافتراضية اسم ورشات هوية "identity work shops"، أو كما يسميها تومبسن "Thompson" مجتمعات كشف الذات "société de révélation de soi""[2].

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب التي توصلنا إليها، تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ **214,778[a]** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين الأربع لصالح المجموعة الأولى (واحد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

(1) Fadi Salem , Op.Cit, p 10.

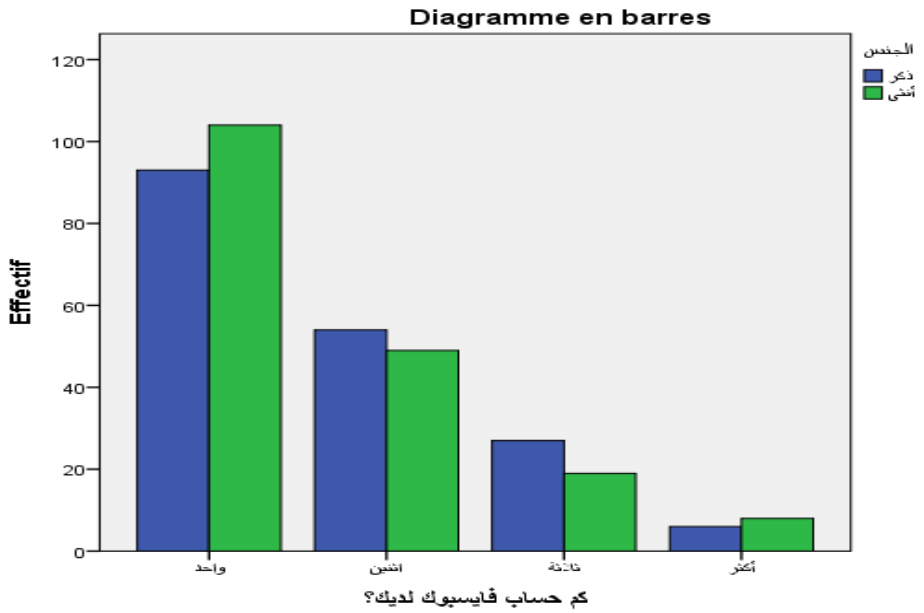
(2) إبراهيم بعزيز، **منتديات المحادثة والدردشة الإلكترونية، –دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع–**، مرجع سبق ذكره، ص ص، 109–110.

الجدول رقم (31): يوضح عدد حسابات الفايسبوك لدى أفراد العينة تبعا لمتغير الجنس.

السؤال رقم (15) تبعا للجنس		الجنس		التكرارات	درجة الحرية	قيمة كا^2	مستوى الدلالة	القرار
		ذكر	أنثى					
س 15 كم حساب فيسبوك لديك؟	واحد	93	104	197	3	2,534[a]	0,469	غير دال إحصائيا
	اثنين	54	49	103				
	ثلاثة	27	19	46				
	أكثر	6	8	14				
	الإجمالي	180	180	360				

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى إجابات أفراد عينة الدراسة على عدد حسابات الفايسبوك لديهم وفقا لمتغير الجنس، نلاحظ وجود فروق طفيفة بالنسبة للبديل واحد والبديل أكثر لصالح الإناث، في حين نلاحظ فروق طفيفة بالنسبة للبديل اثنين وثلاثة لصالح الذكور، أي أن الذكور أكثر امتلاكا لحسابات الفايسبوك من الإناث حسب عينة الدراسة، وبالرغم من هذا التفاوت الواضح في عدد التكرارات بالنسبة لبدائل هذا السؤال إلا أن هناك تقارب واضح بين إجابات الجنسين.

وهذا ما دلت عليه قيمة (كا²) والتي بلغت $2,534^a$ وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.05)، وهذا معناه أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 15 تبعا لمتغير الجنس، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5% كما هو مبين في **الشكل التالي**:



شكل رقم (17): يوضح عدد حسابات الفايسبوك لدى أفراد العينة تبعا لمتغير الجنس

الجدول رقم (32): يوضح عدد حسابات الفايسبوك لدى أفراد العينة تبعا لمتغير المستوى التعليمي:

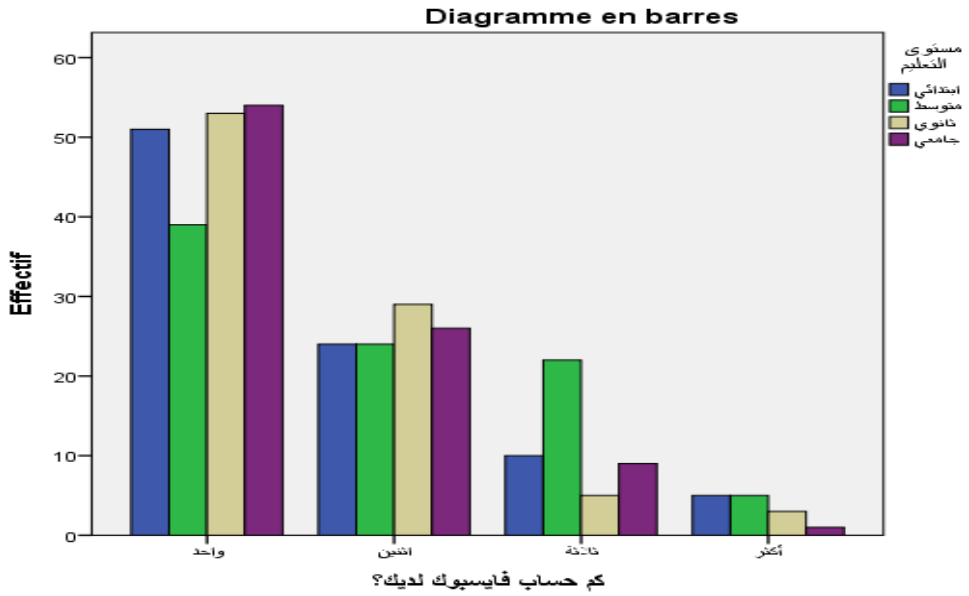
السؤال رقم (15) تبعا للمستوى		المستوى				المجموع	درجة الحرية	قيمة كا^2	مستوى الدلالة	القرار
		ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي					
كم حساب فيسبوك لديك؟	واحد	51	39	53	54	197	9	20,732[a]	0,014	دال إحصائيا
	اثنين	24	24	29	26	103				
	ثلاثة	10	22	5	9	46				
	أكثر	5	5	3	1	14				
	الإجمالي	90	90	90	90	360				

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال المتعلق بـ عدد **حسابات فايسبوك لدى أفراد العينة**، ورغم أن أغلبية أفراد العينة قد صرحوا بامتلاكهم لحساب واحد من المستويات التعليمية المختلفة إلا أن هناك ارتفاعا ملحوظا لمن يملكون ثلاثة حسابات عند كل

من أصحاب المستوى الابتدائي والمتوسط، مع ارتفاع بسيط لمن يملكون حساب واحد وحسابين لدى أصحاب المستوى الثانوي والجامعي، وقد يعود هذا لانشغال هؤلاء بالدراسة، إضافة إلى أن الثانوية أو الجامعة توفر لهم فرضا للتفاعل مع الآخرين وتشكيل العلاقات معهم، في لا يجد أصحاب المستويات الابتدائي والمتوسط فضاءات للتفاعل مع الآخرين فيلجئون للشبكات الاجتماعية كفضاء بديل للتعارف والترفيه عن أنفسهم.

أما بالنسبة للفرق في استجابات أفراد العينة على بدائل السؤال (15) تبعا للمستويات التعليمية (ابتدائي/متوسط/ثانوي/جامعي) فنلاحظ أن الفرق كان لصالح المستويات **(ابتدائي /ثانوي/جامعي)** وبالنسبة للبديل **(واحد)**، أما بالنسبة **للبديل (اثنين)** فنلاحظ أنّ الفرق طفيف بين المستويات التعليمية الأربع، أما بالنسبة **للبديل (ثلاثة)** فنلاحظ أن الفرق كان لصالح المستوى المتوسط، وبخصوص البديل (أكثر) فالفرق كان لصالح المستويين (المتوسط والابتدائي).

وما يؤكد هذا الفرق هو ما دلت عليه قيمة (كا²) والتي بلغت **20,732**[a] وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.05)، وهذا معناه أنه توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 15 تبعا لمتغير المستوى التعليمي، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5% **كما هو مبين في الشكل التالي:**



شكل رقم (18): يوضح عدد حسابات الفايسبوك لدى أفراد العينة تبعا لمتغير المستوى التعليمي

الجدول رقم(33): يبين طبيعة الهوية الافتراضية لمن يملكون أكثر من حساب

بدائل الإجابة على السؤال رقم (15-1)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
حساب حقيقي وباقي الحسابات وهمية	122	%33,9	40,8	81,3	3	221,957[a]	0,000	دال عند مستوى 0.01
كل حساباتك وهمية	21	%5,8	40,8	-19,8				
كل حساباتك حقيقية	19	%5,3	40,8	-21,8				
حسابات ببيانات حقيقية بتحفظ	1	%,3	40,8	-39,8				
الإجمالي	163	%45,3	/////////					

يعتبر موقع" الفايسبوك "Facebook" أهم مواقع الشبكات الاجتماعية الإلكترونية على الإنترنت..، هذا ويقبل العديد من الطلبة والشباب والمثقفين على استخدام هذا الموقع كمتنفس اجتماعي جديد، يتقمصون من خلاله شخصيات سيبرنية تختلف عن شخصياتهم الحقيقية، ويخوضون علاقات صداقة وتعارف مع مئات الشبان مجهولي الهوية الحقيقية...[1].

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة، الذين يملكون أكثر من حساب على الفايسبوك والبالغ عددهم إجمالا (163) فردا قد انقسمت إلى أربع مجموعات، أجاب أغلبيتهم بأنهم يملكون "**حساب حقيقي وباقي الحسابات وهمية**" حيث بلغ عددهم (122) فردا بنسبة مئوية بلغت 33,9%، ثم الذين أجابوا بـ" **كل حساباتهم وهمية** " والبالغ عددهم (21) بنسبة مئوية قدرت بـ 5,8%، ثم الذين أجابوا بأن " **كل حساباتهم حقيقية**" والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 5,3%، ثم الذين أجابوا بأنهم يستخدمون "**حسابات ببيانات حقيقية بتحفظ** " والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـ 0,3%.

(1) فريد الصغيري، مرجع سبق ذكره، ص 423.

ولا شكّ أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون حساب حقيقي وباقي الحسابات وهمية، ليتصرف بحرية عبر هذه الحسابات ويتحرر ممن يعرفونه في الواقع، ويتعامل بالحساب الحقيقي مع الأصدقاء والأهل والمعارف، وهذا لا يفسر بالانفصام في شخصية هؤلاء بقدر ما يفسر برغبة الفرد عيش حريته من جهة، واحترام مختلف القيم الاجتماعية والحفاظ على صورته أمام المجتمع من جهة أخرى، إضافة إلى أن، البعض منهم يستخدمون هذه الحسابات المستعارة للنقد والتعبير عن آرائهم السياسية.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ **221,957[a]** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين الأربع لصالح المجموعة الأولى (حساب حقيقي وباقي الحسابات وهمية)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (34): يوضح طبيعة منشورات أفراد العينة على الفايسبوك

بدائل الإجابة للسؤال:16	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
صور شخصية	106	% 29,4	4
أفكارك وآراؤك الشخصية	154	%42,8	2
انجازاتك	45	%12,5	6
تفاصيل حياتك اليومية	53	%14,7	5
نقل منشورات تعبر عن تجاربك	145	%40,3	3
صور تعبر عن حالتك النفسية وانفعالاتك	174	%48,3	1
منشورات نقدية ساخرة	13	%3,6	9
منشورات تسلية	24	6,66%	7
جديد الأخبار في مختلف المجالات	21	5,83%	8

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بطبيعة منشورات أفراد العينة، (وحيث يمكن لأفراد العينة اختيار أكثر من بديل) أن أكبر نسبة منهم اختارت **(صور تعبر عن حالتك النفسية وانفعالاتك)** بـ **174** تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ48.3%، محتلة بذلك المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية إختار أفراد العينة **(أفكارك وآراؤك الشخصية)** بمجموع تكرار بلغ **154** وبنسبة مئوية قدرت بـ (42.8%) وفي المرتبة الثالثة **(نقل منشورات تعبر عن تجاربك)** بمجموع تكرار بلغ (145) وبنسبة مئوية قدرت بـ 40,3%، وفي المرتبة الرابعة جاء البديل **(صور شخصية)** بمجموع تكرار بلغ (106) وبنسبة مئوية قدرت بـ29,4%، وفي المرتبة الخامسة جاء البديل **(تفاصيل حياتك اليومية)** بمجموع تكرار بلغ (53) وبنسبة مئوية قدرت بـ 14,7%. وفي المرتبة السادسة جاء البديل **(انجازاتك)** بمجموع تكرار بلغ (45) وبنسبة مئوية قدرت بـ 12,5%.

وبعد جمع الاستجابات للبديل المفتوح (آخر) أكد **(24)** فرد وبنسبة مئوية قدرت بـ (6,66%) بأنهم ينشرون منشورات تسلية، في حين أكدّ (21) فرد وبنسبة مئوية قدرت بـ (5,83%) بأنهم ينشرون جديد الأخبار في مختلف المجالات، في حين أكد (13) فرد وبنسبة مئوية قدرت بـ3,6% بأنهم ينشرون منشورات نقدية ساخرة.

ولا شكّ أن طبيعة منشورات أفراد العينة تؤكد على ما أشرنا إليه سابقا، فيما يخص عدم ثقة أغلبهم في العلاقات الاجتماعية على الفايسبوك، بالإضافة إلى خوفهم على خصوصياتهم، وتخوفهم من درجة الأمان على الموقع حيث توصل استطلاع للرأي أجري في ألمانيا أن (80%) لا يسمحون للجميع بالوصول إلى الصور الخاصة بهم للجميع، (12%) لديهم تحفظات، ولكن فقط (8%) فقط عملوا ما يلزم لتأمين صورهم[1].

(1) حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 252.

الجدول رقم (35): يوضح طبيعة المنشورات على الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس.

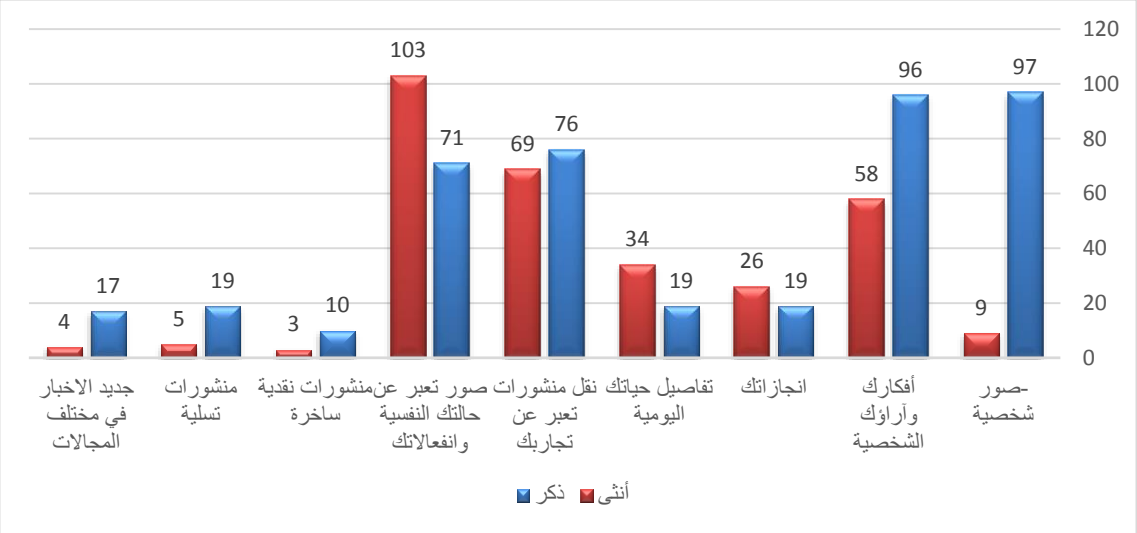
السؤال رقم (16) تبعا للجنس		للجنس		المجموع
		ذكر	أنثى	
س 16: بما طبيعة منشوراتك على الفايسبوك غالبا؟	-صور شخصية	97	9	106
	أفكارك وآراؤك الشخصية	96	58	154
	انجازاتك	19	26	45
	تفاصيل حياتك اليومية	19	34	53
	نقل منشورات تعبر عن تجاربك	76	69	145
	صور تعبر عن حالتك النفسية وانفعالاتك	71	103	174
	منشورات نقدية ساخرة	10	3	13
	منشورات تسلية	19	5	24
	جديد الأخبار في مختلف المجالات	17	4	21

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الذكور أكثر ميلا لنشر صورهم الشخصية بـ (97) تكرارا ثم أفكارهم وآرائهم الشخصية بـ (96) تكرارا، ولعل هذا يعود بدرجة كبيرة جدا لطبيعة المجتمع الجزائري والعربي عموما، والذي يبيح نشر صور الذكور، كما يمنحهم حرية أكبر في التصرف خلافا للإناث، بالإضافة إلى أن الدراسات أكدت ميل الذكور عموما للتعبير عن آرائهم والتحرر من كل أشكال القيود.

في حين نجد الإناث أكثرا ميلا لنشر صور تعبّر عن حالاتهن النفسية وانفعالاتهن بـ (103)، ثم نقل منشورات تعبر عن تجاربهن بـ (68) تكرارا فيما لم تحظى باقي البدائل باهتمام كبير من طرف الإناث، وهذا ما يفسر بطبيعة المرأة العاطفية عموما، وهو ما يجعلها أكثر ميلا نحو التعبير

عن مشاعرها وانفعالاتها، وحتى التجارب التي تمر بها، كما أنها أقل رغبة من الذكور غالبا في التعبير عن آرائها وأفكارها.

وجود فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 16 تبعا لمتغير الجنس كما هو مبين في **الشكل التالي**:



شكل رقم (19): يوضح طبيعة المنشورات على الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس.

الجدول رقم (36): يوضح طبيعة المنشورات على الفايسبوك تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

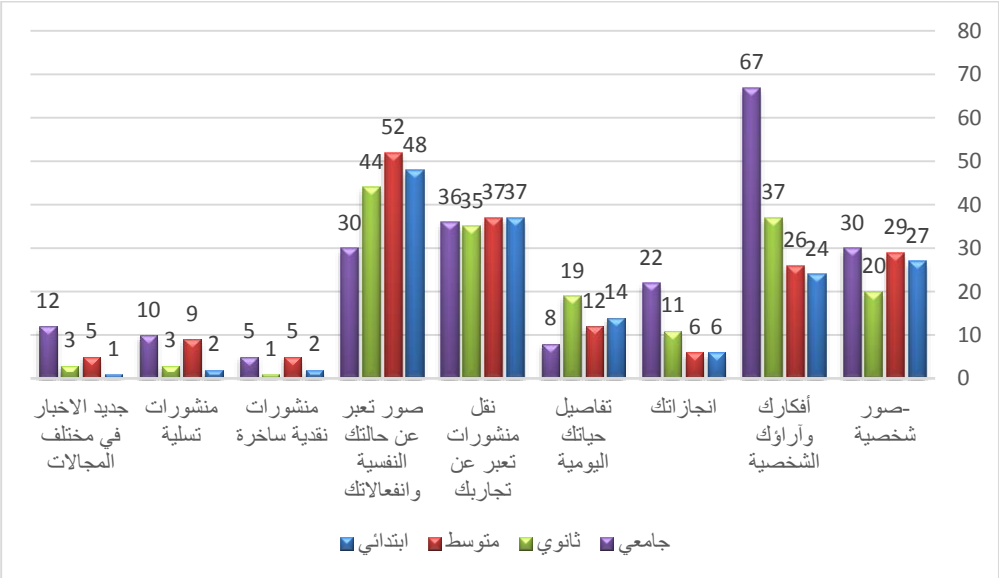
السؤال رقم (16) تبعا للمستوى التعليمي		المستوى التعليمي				المجموع	الترتيب
		ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي		
س 16: بما طبيعة منشوراتك على الفايسبوك غالبا؟	-صور شخصية	27	29	20	30	106	4
	أفكارك وآراؤك الشخصية	24	26	37	67	154	2
	انجازاتك	6	6	11	22	45	6
	تفاصيل حياتك اليومية	14	12	19	8	53	5
	نقل منشورات تعبر عن تجاربك	37	37	35	36	145	3
	صور تعبر عن حالتك النفسية وانفعالاتك	48	52	44	30	174	1
	منشورات نقدية ساخرة	2	5	1	5	13	9
	منشورات تسلية	2	9	3	10	24	7
	جديد الأخبار في مختلف المجالات	1	5	3	12	21	8

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه بالنسبة للفرق في استجابات أفراد العينة ذوي المستويات التعليمية المختلفة (ابتدائي / متوسط/ ثانوي/ جامعي) فيما يخص طبيعة منشوراتهم على الفايسبوك، وجود فرق لصالح المستوى الجامعي بالنسبة للبدائل **(أفكارك وآراؤك الشخصية/ نقل منشورات تعبر عن تجاربك)** بـ 67 و36 تكرار على التوالي، حيث أن أصحاب المستويات العليا غالبا، ما يكون لهم إلمام أكبر بالأحداث والقضايا المختلفة، وهو ما يؤهلهم لإبداء أفكارهم وآرائهم الشخصية كما يكونون عادة أكثر رغبة في الإطلاع على مستجدات الأخبار، وأكثر رغبة في عرض انجازاتهم الشخصية كون مستواهم العلمي يؤهلهم لاحتلال مكانة اجتماعية، كما يفتح لهم آفاقا لتحقيق أحلامهم وطموحاتهم.

أما بالنسبة للبديل **(صور تعبر عن حالتك النفسية وانفعالاتك)** نلاحظ فروق لصالح (الابتدائي والمتوسط والثانوي) بـ (48 و52 و44)، لكون هذا النوع من المنشورات لا يتطلب أي جهد، كما أنه غالبا ما يكون منقولا عن غيره من الأصدقاء، ولهذا نجده حسب الجدول وحتى حسب ملاحظاتنا على منشورات الفايسبوك أكثر أشكال المنشورات شيوعا على الصفحات العربية والجزائرية.

أما بالنسبة للبدائل **(صور شخصية/ منشورات نقدية ساخرة/نقل منشورات تعبر عن تجاربك/ تفاصيل حياتك اليومية)** فنلاحظ تقارب في الاستجابات لدى المستويات التعليمية الأربعة، أما بالنسبة للبديل **(منشورات تسلية)** فنلاحظ أن الفرق لصالح المستوى الجامعي والمتوسط.

وهذا معناه أنه توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 16 تبعا لمتغير المستوى التعليمي كما هو مبين في **الشكل التالي:**



شكل رقم (20): يوضح طبيعة المنشورات على الفايسبوك تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

الجدول رقم (37): يوضح تقييم المبحوث لتفاعل أصدقائه مع منشوراته.

بدائل الإجابة على السؤال رقم (17)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
جيد	79	%21,9	90,0	-11,0	3	102,333[a]	0,000	دال عند مستوى 0.01
حسن	166	%46,1	90,0	76,0				
متوسط	82	%22,8	90,0	-8,0				
ضعيف	33	%9,2	90,0	-57,0				
الإجمالي	360	%100	//////////					

من خلال الجدول نلاحظ أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة يرون بأن تفاعل أصدقائهم مع منشوراتهم (حسن) بنسبة قدرت بـ (46%) وبتكرار قدره (166) مفردة، وبفارق كبير عن الذين يرون أن تفاعل أصدقائهم مع منشوراتهم (متوسط)، والذين يمثلون (22,8%) وبتكرار قدره (82) مفردة، ثم الذين أجابوا بـ (جيد) بنسبة (21,9%) وبتكرار قدره (79)، ثم من أجابوا بـ (ضعيف) بنسبة (09,2%) وبتكرار قدره (33) مفردة.

وهو ما يؤكد ما توصلنا إليه سابقا، كون أفراد العينة لا يستخدمون خاصية التفاعل من خلال التعليقات بشكل دائم، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ **102,333[a]** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين الأربع لصالح المجموعة الثانية (حسن)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (38): يوضح كيفية التعامل مع مجتمع الفايسبوك

بدائل الإجابة على السؤال رقم (18)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
بصراحة تامة دون حواجز	113	%31,4	120	-7,0	2	83 ,450[a]	0,000	دال عند مستوى 0.01
بصراحة مع بعض التحفظ	194	%53,9	120	74,0				
بتحفظ تام	53	%14,7	120	-67,0				
الاجمالي	360	%100	//////////					

تعد عملية البوح أو الإفصاح عما في النفس شكلا خاصا من أشكال الاتصال الشخصي الثنائي يعكس مدى حميمية التي تتصف بها العلاقة بين الأفراد، ذلك لأننا لا نفصح عما في صدورنا إلا لمن نثق بهم ونحترمهم، فهل يبوح الأفراد للآخرين في أثناء اتصالهم بهم عبر الإنترنت كما يبوحون لهم في أثناء الالتقاء بهم وجها لوجه [1].

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن النسبة الأكبر من أفرد العينة يتعاملون مع الفايسبوك **بصراحة مع بعض التحفظ** " والبالغ عددهم (194) بنسبة مئوية قدرت بـ 53,9%، ثم مجموعة أجابت **بصراحة تامة دون حواجز** " وقد بلغ عددهم (113) فردا بنسبة مئوية بلغت 31,4 %، في المقابل لم تشكل نسبة من يتعاملون **بتحفظ تام** إلا ما نسبته 14,7%، والبالغ عددهم (53) مفردة، وهو مايؤكد أن الفايسبوك أصبح فضاء للبوح ألغى كل أشكال الحدود على الرغم من وجود بعض التخوف من طرف المبحوثين، والذي لا شكّ أنّه سيتلاشى تدريجيا مع الوقت.

(1) حلمي خضر ساري، **تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية-دراسة ميدانية في المجتمع القطري-**، مجلة جامعة دمشق: دمشق، المجلد 24، العدد 1، 2، 2008، ص 326.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ**83,450[a]** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الأربع لصالح المجموعة الثانية **(بصراحة مع بعض التحفظ)**، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (39): يوضح كيفية التعامل مع الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس.

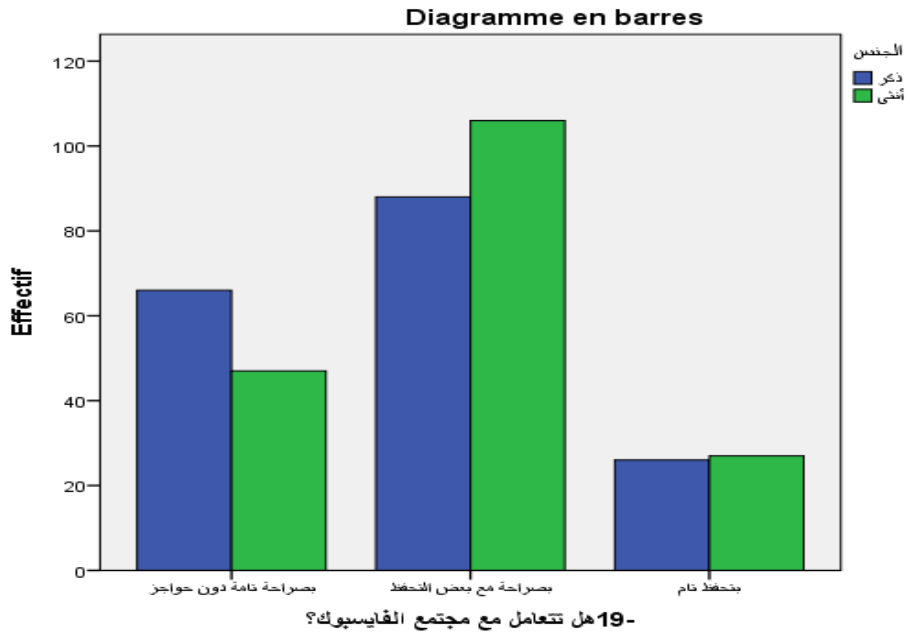
السؤال رقم (18) تبعا للجنس		الجنس		التكرارات	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
		ذكر	أنثى					
س 18: هل تتعامل مع مجتمع الفايسبوك؟	بصراحة تامة دون حواجز	66	47	113	2	4,884[a]	0,087	غير دال إحصائيا
	بصراحة مع بعض التحفظ	88	106	194				
	بتحفظ تام	26	27	53				
	الإجمالي	180	180	360				

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى إجابات أفراد عينة الدراسة فيما يخص التعامل مع مجتمع الفيسبوك تبعا لمتغير الجنس، نلاحظ تقارب بين إجابات الذكور والإناث، ماعدا بعض الارتفاع الطفيف للذكور الذين أجابوا **(بصراحة تامة دون حواجز)** بـ 66 تكرارا، مقابل 47 تكرارا عند الإناث، في حين نلاحظ ارتفاع عدد الإناث اللواتي يتعاملن مع مجتمع الفايسبوك **(بصراحة مع بعض التحفظ)** بـ 106 تكرارا، مقابل 88 تكرارا عند الذكور.

وقد أشارت دراسة حلمي خضر ساري أن مانسبته (57,4%) من الشباب أجابوا بأنهم يشعرون بصراحة حين يتحدثون مع "الجنس الآخر" عبر الإنترنت عن قضايا عامة (عاطفية، وثقافية، ...) أكثر مما لو تحدثوا معهم حولها وجها لوجه بشكل مباشر، وأما فيما يتعلق بمتغير

الجنس لأفراد العينة، فقد تباينت إجاباتهم عن مدى الصراحة التي يتمتع بها كل منهم، حيث اتضح أن هذه الصراحة كانت قد أفصحت عن نفسها في إجابات الذكور أكثر من إجابات الإناث[1].

وبالرغم من هذا التفاوت الواضح في عدد التكرارات بالنسبة لبدائل هذا السؤال تبعا لمتغير الجنس إلا أن هناك تقارب واضح بين إجابات الجنسين وهذا ما دلت عليه قيمة (كا²) والتي بلغت $4,884^{a}$ وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.05)، وهذا معناه أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 18 تبعا لمتغير الجنس، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5% كما هو مبين في **الشكل التالي**:



شكل رقم(21): يوضح كيفية التعامل مع الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس.

(1) حلمي خضر ساري، **تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية-دراسة ميدانية في المجتمع القطري-**، مرجع سبق ذكره، ص 327.

الجدول رقم (40): يوضح التعامل مع مجتمع الفايسبوك تبعا لمتغير السن.

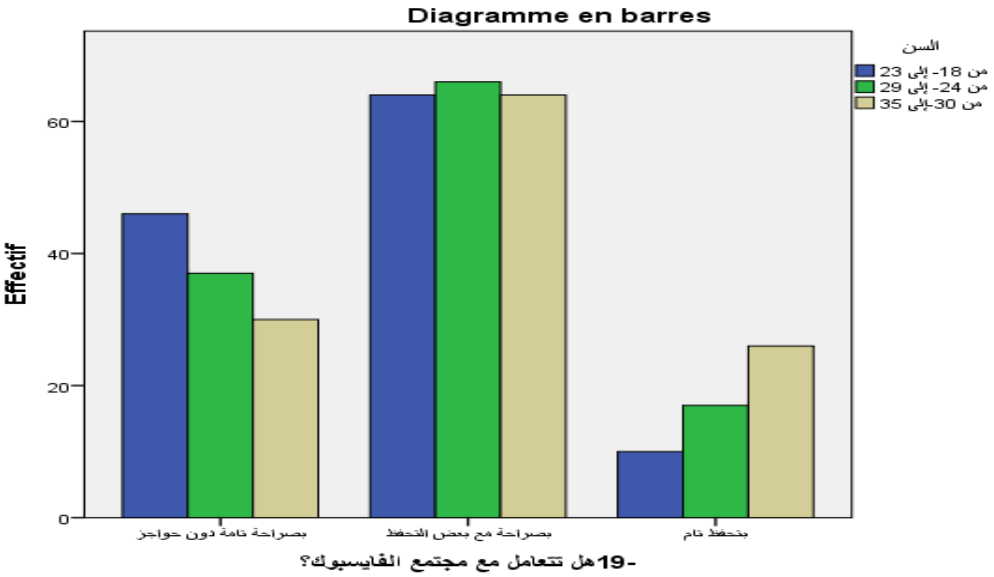
السؤال رقم (18) تبعا للسن		السن			المجموع	درجة الحرية	قيمة كا^2	مستوى الدلالة	القرار
		من 18- إلى أقل من 24	من 24- إلى أقل من 30	من 30 – إلى أقل من 36					
هل تتعامل مع مجتمع الفيسبوك؟	بصراحة تامة دون حواجز	46	37	30	113	4	10,740[a]	0,030	دال إحصائيا
	بصراحة مع بعض التحفظ	64	66	64	194				
	بتحفظ تام	10	17	26	53				
	الإجمالي	120	120	120	360				

من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بالتعامل **مع مجتمع الفايسبوك تبعا لمتغير السن، نلاحظ تقاربا في النتائج مع ارتفاع بسيط للذين يتعاملون (بصراحة تامة دون حواجز)** عند فئة السن **(من 18 إلى أقل من 24 سنة)** بـ46 تكرار مقابل 37، و30 تكرارا لفئات السن **(من 24 إلى أقل من 30)** و**(من 30 إلى أقل من 35)** على التوالي، في حين نلاحظ ارتفاع الذين يتعاملون **(بتحفظ تام)** عند الفئة (من 30 إلى أقل من 36) بـ26 تكرارا، مقابل 17 و10 تكرارات للفئتين **(من 24 إلى أقل من 30)** و**(من 30 إلى أقل من 36)**، وهو ما يعني أن للسن تأثير على كيفية تعامل الفرد مع مجتمع الفايسبوك، حيث أن الأصغر سنا يكونون أكثر اندفاعا للتعبير عن آرائهم ومشاعرهم بكل صراحة، في حين أنه بعد سن الثلاثين تبدأ شخصية الفرد في النضج، وتصبح أكثر هدوء وتحفظا.

وتحليل العلاقات التي تتم عبر الانترنت يبين بجلاء أن هذه الأمور الخاطئة التي يقع فيها الكثيرون خلال تعاملهم مع غرف الدردشة عبر الانترنت، عدم تمييزهم بين العلاقات الاجتماعية عبر هذه المحادثات وبين نظيرتها الواقعية، أو بين العالم الافتراضي والعالم الحقيقي، حيث يفعلون ويقولون أشياء عبر العالم الافتراضي لا يقولونها في العالم الواقعي، وعلى مستخدمي الانترنت –لا

سيما الشباب منهم– أن يتفهموا أن الانترنت عالم حقيقي، حتى وان كانت العلاقات التي يقيمونها افتراضية فتجاهل هذا قد يؤدي بهم إلى المتاعب، فالمستخدم عندما يقوم بعمل محادثة عبر الانترنت فهو يقوم بها مع أشخاص حقيقيين لهم مشاعر حقيقية، ومن ثمة فمستخدم الانترنت عليه أن يعامل الناس بالاحترام نفسه الذي يعاملهم به وجها لوجه[1].

وما يؤكد هذا الفرق في التكرارات بالنسبة لفئات السن الثلاث، ما دلت عليه قيمة (كا²) والتي بلغت **10,740**[a] وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.05)، وهذا معناه أنه توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 18 تبعا لمتغير السن، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5% كما هو مبين في **الشكل التالي**:



شكل رقم(22): يوضح التعامل مع مجتمع الفايسبوك تبعا لمتغير السن.

(1) حسن بوحبة، مرجع سبق ذكره، ص ص، 108–109.

الجدول رقم:(41): يوضح مناقشة تفاصيل الحياة والخصوصيات مع الأصدقاء على الفايسبوك.

بدائل الإجابة على السؤال رقم (19)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
نعم	221	%61,4	180	41	1	18,678[a]	0,000	دال عند مستوى 0.01
لا	139	%38,6	180	-41,0				
الإجمالي	360	%100	//////////	//////////				

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (360) فردا قد أجابت أنها تناقش تفاصيل حياتها وخصوصياتها مع الأصدقاء على الفايسبوك وقد بلغ عددهم **(221)** فردا بنسبة مئوية بلغت 61,4%، في مقابل الأشخاص الذين لا يناقشون تفاصيل حياتهم وخصوصياتهم على الفايسبوك والبالغ عددهم (139) فردا بنسبة مئوية قدرت بـ 38,6%، وهو ما يؤكد المكانة التي أصبح يحتلها الفايسبوك في حياة الناس، بحيث يجد فيه الكثيرون مجالا للتعبير عما يخص حياتهم الشخصية، أو مشاكلهم والتي كانت سابقا لا تناقش إلا مع المقربين جدا.

لقد عوضت الأشياء المنظومة التواصلية الاجتماعية،...فأصبحت الثقافة البصرية –في هذا المعنى– تهمش الإنسان وتقهره...لم يعد الإنسان –كما أكدت سلفا– يخضع في حياته للتعاملات الاجتماعية والأخلاقية، بقدر ما أصبحت تكنولوجيا الاتصال تفرض سلطتها المتعالية يوما بعد يوم، إنها تكنولوجيا لايتواصل فيها إنسان مع غيره، ولكن مع إنسان افتراضي، وهو مايؤكد مقولة (جياني فاتيمو) (Gianni Vattimo) بأن تكنولوجيا الاتصال الجديدة تساعد على نفي الإنسان، أو زحزحته –على الأقل– من مركز اهتمام الثقافة[1]، وبهذا أصبح الإنسان يجد راحته ليبوح بخصوضياته وتفاصيل حياته الشخصية على المجتمعات الافتراضية أكثر من المجتمعات الواقعية،

(1) حسن بوحبة، مرجع سبق ذكره، ص ص، 22-23.

وقد يعود ذلك لما وفرته هذه الفضاءات الافتراضية لا سيما ما يتعلق بمجهولية الهوية الافتراضية، وبعد الآخر الذي يبوح له المستخدم مكانيا مما يجعله يشعر بنوع من الراحة والطمأنينة.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب التي توصلنا إليها، تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ**18,678**[a] وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى **(نعم)** ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (42): يوضح الأشخاص الذين يناقش معهم أفراد العينة تفاصيل حياتهم وخصوصياتهم على الفايسبوك

بدائل الإجابة للسؤال 19-1	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
أصدقاؤك الواقعيون	190	%85	1
أصدقاؤك الافتراضيون المعروفو الهوية	91	%41,17	2
أصدقاؤك الافتراضيون المجهولو الهوية	5	%2,26	4
تستخدم هوية مزيفة وتناقش خصوصياتك مع أي صديق يصادفك	32	%14,47	3

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى الأشخاص الذين أجابوا بأنهم يناقشون تفاصيل حياتهم وخصوصياتهم على الفايسبوك والبالغ عددهم **(221)** فردا بنسبة مئوية بلغت 61,4% من مجموع عينة الدراسة، (وحيث يمكن لأفراد العينة اختيار أكثر من بديل) جاء في المرتبة الأولى البديل **(أصدقاؤك الواقعيون)** بـ **190** تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ 85%، وفي المرتبة الثانية جاء البديل **(أصدقاؤك الافتراضيون المعروفون الهوية)** بمجموع تكرار بلغ **91** وبنسبة مئوية قدرت بـ(41.17%)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل **(تستخدم هوية مزيفة وتناقش خصوصياتك مع أي صديق يصادفك)** بمجموع تكرار بلغ (32) وبنسبة مئوية قدرت بـ 14,47%، وفي المرتبة الرابعة جاء البديل **(أصدقاؤك الافتراضيون المجهولون الهوية)** بـ (5) تكرارات وبنسبة مئوية قدرت بـ 2,26%.

والملاحظ هنا أن أفراد العينة يتعاملون بحذر مع العلاقات الافتراضية على الفايسبوك، حيث أنّ أغلبهم يثقون في أصدقائهم الواقعيين أكثر من أصدقائهم الافتراضيين، ويصارحونهم بتفاصيل حياتهم وخصوصياتهم، ولكن الملفت للنظر ارتفاع من يناقشون خصوصياتهم مع أي شخص باستخدام هوية مزورة، حيث يمثل المجتمع الافتراضي فضاء للشباب للفضفضة والتنفيس عما يجول في خواطرهم.

ولا شكّ أنّ نسبة الأفراد الذين اختاروا **(أصدقاؤك الافتراضيون المعروفون الهوية)** والمقدرة بـ(41.17%)، وكذا **(تستخدم هوية مزيفة وتناقش خصوصياتك مع أي صديق يصادفك)** والمقدرة بـ14,47% تبقى مرتفعة وتدّل على الحميمية والراحة التي يشعر بها الأفراد في المجتمعات الافتراضية، وهذه النتائج تتقارب مع ما توّصل إليه الباحث حلمي خضر ساري في دراسته حيث أشار إلى أنّ مانسبته (36,1%) من أفراد العينة قد عبّروا (الموافقين منهم والموافقين جدا) منهم، بأنهم يشعرون بحميمية نحو معارفهم الذين تعرفوا إليهم عبر الإنترنت، لا تقل عن حميمية مشاعرهم نحو من تعرفوا إليهم بشكل شخصي ومباشر، وهذه نسبة مع تدنيها النسبي إلا أنه لا يجوز تجاهلها، فقد تتزايد مع الزمن لأن تجربة الاتصال عبر الإنترنت مازالت في بداياتها الأولى في هذا المجتمع (القطري)[1].

الجدول رقم (43): يوضح الموافقة على طلبات الصداقة.

بدائل الإجابة على السؤال رقم (20)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
نعم	47	%13,1	180,0	-133,0	1	196,544[a]	0,000	دال عند مستوى 0.01
لا	313	%86,9	180,0	133,0				
الإجمالي	360	%100		////////////////				

(1) حلمي خضر ساري، **تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية-دراسة ميدانية في المجتمع القطري-**، مرجع سبق ذكره، ص 322.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ من إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (360) فردا، أن أغلبهم لا يقبلون كل طلبات الصداقة التي تصلهم، حيث مثّل الأفراد الذين كانت إجابتهم "**لا**" 86,9% من مجموع أفراد العينة، والبالغ عددهم (313)، مقابل 13,1% فقط أجابوا بـ "نعم" والمقدر عددهم بـ (47).

وقد توصلت دراسة نوال بركات إلى أن ما نسبته (59,6%) يقبلون طلبات الصداقة من الغرباء، ولكنهم أكدوا أنهم لا يقبلون الطلب إلا بعد الاطلاع على الحساب والاطلاع على مختلف المعلومات الشخصية التي يتيحها المستخدم للتعرف عن هويته أو تخصصه أو عمله أو بعض اهتماماته[1].

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب التي توصلنا إليها، تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ**196,544[a]** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الثانية (**لا**) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (44): يوضح الموافقة على طلبات الصداقة تبعا لمتغير الجنس

السؤال رقم (20) تبعا للجنس		الجنس		التكرارات	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
		ذكر	أنثى					
هل توافق على 20 من طلبات الصداقة التي تصلك؟	نعم	41	6	47	1	29,978[a]	0,000	دال إحصائيا
	لا	139	174	313				
	الإجمالي	180	180	360				

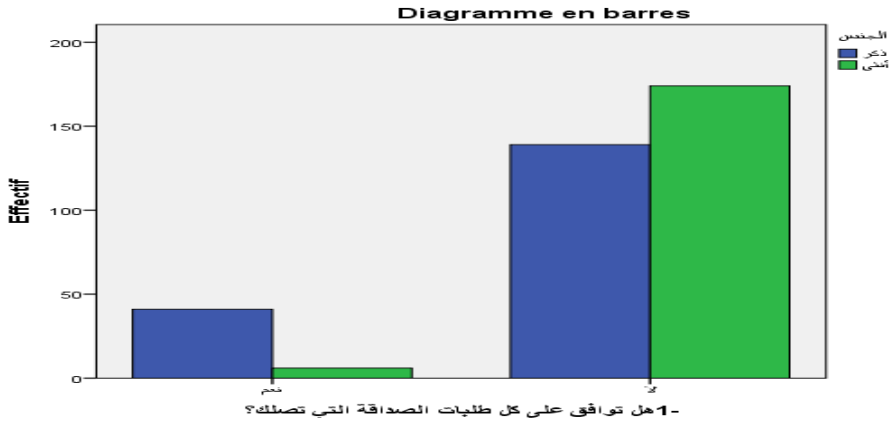
من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بـ "**الموافقة طلبات الصداقة التي تصل أفراد العينة**" تبعا لمتغير الجنس، نلاحظ أن أغلب أفراد العينة من الجنسين لا توافق على كل طلبات الصداقة التي

(1) نوال بركات، مرجع سبق ذكره، ص 341.

تصلها، مع ارتفاع ملحوظ للذكور الذين أجابوا بـ "نعم" بعدد تكرارات قدره (41) مقابل (6) تكرارات فقط عند الإناث، وهذا مبرر كون الإناث أكثر تعرضا للضرر والإساءة، من الذكور كما أن المجتمع العربي يضع حدودا لعلاقات الأنثى لا سيما مع الجنس الآخر، في حين للذكور الحرية الكاملة –غالبا– في ربط علاقاتهم مع من يشاءون.

وقد توصلت دراسة نوال بركات إلى أن نسبة الذكور الذين يقبلون طلبات الصداقة من أشخاص غرباء هي (66,7%) وهي أعلى من نسبة الإناث التي قدرت بـ (49,4%)، وفي المقابل سجّل الإناث تفوقا طبعا في عدم قبولهم لطلبات الصداقة (50,6%) مقارنة بالذكور الذين قدّرت نسبتهم بـ (33,3%)[1].

أما بالنسبة للفرق في استجابات أفراد العينة تبعا لمتغير الجنس فنلاحظ أن الفرق بالنسبة للبديل نعم كان لصالح الذكور بـ (41 تكرار) مقابل الإناث بـ (6 تكرار)، وما يؤكد هذا الفرق بين الجنسين هو ما دلت عليه قيمة (كا²) والتي بلغت **29,97**[a] وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.01)، وهذا معناه أنه توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 20 تبعا لمتغير الجنس، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% كما هو مبين في **الشكل التالي:**



شكل رقم(23): يوضح الموافقة على طلبات الصداقة تبعا لمتغير الجنس.

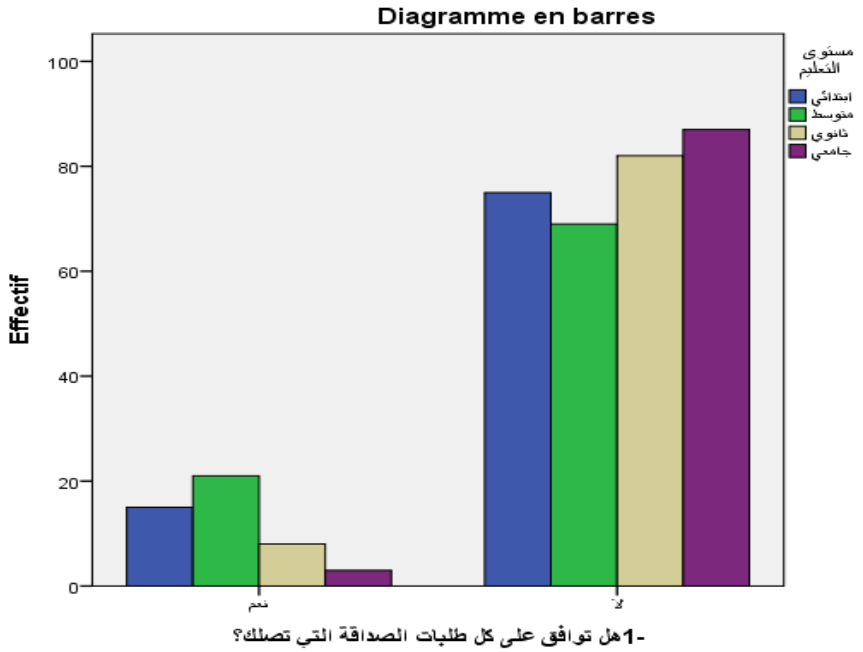
(1) نوال بركات، مرجع سبق ذكره، ص 342.

الجدول رقم(45): يوضح الموافقة على طلبات الصداقة تبعا لمتغير المستوى التعليمي

السؤال رقم (20) تبعا للمستوى التعليمي		المستوى التعليمي				المجموع	درجة الحرية	قيمة كا^2	مستوى الدلالة	القرار
		ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي					
هل توافق على كل طلبات الصداقة التي تصلك من 20	نعم	15	21	8	3	47	3	18,280^a	,000	دال إحصائيا
	لا	75	69	82	87	313				
	الإجمالي	90	90	90	90	360				

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى إجابات أفراد عينة الدراسة فيما يخص الموافقة **على "كل طلبات الصداقة التي تصل أفراد العينة تبعا لمتغير المستوى التعليمي"**، نلاحظ أن النسبة الأكبر من كل المستويات لا توافق على كل طلبات الصداقة التي تصلها، مع وجود فروق بين المستويات الأربع، وبالنسبة للفرق في استجابات أفراد العينة تبعا للمستويات التعليمية (ابتدائي/متوسط/ثانوي/جامعي)، نلاحظ أن الفرق كان لصالح المستوى المتوسط بـ (21 تكرار) ثم يليه المستوى الابتدائي بـ (15 تكرار) بالنسبة للبديل (نعم)، أما بالنسبة للبديل (لا) فنلاحظ أنّ الفرق كان لصالح المستوى الجامعي بـ (87 تكرار) ثم يليه المستوى الثانوي (82)، ومنه يمكن أن نستنتج أن أصحاب المستويات المنخفضة أكثر قبولا لطلبات الصداقة من أصحاب المستوى الجامعي، وبنسبة أقل الثانوي، وقد يعود ذلك لرغبتهم في توسيع شبكتهم الاجتماعية، كونهم لا يملكون فضاءات كثيرة لتوسيع شبكة علاقاتهم الاجتماعية عكس الجامعيين أين تتيح لهم الدراسة في الجامعة وأماكن العمل فرصا أكثر للتعارف وتكوين العلاقات الاجتماعية.

وما يؤكد هذا الفرق بين المستويات التعليمية هو ما دلت عليه قيمة (كا^2) والتي بلغت **18,28^a** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.01)، وهذا معناه أنه توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 20 تبعا لمتغير المستوى التعليمي، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% كما هو مبين في **الشكل التالي**:



شكل رقم (24): يوضح الموافقة على طلبات الصداقة تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

الجدول رقم (46): يوضّح معايير قبول طلبات الصداقة

بدائل الإجابة للسؤال 21	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
-المعرفة الشخصية الواقعية	233	%64,7	1
مكانة الشخص ومهنته	74	%20,6	3
صورة الشخص	68	%18,9	5
الاشتراك في الاهتمامات	69	%19,2	4
توفر بيانات حقيقية على صفحته	97	%26,9	2
تقبل فقط طلبات الجنس الآخر	41	%11,4	7
لا توجد أي معايير	45	%12,5	6

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه (وحيث يمكن لأفراد العينة اختيار أكثر من بديل) أن أغلب أفراد العينة فيما يخص معايير قبول طلبات الصداقة يعتمدون معيار "**المعرفة الشخصية الواقعية**" **لقبول طلبات الصداقة في المرتبة الأولى**، بـ 233 تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ 64.7%، ثم معيار" **توفر بيانات حقيقية على صفحته" في المرتبة الثانية** بمجموع تكرارات بلغ 97 وبنسبة

مئوية قدرت بـ (26.9%)، وفي المرتبة الثالثة جاء معيار **(مكانة الشخص ومهنته)** بمجموع تكرارات بلغ (74) وبنسبة مئوية قدرت بـ 20,6%، وفي المرتبة الرابعة جاء معيار **(الاشتراك في الاهتمامات)** بمجموع تكرار بلغ (69) وبنسبة مئوية قدرت بـ 19,2%. وفي المرتبة الخامسة جاء معيار **(صورة الشخص)** بمجموع تكرار بلغ (68) وبنسبة مئوية قدرت بـ 18,9%، وفي المرتبة السادسة اختار المبحوثون **(لا توجد أي معايير)** بمجموع تكرار بلغ (45) وبنسبة مئوية قدرت بـ12,5%. وفي المرتبة السابعة جاء معيار **(تقبل فقط طلبات الجنس الآخر)** بمجموع تكرار بلغ (41) وبنسبة مئوية قدرت بـ 11,4%.

وعليه يظهر من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة أنّ العلاقات الافتراضية تتركز أكثر على الأشخاص الذين يعرفهم المبحوثون وجها لوجه، أكثر من الأشخاص الغرباء، وهذه النتائج تؤكد أن المبحوثين يعتبرون العلاقات الافتراضية استمرار للعلاقات الواقعية، كما يؤكد النتائج السابقة التي توصلنا إليها والتي أشارت إلى أن الفايسبوك مجرد أداة للتسلية والترفيه، كما يؤكد حذر المبحوثين من العلاقات الافتراضية مع الغرباء، واعتمادهم أكثر على المعرفة الشخصية الواقعية.

وتتقارب نتائج دراستنا مع ما توصلت دراسة نوال بركات حيث أشارت إلى أنّ أعلى نسبة من أفراد العينة والتي قدرت بـ (50,1%) اختارت أساس علاقة الصداقة كمعيار لاختيار أصدقائهم على مواقع التواصل الاجتماعي، في حين نجد نسبة (31,7%) اختارت أساس علاقة القرابة، تليها نسبة (30,2%) اختارت أساس الانسجام الفكري والاهتمام العلمي ونسبة (25,4) اختارت أساس الاهتمام المشترك[1].

وفي غياب مفاتيح كافية للعلاقات يأخذ الأفراد في مواقع الشبكات الاجتماعية زمام المبادرة من أجل تطوير شفراتهم الخاصة لما قد يفضلونه أو لا يفضلونه في الاتصال، وبما يعكس اهتماماتهم وعمق ارتباطهم بالآخرين،...فعملية قبول الصداقة أم لا هي أمر محسوم في مواقع عديدة بواسطة

(1) نوال بركات، مرجع سبق ذكره، ص 339.

السماح بالانضمام إلى قوائم الأصدقاء المقربين وأصدقاء العمل أو الأصدقاء الذين يتمتعون بمزايا أقل من حيث الوصول المحدود للمعلومات الشخصية[1].

الجدول رقم (47): يوضح معايير قبول طلبات الصداقة تبعا لمتغير الجنس.

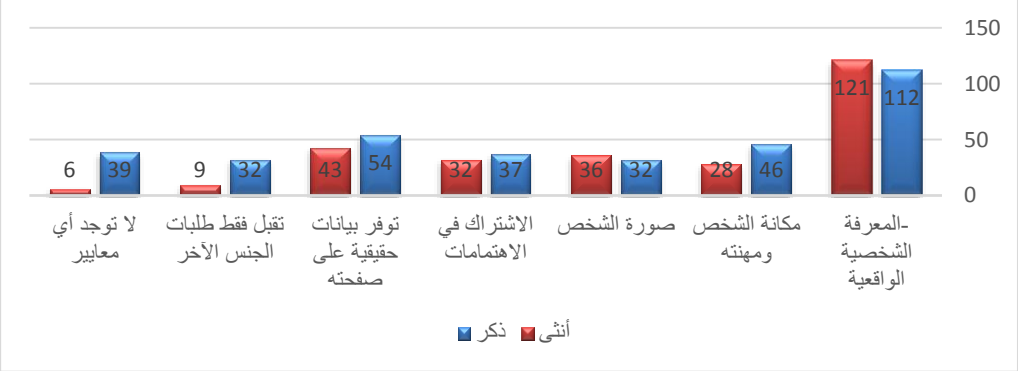
السؤال رقم (21) تبعا للجنس		الجنس		التكرارات
		ذكر	أنثى	
س 21 ما هي المعايير التي تعتمدها في قبول طلبات الصداقة؟	-المعرفة الشخصية الواقعية	112	121	233
	مكانة الشخص ومهنته	46	28	74
	صورة الشخص	32	36	68
	الاشتراك في الاهتمامات	37	32	69
	توفر بيانات حقيقية على صفحته	54	43	97
	تقبل فقط طلبات الجنس الآخر	32	9	41
	لا توجد أي معايير	39	6	45

من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بـ**المعايير التي يعتمدها أفراد العينة في قبول طلبات الصداقة تبعا لنتغير الجنس**، نلاحظ أن كلا الجنسين يعتمدان على معيار **"المعرفة الشخصية الواقعية"** كأهم معيار لقبول طلبات الصداقة مع وجود فروق لصالح الإناث بـ 121 تكرار مقابل الذكور بـ 112 تكرار، ولا شك أن الإناث أكثر حذرا في تكوين العلاقات الاجتماعية من الذكور، وهن أكثر عرضة للإزعاج من الذكور، لهذا نلاحظ ارتفاع عدد الإناث اللواتي يعتمدن على معيار المعرفة الواقعية بالشخص في قبول طلب الصداقة.

أما بالنسبة لمعيار **(مكانة الشخص ومهنته)**، فنلاحظ وجود فروق لصالح الذكور بـ 46 تكرار مقابل الإناث بـ (28)، أما بالنسبة للبديلين **(صورة الشخص/ الاشتراك في الاهتمامات)**

(1) شريف درويش اللبان، **مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت**، مرجع سبق ذكره، ص 87.

فنلاحظ وجود فرق طفيف بين الجنسين، أما بالنسبة للبديل **(توفر بيانات حقيقية على صفحته)** فنلاحظ أن الفرق لصالح الذكور بـ (54 تكرار) مقابل الإناث بـ (43 تكرار)، أما بالنسبة للبديل **(تقبل فقط طلبات الجنس الآخر)** فنلاحظ أن الفرق لصالح الذكور بـ (32 تكرار) مقابل الإناث بـ(09 تكرار)، أما بالنسبة للبديل **(لا توجد أي معايير)** فنلاحظ أن الفرق لصالح الذكور (بـ 39 تكرار مقابل الإناث بـ 06 تكرار) كما هو مبين في **الشكل التالي:**



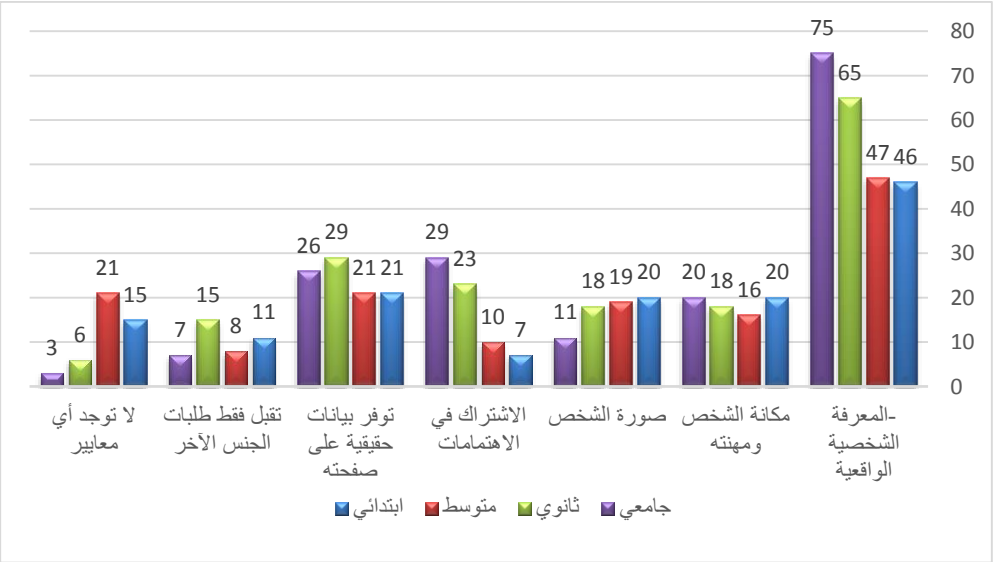
شكل رقم(25): معايير قبول طلبات الصداقة تبعا لمتغير الجنس.

الجدول رقم (48): يوضح معايير قبول طلبات الصداقة تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

السؤال رقم (21) تبعا للمستوى التعليمي		المستوى التعليمي				المجموع
		ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	
س 21 ما هي المعايير التي تعتمدها في قبول طلبات الصداقة؟	-المعرفة الشخصية الواقعية	46	47	65	75	233
	مكانة الشخص ومهنته	20	16	18	20	74
	صورة الشخص	20	19	18	11	68
	الاشتراك في الاهتمامات	7	10	23	29	69
	توفر بيانات حقيقية على صفحته	21	21	29	26	97
	تقبل فقط طلبات الجنس الآخر	11	8	15	7	41
	لا توجد أي معايير	15	21	6	3	45

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بـ"**المعايير التي يعتمدها أفراد العينة في قبول طلبات الصداقة**" تبعا لمتغير المستوى التعليمي، وجود فروق بين ذوي المستويات التعليمية **(ابتدائي/متوسط/ثانوي/جامعي)** حول بدائل السؤال، حيث أن الفرق بالنسبة للبديل **(المعرفة الشخصية الواقعية)** كان لصالح ذوي المستويين الجامعي بـ75 تكرار والثانوي بـ65 تكرار، وهو ما يؤكد ما توصلنا إليه سابقا كون الشباب الجامعي أقل رغبة في التعارف وتكوين العلاقات الاجتماعية، لكون وجوده في الجامعة واحتكاكه بالعديد من الأشخاص يمكنه من ربط العلاقات الاجتماعية مع الكثير من أقرانه.

أما بالنسبة للبديل **(مكانة الشخص ومهنته)** فنلاحظ وجود فروق طفيفة بين ذوي المستويات التعليمية، أما بالنسبة للبديل **(صورة الشخص)** فنلاحظ وجود فروق طفيفة بين ذوي المستويات التعليمية ولصالح المستويات (ابتدائي/ متوسط/ ثانوي)، أما بالنسبة للبديل **(الاشتراك في الاهتمامات)** فنلاحظ أن الفرق لصالح المستويين (الجامعي والثانوي)، أما بالنسبة للبديل (**توفر بيانات حقيقية على صفحته)** فنلاحظ تقاربا في الاستجابات، أما بالنسبة للبديل (**تقبل فقط طلبات الجنس الآخر)** فنلاحظ أن الفرق لصالح المستوى الثانوي بـ (15 تكرار) ثم يليه المستوى الابتدائي بـ (11 تكرار)، أما بالنسبة للبديل **(لا توجد أي معايير)** فنلاحظ أن الفرق لصالح ذوي المستويين (المتوسط بـ 21 تكرار وذوي المستوى الابتدائي بـ 15 تكرار كما هو مبين في **الشكل التالي:**



شكل رقم (26): يوضح معايير قبول طلبات الصداقة تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

الجدول رقم(49): يوضح إرسال طلبات صداقة لأشخاص غرباء

بدائل الإجابة على السؤال رقم (22)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
نعم	179	%49,7	180,0	-1,0	1	0,011[a]	,916	غير دال إحصائيا
لا	181	%50,3	180,0	1,0				
الإجمالي	360	%100		//////////////				

من خلال الجدول أعلاه والخاص بإرسال طلبات صداقة لغرباء، نلاحظ تقاربا بين من يرسلون بطلبات صداقة لأشخاص غرباء، وقد بلغ عددهم (179) فردا بنسبة مئوية بلغت49,7%، ومن لا يرسلون والبالغ عددهم (181) بنسبة مئوية قدرت بـ 50,3%.

وتعد هذه من بين الخدمات المميزة للشبكات الاجتماعية، حيث يتاح للشخص التعرّف على أشخاص من مختلف الدول والثقافات، لا سيما من يشترك معهم في الاهتمامات والأفكار، وكذا الحفاظ على التواصل الدائم معهم، وهذا لم يكن متاحا سابقا مع العوائق الاجتماعية والجغرافية، في حين الغت الشبكات الاجتماعية كل هذه العوائق، بحيث أن العواقب المترتبة عن رفض قبول طلب صداقة على الفايسبوك أقلّ بكثير ممّا لو تم ذلك على أرض الواقع.

وقد أشارت دراسة حلمي خضر ساري في قطر إلى استفادة أفراد العينة من الفرصة التي أتاحها لهم الإنترنت في مجال تعارفهم على بعضهم، وتكوين صداقات اجتماعية بينهم تخترق الحدود الجغرافية والثقافية، حيث أن أكثرية من استخدمها منهم في حياته اليومية لم يستثن هذه الوظيفة، إذ أجاب ما نسبته (64,5%) منهم أن الإنترنت قد ساعدتهم في التعرف إلى شباب من مختلف الفئات الاجتماعية والسياسية والثقافية في المجتمع العربي[1].

(1) حلمي خضر ساري، **تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية-دراسة ميدانية في المجتمع القطري**، مرجع سبق ذكره، ص 335.

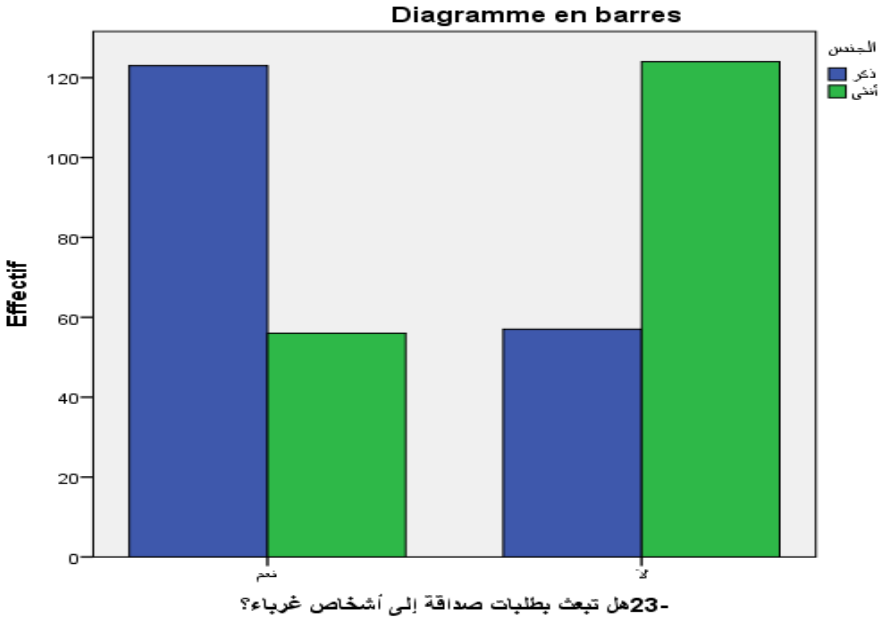
وبالتالي لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين البديلين، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب التي توصلنا إليها، تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ**0,011**[a] وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.05)، وبالتالي لا يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

الجدول رقم (50): يوضح إرسال طلبات صداقة لأشخاص غرباء تبعا لمتغير الجنس.

السؤال رقم (22) تبعا للجنس		الجنس		التكرارات	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
		ذكر	أنثى					
هل سبق لك إرسال طلبات صداقة لأشخاص غرباء؟	نعم	123	56	179	1	49,879[a]	,000	دال إحصائيا
	لا	57	124	181				
	الإجمالي	180	180	360				

من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بإرسال طلبات **صداقة إلى أشخاص غرباء تبعا لمتغير الجنس** نلاحظ أن هناك تفاوتا واضحا بين الجنسين في عدد التكرارات بالنسبة لبدائل هذا السؤال، حيث نلاحظ أن الفرق بالنسبة للبديل (نعم) كانت لصالح الذكور بـ (123) تكرار مقابل الإناث بـ (56) تكرار، أما بالنسبة للبديل (لا) فنلاحظ أن الفرق كان لصالح الإناث بـ (124) تكرار مقابل الذكور بـ (57) تكرار، ولا شك أن هذا أمر طبيعي كون الإناث واقعيا أقل مبادرة في طلب التعرّف على الآخرين لا سيما إن كانوا من الجنس الآخر، مقارنة بالذكور.

وما يؤكد هذا الفرق هو ما دلت عليه قيمة (كا²) التي بلغت 9,757 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.01)، وهذا معناه أنه توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم **22** تبعا لمتغير الجنس، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% كما هو مبين في **الشكل التالي**:



شكل رقم (27): يوضح إرسال طلبات صداقة لأشخاص غرباء تبعا لمتغير الجنس.

الجدول رقم (51): يوضح أسباب إرسال طلبات الصداقة إلى أشخاص غرباء

بدائل الإجابة للسؤال 22-1	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
للتعرف على أصدقاء جدد	89	%49,72	1
تبادل الاهتمامات	56	%31,28	3
للتعرف على ثقافات جديدة	64	%35,75	2
للتعرف على الجنس الآخر	64	%35,75	2
زيادة عدد الأصدقاء	42	%23,46	5
-التسلية	43	%24,02	4
بدافع الفضول	41	%22,90	6

من خلال الجدول أعلاه والمتعلق **بأسباب إرسال طلبات الصداقة إلى غرباء**، من بين من يرسلون **بطلبات صداقة إلى أشخاص غرباء والبالغ عددهم** (179) فردا بنسبة مئوية بلغت 49,7% من مجموع أفراد العينة، (وحيث يمكن لأفراد العينة اختيار أكثر من بديل)، حيث جاء في المرتبة الأولى البديل **"للتعرف على أصدقاء جدد"** بـ 89 تكرار ونسبة مئوية قدرت

بـ49.72%، وفي المرتبة الثانية جاء كل من البديلين " **للتعرف على ثقافات جديدة** / و**للتعرف على الجنس الآخر**" بمجموع تكرار بلغ 64 وبنسبة مئوية قدرت بـ (35.75%) لكل منهما، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (**تبادل الاهتمامات**) بمجموع تكرارات بلغت (56) وبنسبة مئوية قدرت بـ31,28%. وفي المرتبة الرابعة جاء البديل (**التسلية**) بمجموع تكرار بلغ (43) وبنسبة مئوية قدرت بـ 24,02%، وفي المرتبة الخامسة جاء البديل (**زيادة عدد الأصدقاء**) بمجموع تكرارات بلغت (42) وبنسبة مئوية قدرت بـ 23,46%. وفي المرتبة السادسة جاء البديل (**بدافع الفضول**) بمجموع تكرارات بلغت (41) وبنسبة مئوية قدرت بـ 22,90%.

تعد الإنترنت (وبشكل خاص الشبكات الاجتماعية) كوسيط اتصالي أداة للاتصال بالآخرين، وتكنولوجيا وسطية هدفها التواصل وتحسين العلاقات الاجتماعية للفرد، وهي المكان الذي تنشأ منه علاقات اجتماعية.

ويرى والزر Walther أنها أوجدت شكلا جديدا من العلاقات تنشأ بين الأفراد تتخطى الحدود المكانية والزمانية وتسمح بتحقيق تفاعل وتواصل اجتماعي من خلال استخدام الرسالة المكتوبة بين شخصين أو أكثر، حيث تصبح الكلمة المكتوبة هي أساس التواصل بينهم[1].

الجدول رقم (52): يوضح مدى رفض التفاعل مع ذوي الهويات الوهمية.

بدائل الإجابة على السؤال رقم (23)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
نعم	185	%51,4	180,0	5,0	1	,278[a]	0,916	غير دال إحصائيا
لا	175	%48,6	180,0	-5,0				
الإجمالي	360	%100		//////////////				

(1) علياء سامي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 21.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (360) فردا جاءت متقاربة، حيث انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين يرفضون التفاعل مع ذوي الهويات الوهمية وقد بلغ عددهم (185) فردا بنسبة مئوية بلغت 51,4%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين لا يرفضون التفاعل مع ذوي الهويات الوهمية والبالغ عددهم (175) بنسبة مئوية قدرت بـ 48,6%.

ولا شك أنّ الشبكات الاجتماعية قد أتاحت التعرّف على أشخاص غرباء بالنسبة للفرد، وقد يكونو بهوية وهمية (غير حقيقية) فالفرد في المجتمع الافتراضي "قادر على أن يتمثل كيفما يشاء، وكيفما توفر له التقنية المستخدمة من إمكانات التمثل، وهو دائما ليس هو إلا بما يقدم من نفسه للآخرين، فقد يغير أو يكيف بيانات الشخصية أو يزيفها...مضافا إلى ذلك كونه لا يتمثل إلا من خلال البرمجة الآلية، وإذا هو فرد مرمّز، ومجرد آليا[1]، وبالتالي فإن التعامل مع هذه الهوية الانترنتية قد يترتب عنه الكثير من العواقب والمشاكل بالنسبة للفرد، ولا يمكن معرفة نوايا هذا الشخص المختفي وراء جهاز هاتف، مع هذا فإن هناك تقاربا واضحا بين البديلين، وقد يعود السبب في ذلك كون أغلب أفراد العينة يتعاملون مع مجتمع الإنترنت من البداية بحذر، كما أن اغلبهم –كما سبق وأشرنا– يخفون جزء كبيرا من بياناتهم الشخصية.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ($كا^2$) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 278^a, وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.05)، وبالتالي لا يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

(1) علي محمد رحومة، **الإنترنت والمنظومة التكنو–اجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص 284.

الجدول رقم (53): يوضح أسباب عدم التفاعل مع ذوي الهويات الوهمية.

بدائل الإجابة للسؤال 23-1	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
لتجنب المضايقات	95	%51,35	1
الخوف من التجسس	43	%23,24	3
عدم الرغبة في ربط علاقات مع أشخاص يخفون هوياتهم	81	%43,78	2

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه (وحيث يمكن لأفراد العينة اختيار أكثر من بديل)، أن أغلب من أجابوا بأنهم يرفضون التفاعل مع ذوي الهويات الوهمية، والبالغ عددهم (185) فردا بنسبة مئوية بلغت 51,4%، يرفضونه لـ **"لتجنب المضايقات"** في المرتبة الأولى بـ 95 تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ 51.35%، وفي المرتبة الثانية جاء سبب **"عدم الرغبة في ربط علاقات مع أشخاص يخفون هوياتهم"** بمجموع تكرارات بلغ (81) وبنسبة مئوية قدرت بـ (43.78%)، وفي المرتبة الثالثة جاء سبب **(الخوف من التجسس)** بمجموع تكرارات بلغ (43) وبنسبة مئوية قدرت بـ 23,24%.

حيث أنّ كثافة العمليات الاتصالية الشبابية عبر الشبكات الاجتماعية، وتنوع خدماتها التي يقبل عليها الملايين من المستخدمين حول العالم، ليست كافية لتقدم صورة كاملة وواضحة لحجم التواصل الحقيقي المتحصل عليه من خلال هذه الممارسات .لذلك فإن الكفاءة التفاعلية في إطار هذه المنابر الافتراضية، ونوافذ التخاطب عبر هذه الشبكات، تحتم مراعاة جدية لتبعات "Chating" الحيني وحلقات الحوار، أو غرف الدردشة الاجتماعية والثقافية لهذا التواصل المفتوح مع الآخر[1]، لما قد يكون له من تأثيرات على بعض فئات المجتمع، وعلى انتشار الجريمة الالكترونية بكل أشكالها.

(1) فريد الصغيري، مرجع سبق ذكره، ص 417.

المحور الثالث: العلاقة بين التفاعل الافتراضي وإعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية عند الشباب الجزائري

الجدول رقم (54): يوضح المقارنة بين العلاقات الافتراضية والواقعية

بدائل الإجابة على السؤال رقم (24)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
-أقوى من الواقعية	29	%8,1	90,0	-61,0	3	183,511[a]	,000	دال عند مستوى 0.01
لا فرق بينهما	55	%15,3	90,0	-35,0				
العلاقات الافتراضية لا تتسم بالجدية	197	%54,7	90,0	107,0				
امتداد للواقعية	79	%21,9	90,0	-11,0				
الإجمالي	360	%100	//////////					

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ النسبة الأكبر من أفراد العينة أجابت بأن " **العلاقات الافتراضية لا تتسم بالجدية**" وذلك بـ (197) تكرار وبنسبة مئوية قدرت بـ 54,7%، محتلة بذلك المرتبة الأولى، ثم في جاء في المرتبة الثانية الفئة التي أجابت بأنها "**امتداد للواقعية**" والبالغ عددهم (79) بنسبة مئوية قدرت بـ 21,9%، ثم في المرتبة الثالثة الفئة التي أجابت أن "**لا فرق بينهما**"، فيما لم يجب بخيار "**أقوى من الواقعية**" إلا (29) فردا بنسبة مئوية بلغت 8,1%، ولا شك أن هذه النتائج تمثل امتدادا لما توصلنا إليه سابقا، فإذا كان أفراد العينة يعتبرون الفايسبوك مجرد أداة للتسلية والترفيه، وبنسبة أقل أداة لتعميق العلاقات الواقعية فلا شك أنهم يحملون نظرة سلبية عن الفايسبوك، وأنه لا يمثل لديهم أكثر من أداة للتسلية وعلى أكثر تقدير أداة للتواصل مع المعارف والعلاقات الواقعية وتعميقها.

ورغم غلبة جانب الترفيه والتسلية على استخدام الشبكات الاجتماعية في الوطن العربي، إلا أننا لاحظنا من خلال نتائج جداول سابقة كثافة استخدامهم لهذه الشبكات، والاستغراق الكبير فيها، ويعود هذا إلى الجاذبية الكبيرة التي تتمتع بها المجتمعات الافتراضية، "فبحسب معهد الدراسات الاجتماعية التابع لجامعة (متشغن) الأمريكية، جاء في تقرير لمصلحة الغابات في الولايات المتحدة صدر في سنة 2009 أن الأطفال الأمريكيين يقضون وقتا أقل بمعدل 50% خارج منازلهم، عما كان عليه الأمر منذ عشرين عاما، بالرغم من ان فقدان المجتمعات المتقدمة لعلاقاتها بالطبيعة ليس بالأمر الجديد، حيث أشارات دراسة بريطانية في عام 2002 إلى أن الطفل الذي يبلغ متوسط عمره ثماني سنوات يستطيع التعرف بسهولة على الألعاب الكرتونية اليابانية (بيكاتشو، بوكيمون، ميتابود..) أكثر من تعرفه على أنواع الكائنات الطبيعية التي تعيش في محيطه السكني (كالخنفساء، أو شجرة البلوط)...هذا الأمر يشكل عاملا تحوم حوله تهديدات تبتعد به عن الإنسان ككينونة اجتماعية"[1].

لقد تغيّرت ملامح الصداقة خلال العقد الماضي، لكن ما زال الجدل مشتعلًا حول كون هذا التغير للأحسن أم لا، تشير بعض الدراسات إلى كون التفاعل مع الناس على شبكة الإنترنت يتمتع بنفس القيمة النفسية التي تُميز التفاعل الشخصي، إذ يقلل من القلق والاكتئاب، ويزيد من مشاعر السعادة، وقد اكتشفت مويرا بيرك الباحثة في مجال علوم الكمبيوتر وعلم النفس الاجتماعي في موقع فيسبوك أنه كلما زاد استخدام الأفراد للموقع بهدف التواصل الفعال مع أصدقائهم، قلَّ شعورهم بالوحدة، هذا مع أنه لم يتضح كون استخدام فيسبوك يقلل الوحدة، أو كون الأفراد الذين يتمتعون بالفعل بعلاقات اجتماعية قوية يستخدمونه أكثر[2] .

في حين يرى البعض الآخر أنّ الإنترنت هي الآلة التي تساهم في إغراق مستعمله بعالم وهمي ومنعزل بحيث تسلخه عن الواقع والحياة الاجتماعية، وبحكم خروجه –الانترنت– عن الرقابة قد يصل الأمر حد المسّ بسلم القيم الذي نشأ عليها مستخدمه (معتقدات غريبة عن معتقداته/

(1) خليل بن الدين، **هل يفقد الكائن البشري إنسانيته بسبب تكنولوجيا الاتصال الحديثة**، مجلة الخليج، العدد 81، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، الكويت، 2010، مرجع سبق ذكره، ص 32.

(2) مايكل بوند، مرجع سبق ذكره.

دخوله عالم الجرائم المنظمة / القرصنة الفكرية والمالية...)، كما أنه يصبح من السهل على مستخدم الإنترنت الوصول إلى المواقع الإباحية والمنحرفة ويمكن أن يلغى التفاعل والتواصل الوجاهي مما أنشأ جيلا لا يدرك إلا ما تقوله له المواقع دونما تدقيق أصحيحة أم غير صحيحة، وعززّ بدوره ظاهرة الإدمان عليه بفعل مواقع التسلية واللهو التي تأخذ كثيرا من أوقات الشباب يمكن الاستفادة منها في مواضيع أخرى أكثر أهمية[1].

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ **183,511[a]** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين الأربع لصالح المجموعة الثالثة (العلاقات الافتراضية لا تتسم بالجدية)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (55): يوضح تأثير الفايسبوك على العلاقات الواقعية

بدائل الإجابة على السؤال رقم (25)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
نعم	221	%61,4	180,0	41,0	1	18,678[a]	,000	دال عند مستوى 0.01
لا	139	%38,6	180,0	-41,0				
الإجمالي	360	%100		////////////////				

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (360) فردا، يرون **أن الفايسبوك قد أثر على علاقاتهم الواقعية** وبلغ عددهم (221) فردا بنسبة مئوية بلغت (61,4%).

(1) مأمون طربيه، مرجع سبق ذكره، ص ص، 55-56.

وفي هذا الإطار توصل فايز المجالي في دراسته بأن شعور أفراد العينة بأن زياراتهم لأقاربهم بدأت تقل عما كانت عليه في السابق بسبب انشغالهم بالإنترنت، فيوافق بشدة على ذلك ما نسبته 1.8%، ويوافق أيضا على ذلك 12.9%، واتخذ موقف المحايدة ما نسبته 14.2%، ويعارض ذلك 41.6%، فيما يعارضه بشدة 29.5%، وقد بلغ الوسط الحسابي للإجابات على ذلك 2.16 بانحراف معياري مقداره 1.05[1].

إن استخدام الشبكات الاجتماعية لا يخلو من تأثيرات، لا سيما على العلاقات الواقعية، ولا شكّ أن أحد أكثر الآثار الناتجة عن استخدام الفايسبوك على مستوى الوقت المخصص للعلاقات الواقعية، مما يؤدي مع الوقت إلى تقليص مساحة التفاعل مع العلاقات الواقعية لصالح الافتراضية.

و "لازال السجال قائما حول الدور الذي يلعبه (الانترنت)، ففي الوقت الذي تظهر دراسات عديدة دوره الايجابي باعتبار مستخدمو الانترنت أكثر اجتماعية عن غيرهم من الذين لا يستخدمونه، وبأنّهم أكثر مشاركة في النقاشات حول المواضيع السياسية والاقتصادية وغيرها من الموضوعات، وكيف أن متابع الانترنت يتميز بقدرة عالية على متابعة الأحداث المحلية والأخبار الدولية ويبقى على اطلاع لما يجري حوله، وبأن هواة الإنترنت يتمتعون بالمرح والود والقبول الاجتماعي والديناميكية في العمل عبر زيارة المواقع واستخدام البريد الالكتروني ولا يعيشون في صومعة على عكس مايعتقده البعض فيهم"[2].

ويرى البعض الآخر أن الشبكات الاجتماعية "ظاهرة حقيقية تعادل العناصر الرئيسة في النسيج الاجتماعي، والتفاعل مع الإنترنت يسعى إلى تخريب الروابط الاجتماعية لأنه يغيّر في طبيعة العلاقات الإنسانية بتشجيعها بشكل من الاتصال دون الاحتكاك، ... المشكلات الاجتماعية والنفسية التي نجمت عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كثيرة منها ما يتعلق بالأسرة

(1) فايز المجالي، **استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية**، مجلة المنارة، المجلد 13، العدد 7، جانفي 2007، ص 180. متاح على الرابط: https://web2.aabu.edu.jo/nara/manar/suportFile/1374.doc، (2016/10/07، 12: 45).

(2) مأمون طربيه، مرجع سبق ذكره، ص ص، 55-56.

"المشكلات الأسرية"، ومنها ما يتصل بعلاقة الفرد مع مجتمعه وإخفاء الشخصية، والإدمان، والعزلة الاجتماعية[1].

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب التي توصلنا إليها تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ**18,678[a]وهي** قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى **(نعم)** ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (56): يوضح طبيعة تأثير الفايسبوك على العلاقات الواقعية

بدائل الإجابة على السؤال رقم:(25-1)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
ساعد على تقوية علاقاتك الواقعية	104	29,4%	55,25	48,8	3	80,629[a]	0,000	دال عند مستوى 0.01
أضعف ارتباطك بأصدقائك الواقعيين	62	%17,2	55,25	6,8				
الانفتاح على الآخرين وتكوين صداقات جديدة	36	%10	55,25	19,25-				
المجتمع الافتراضي جعلك تستغني عن العلاقات الواقعية بشكل شبه كلي	17	%4,7	55,25	38,25-				
الإجمالي	212	61,4%	/////////					

(1) رضا إبراهيم محمد الأشرم، **التأثير الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي**، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال، السعودية، 2015، ص 09.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بطبيعة تأثير الفايسبوك على العلاقات الواقعية، نلاحظ أن أغلبية إجابات الأفراد الذين يرون أن الفايسبوك يؤثر على العلاقات الواقعية، والبالغ عددهم (221) أجابوا أن الفايسبوك قد **ساعد على تقوية علاقاتهم الواقعية** وقد بلغ عددهم (106) فردا بنسبة مئوية بلغت 29,4%، ثم المجموعة التي أجابت بأن الفايسبوك قد " **أضعف ارتباطها بأصدقائها الواقعيين** والبالغ عددهم (62) بنسبة مئوية قدرت بـ 17,% ، ثم الذين أجابوا بأنه ساعدهم على "**الانفتاح على الآخرين وتكوين صداقات جديدة** " والبالغ عددهم (36) فردا وبنسبة مئوية قدرت بـ 10%، أما الذين أجابوا بأنّ "**المجتمع الافتراضي جعلهم يستغنون عن العلاقات الواقعية بشكل شبه كلي**" فقد بلغ عددهم (17) فردا بنسبة مئوية قدرت بـ (4,7%).

وتشير أحد الأبحاث الحديثة إلى أن موقع فيسبوك يمكنه فعليًّا تحسين جودة هذه العلاقات البعيدة أو الهشة، وكشفت دراسة أُجريت على أكثر من 400 مستخدم من مستخدمي موقع فيسبوك، قامت بها جيسيكا فيتاك من جامعة ماريلاند، بكوليدج بارك، أن هذا الموقع يحتل أهمية خاصة لدى الأصدقاء الذين يقطنون بعيدين بعضهم عن بعض مسافةً تزيد عن بضع ساعات بالسيارة، فكلما زاد تباعد سكن صديقين زادت مشاركتهما على الموقع، وتضيف فيتاك أنه بالنسبة إلى هؤلاء الأصدقاء ربما يحافظ فيسبوك على العلاقات الحقيقية كي لا تصبح مجرد ذكرى"[1].

فيما أشارت دراسة نوال بركات إلى أن نسبة **(49,4%)** من المبحوثين أجابوا أنّ علاقاتهم الواقعية في الواقع بقيت على حالها سواء قبل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أو بعد استخدامها، حيث أنهم رغم اشتراكهم في العديد من المواقع الاجتماعية وقضائهم وقتا طويلا نسبيا في استخدمها إلا أن ذلك لم ينعكس على مستوى علاقاتهم الواقعية بل بقي كما كان، ونسبة **(24,9%)** من المبحوثين الذين يدركون بأن علاقاتهم ا زدت عمقا وتوسعا[2].

(1) مايكل بوند، مرجع سبق ذكره.

(2) نوال بركات، مرجع سبق ذكره، ص 346.

ويجب الإشارة إلى الفئة التي أجابت بأن الفايسبوك قد "**أضعف ارتباطها بأصدقائها الواقعيين**" والتي مثّلت نسبة 17,2%، وهي نسبة معتبرة تشير إلى حجم التأثيرات السلبية للشبكات الاجتماعية على العلاقات الواقعية.

حيث ذهب حلمي خضر ساري إلى أن ما نسبته (43,9%) من أفراد العينة من كلا الجنسين شعروا أن نشاطاتهم في المناسبات الاجتماعية العائلية قد بدأت بالتراجع منذ بدأوا باستخدام الإنترنت، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج العديد من الدراسات الاجتماعية التي تناولت تأثيرات الإنترنت في العلاقات الاجتماعية، فقد توصل الباحثون في هذا الصدد إلى وجود تراجع ملحوظ في العلاقات الاجتماعية، لمستخدمي الإنترنت في المجتمع الأمريكي من حيث انخراطهم في الحياة المدنية، وفي نشاطاتهم ومشاركاتهم في الحياة الاجتماعية، وفي زياراتهم لأقاربهم[1].

واستعر نصر الدين العياضي إلى مجموعة من الانشغالات البحثية حول الشبكات الاجتماعية مشيرا إلى استثمار أطروحة فوكو: الرقابة والعقاب في دراسة الشبكات الاجتماعية واستبطان المعايير والقيم الاجتماعية /التمرد عليها، التمايز /والتماثل، بمعنى أن قيام الأشخاص الذين يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية لعرض ذاتهم والكشف عن اختلافهم عن الآخرين يقابله قلق من كونهم لا يشبهون الآخرين وغير محبوبين من قبل مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية، وانحسار الممارسة السياسية في الواقع في البلدان الديمقراطية /واتساعها في الشبكات الافتراضية بل إنّ بعض البحوث تصدت إلى الاعتقاد الواهم الذي يبرز مواقع الشبكات الاجتماعية كلوح نجاة للمجتمعات التي تعاني من أزمة اتصال، وانحسار النشاط السياسي، وتفكك في العلاقات الاجتماعية، بل إن بعضها برهن على أن هذه المواقع ليست اجتماعية أصلا[2].

يمكن القول بأن ثمة نقاشات محتدمة في الآونة الأخيرة حول الدور الخطير الذي تلعبه الإنترنت في عزل الأفراد اجتماعيا وتفكيك العلاقات بين الأفراد في المجتمع، فالأفراد أصبحوا يقضون وقتا طويلا في التعامل مع الكمبيوتر والإنترنت بطريقة لافتة تسترعي الاهتمام، بما ينطوي

(1) حلمي خضر ساري، **تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية-دراسة ميدانية في المجتمع القطري**-، مرجع سبق ذكره، ص 331.

(2) نصر الدين العياضي، مرجع سبق ذكره، ص 43.

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 أنماط جديدة من القيم والسلوكيات المستحدثة في المجتمع العربي كله[1].

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب التي توصلنا إليها، تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ **77,712**[a]وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين الأربع لصالح المجموعة الأولى (**ساعد على تقوية علاقاتك الواقعية**)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (57): يوضح إمكانية تحول أحد العلاقات الافتراضية إلى واقعية

بدائل الإجابة على السؤال رقم (26)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
نعم	217	% 60,3	180,0	37,0	1	15,211[a]	,000	دال عند مستوى 0.01
لا	143	% 39,7	180,0	-37,0				
الإجمالي	360	%100	//////////////					

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة سبق وأن تحولت أحد علاقاتهم الافتراضية إلى علاقة واقعية، وقد بلغ عددهم (217) فردا بنسبة مئوية بلغت 60,3%، في حين بلغ عدد من أجابوا بـ "**لا**" (143) فردا بنسبة مئوية قدرت بـ 39,7%.

(1) حسن بوحبة، مرجع سبق ذكره، ص ص، 104-105.

ولا شكّ أن أغلب العلاقات التي تبدأ عبر الإنترنت تتحوّل إلى لقاء واقعي، ولا يعني هذا قوة العلاقة بالضرورة، لأن الكثير من العلاقات الافتراضية قد تنتهي بعد اللقاء الأول، ولكن تلك الحميمية التي تميّز العلاقات الافتراضية، والتعامل المثالي وفقدان الصورة الذهنية بين أطراف العلاقة حيث ...لايوجد للفرد جانبه الجسماني المادي كشخصية انترنتية افتراضية، ماعدا تمثلات الحواس، مثل: السمع (الصوت)، اللمس (الكتابة)، البصر (الرؤية)...، كما أن عناصر أخرى في الشخصية الطبيعية للفرد تنعدم تماما، ويمكن للفرد أن يغيرها فهي لا يعوّل عليها كحقائق مثل السن، والحالة الاجتماعية والجنس (ذكر أو أنثى)..، أما الجانب السلوكي (النفسي) فيأخذ أبعادا أخرى في الإنترنت، فليس تصرف الأفراد في المجتمع الطبيعي هو تماما الذي يرى في مجتمع الانترنت[1].

ولكن مع غياب كل هذه العناصر، واعتماد العلاقة الافتراضية على عنصر التخاطب الكتابي، لا يمكن الجزم بفشل العلاقات من هذا النوع بشكل كلي، فهذا النوع بالذات، يعتمد نجاحه أو فشلة على أطراف العلاقة ومدى جديتهم وصدقهم أكثر من أي عامل آخر.

يرى بعض الباحثين، ولا سيما كراوت Kraut وزملاؤه، أن العلاقات التي تتشكل بين الجنسين من خلال الإنترنت تقود في كثير من الحالات إلى لقاءات مباشرة بينهم،... وأشارت دراسة حلمي خضر ساري إلى أن (38,6%) من أفراد العينة قد قادتهم مشاعرهم الالكترونية إلى لقاءات مباشرة، وأما نسبة من لم يلتق بهذا الآخر وجها لوجه، علما بأنه تجمعه به/بها علاقة عاطفية حميمة من خلال الإنترنت، فقد كانت (61,3%)، وقد يعزى ذلك جزئيا إلى صرامة الضبط الاجتماعي الذي تمارسه الأسرة والمجتمع على الأبناء [2].

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب التي توصلنا إليها تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ **15,211[a]**، وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي هناك فرق

(1) علي محمد رحومة، **الإنترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص ص، 284-285.
(2) حلمي خضر ساري، **تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية-دراسة ميدانية في المجتمع القطري**-، مرجع سبق ذكره، ص 325.

دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى **(نعم)** ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (58): يوضح إمكانية تحول أحد العلاقات الافتراضية إلى واقعية تبعا لمتغير الجنس.

السؤال رقم (26) تبعا للجنس		الجنس		التكرارات	درجة الحرية	قيمة كا^2	مستوى الدلالة	القرار
		ذكر	أنثى					
هل سبق وأن تحولت أحد علاقاتك الافتراضية إلى واقعية؟	نعم	123	94	217	1	9,757[a]	,002	دال إحصائيا
	لا	57	86	143				
	الإجمالي	180	180	360				

من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بإمكانية **تحول أحد العلاقات الافتراضية عند أفراد العينة إلى علاقة واقعية تبعا لمتغير الجنس،** ورغم أن أغلبية أفراد العينة من الجنسين قد أجابت بـ "نعم"، نلاحظ أن هناك تفاوتا واضحا بين الجنسين في عدد التكرارات بالنسبة لبدائل هذا السؤال حيث أن الفرق بالنسبة للبديل (نعم) كان لصالح الذكور بـ (123) تكرار مقابل الإناث بـ (94) تكرار، أما بالنسبة للبديل (لا) فنلاحظ أن الفرق كان لصالح الإناث بـ (86) تكرار مقابل الذكور بـ(57) تكرار، ولا شك أن هذا دلالة على المساحات التي أصبحت تحتلها العلاقات الافتراضية، وأهميتها بالنسبة للفرد، حيث أن الرغبة في تحويل العلاقة الافتراضية إلى واقعية تدل على أهمية تلك العلاقة بالنسبة للفرد، أو على الأقل فضوله لرؤية الطرف الآخر.

وقد أشارت دراسة حلمي خضر ساري إلى أن ما نسبته (10,6%) من الإناث بأنهن التقين وجها لوجه بمن تعرفن إليهن عبر الإنترنت، وأمّا النسبة العالية منهن وهي (34,6%) فلم يقمن بتلك المحاولة رغم العلاقة العاطفية الحميمية التي تجمعهن مع الجنس الآخر، حيث اكتفين بالتحادث فقط، ولم يترجمن ذلك إلى لقاءات مباشرة، ربما لأنهن يدركن ما قد يترتب على ذلك اللقاء من مشكلات أسرية واجتماعية هنّ في غنى عنها، ولأنهن يدركن أيضا، خسارتهن في تلك المعركة غير المتكافئة من حيث القوة داخل الأسرة والمجتمع على حد سواء، وأما فيما يتعلق

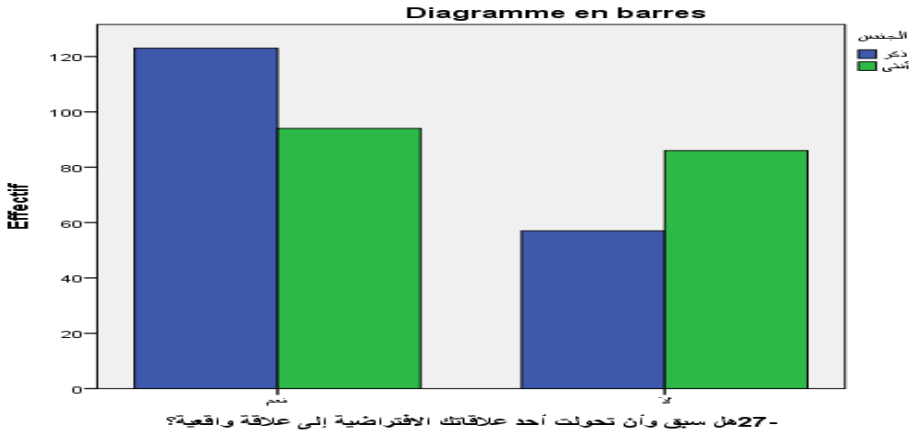
بالذكور فقد تبين أن نسبة من سمحت لهم مشاعرهم، الالكترونية باللقاء وجها لوجه ممن تعرفوا إليهم عبر الإنترنت قد بلغت (28%)[1].

وقد ذهبت إحدى الدراسات التي تمت في الكويت أن "30% من الشباب يستخدمون الإنترنت للقاء الجنس الآخر، ويعني ذلك أن القيود القيمية الخاصة بعدم لقاء الجنس الآخر خارج الأقارب والزواج تم تجاوزها، ويظهر في الدراسة المذكورة أن المواضيع التي تدفع الإناث إلى الاحتكاك بالجنس الآخر معرفة منظور الذكور وكيفية التعامل مع الصراع مع الأصدقاء والقلق مع الأولياء والزوج المثالي، كما اعتبر الجنسان أن التواصل مع الجنس الآخر على الشبكة يوفر الأمن الشخصي وجذابا، والبعض من هذا التواصل يتحول إلى لقاءات حقيقية في المقهى مثلا، وتشير الدراسة المذكورة أن 61% من هؤلاء الشباب يرون أن الإنترنت تؤثر سلبا على أخلاقيات وسلوكيات الشباب ومرة أخرى، فإن هؤلاء الشباب يرون أن علاقاتهم مع الجنس الآخر على الإنترنت ليس بغرض تكوين علاقات حقيقية كالزواج مثلا وإنما يرونها حالة مؤقتة غير جدية في كل الأحوال"[2].

وما يؤكد الفروق في إجابات أفراد العينة هو ما دلت عليه قيمة (كا²) التي بلغت 9,757 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.01)، وهذا معناه أنه توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 26 تبعا لمتغير الجنس، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% كما هو مبين في **الشكل التالي:**

(1) حلمي خضر ساري، **تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية–دراسة ميدانية في المجتمع القطري**–، مرجع سبق ذكره، ص 326.

(2) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص ص، 278–279.



شكل رقم (28): يوضح إمكانية تحول أحد العلاقات الافتراضية إلى واقعية تبعا لمتغير الجنس.

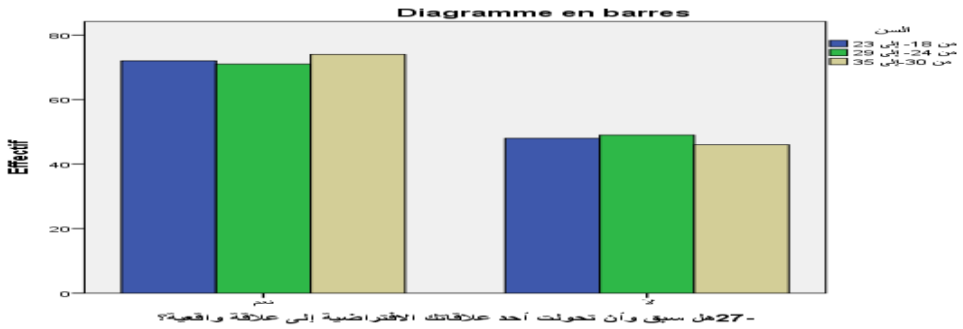
الجدول رقم (59): يوضح إمكانية تحول أحد العلاقات الافتراضية إلى واقعية تبعا لمتغير السن.

السؤال رقم (26) تبعا للسن		السن			المجموع	درجة الحرية	قيمة كا^2	مستوى الدلالة	القرار
		من 18 إلى أقل من 24	من 24 إلى أقل من 30	من 30 إلى أقل من 36					
26 هل سبق وأن تحولت أحد علاقاتك الافتراضية إلى واقعية؟	نعم	72	71	74	217	2	0,162[a]	0,922	غير دال إحصائيا
	لا	48	49	46	143				
	الإجمالي	120	120	120	360				

من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بإمكانية تحول **أحد العلاقات الافتراضية لأفراد العينة إلى علاقة واقعية تبعا لمتغير السن**، نلاحظ أن هناك تقاربا واضحا في عدد التكرارات بالنسبة لبدائل هذا السؤال تبعا لمتغير السن، وقد يعود هذا لكون الشبكات الاجتماعية قد جذبت مختلف فئات السن، كما أنه لا شكّ أنّ حب التعرّف على الآخرين وترجمة هذه العلاقات على أرض الواقع موجود لدى فئات السن المختلفة، حيث "يمكن للعلاقات على الشابكة أن تكون قوية، ويمكن أن

تستمر خارج الشابكة، هذه الفضاءات ليست لاواقعية بالنسبة للناس الذين يستعملونها في عملهم[1]، وقد التعلق بالإنترنت وبالعلاقات التي تنشأ عن طريقها قد "لا يكون نتيجة رغبة تلقائية وإنما هروبا من واقع اجتماعي يعتبره الفرد لا يلبي احتياجاته"[2]، إلا أن هناك من الباحثين من يعتبر أن العلاقات الافتراضية "قد أحدثت وأوجدت حقلا جديدا للتفاعل وشكلا من أشكال نقل المعلومات، حيث أن الأفراد بإمكانهم تبادل المعارف المختلفة، والحصول على المعلومات"[3].

وهذا ما دلت عليه قيمة (كا²) والتي بلغت **0,162**[a] وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.05)، وهذا معناه أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 27 تبعا لمتغير الجنس، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%. كما هو مبين في **الشكل التالي**:



شكل رقم(29): يوضح إمكانية تحول أحد العلاقات الافتراضية إلى واقعية تبعا لمتغير السن.

(1) مايك كرانغ وآخرون، **الجغرافيا الافتراضية أجسام وفضاء وعلاقات**، تر: عدنان حسن، منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب: دمشق، 2011، ص 208.

(2) عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص ص، 280-281.

(3) إبراهيم بعزيز، **منتديات المحادثة والدردشة الالكترونية -دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع-**، مرجع سبق ذكره، ص 118.

الجدول رقم (60): يوضح طبيعة العلاقات الإفتراضية التي تحولت إلى واقعية

بدائل الإجابة للسؤال 26-1	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
صداقة	139	%64,05	1
علاقة عاطفية	128	%58,98	2
زواج	10	%04,60	3

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد العينة الذين أجابوا بأنه **سبق وأن تحولت أحد علاقاتهم الافتراضية إلى علاقة واقعية،** والمقدر عددهم بـ (217) فردا بنسبة مئوية بلغت 60,3%، من مجموع أفراد العينة (وحيث يمكن لأفراد العينة اختيار أكثر من بديل)، نلاحظ أن أغلب المبحوثين قد تحولت علاقاتهم الإفتراضية إلى**"صداقة "** بـ 139 تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ64.05% محتلة بذلك المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية المبحوثون الذين تحولت علاقاتهم الافتراضية إلى **"علاقة عاطفية"** بمجموع تكرار بلغ (128) وبنسبة مئوية قدرت بـ (58.98%)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل **(زواج)** بمجموع تكرار بلغ (10) وبنسبة مئوية قدرت بـ 4,60%.

لا شكّ أن ارتفاع العلاقات الافتراضية التي تحولت إلى صداقة بينما نلاحظ الإنخفاض الكبير في العلاقات التي تحولت إلى " زواج"، ولعل هذا ما يمكن تفسيره بنقص الثقة في العلاقات التي تتم عن طريق هذه المواقع، لأن الزواج في المجتمعات العربية تحكمه العادات والتقاليد ويحتاج إلى معرفة حقيقية في الواقع وليس افتراضية، أما الصداقات فيمكن لها أن تنشأ حتى عن طريق واقع افتراضي، والعواقب التي تنجم عنها يمكن التحكم فيها أو إنهاء الصداقة نهائيا بينما لا يمكن ذلك مع الزواج.

وتزعم بويد Boyd أن الاستخدام الشَّرِه لوسائل التواصل الاجتماعي لا تدفعه الفردية أو الاهتمام الشديد بالوسائل التكنولوجية الحديثة، بل الحاجة إلى الصداقة: «يخبرني المراهقون مرارًا وتكرارًا عندما أتحاور معهم أنهم يفضلون أكثرَ الالتقاءَ وجهًا لوجه مع أصدقائهم والانطلاق معًا

والتمتع بالخصوصية معهم. لكننا خَلَقْنا مستوًى من التخويف فَرَضَ صعوبة استثنائية على تجمُّعهم في أي مكان آخر غير الإنترنت[1].

وقد لاحظنا ارتفاع العلاقات الافتراضية التي تحولت إلى علاقات عاطفية، وقد يعود هذا لطبيعة المجتمعات العربية التي تقل فيها فرص لقاء الجنسين، وإن حصلت تكون في أطر محددة، في حين أتاحت الشبكات الاجتماعية للجنسين فرصا أكثر للحديث والالتقاء بدون وجود رقابة أو حدود، خاصة إذا كان أطراف العلاقة بهويات وهمية، مما يجعلهم يتصرفون براحة لكون العواقب الناتجة عن هذا النوع من العلاقات محدودة غالبا، أو يمكن أن تكون منعدمة.

وقد توصلت دراسة حلمي خضر ساري رفض الغالبية الساحقة منهم (70,5%) الزواج من إحدى المعارف الالكترونية، ومع ذلك فقد عبر ما نسبته (28,8%) عن قبوله الزواج من إحدى معارفه التي تم تعرفه إليها عبر الإنترنت[2].

ومن ميزات العديد من مواقع الشبكات الاجتماعية القدرة على سرد حالة العلاقة الرومانسية الفئوية (على سبيل المثال، أعزب أو مرتبط أو متزوج، أجرى فايسبوك Facebook تغييراً مهما في كيفية نقل حالة العلاقة في ملف تعريف موقع الشبكة الاجتماعية: بدلاً من إدراجها كفئة، فإنها تستفيد من بنية الشبكة الاجتماعية من خلال السماح للمستخدمين بتحديد وربط شريكهم في العلاقة في ملفهم الشخصي، على سبيل المثال بدلاً من مجرد إدراج حالة أنها "في علاقة"[3].

(1) مايكل بوند، مرجع سبق ذكره.

(2) حلمي خضر ساري، **تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية-دراسة ميدانية في المجتمع القطري-، مرجع سبق ذكره،** ص 323.

(3) Jesse Fox, Katie M. Warber, Dana C, Op.Cit, p 08.

الجدول رقم (61): يوضح ما وفرته العلاقات الافتراضية لأفراد العينة

بدائل الإجابة للسؤال 27	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
التعامل بمثالية	61	% 16,9	6
التقدير والاحترام	80	% 22,2	4
الاهتمام	94	% 26,1	2
تقديم مساعدات دون مقابل	71	% 19,7	5
مجال للفضفضة عن ضغوط الحياة	156	% 43,3	1
تخطي الاعتبارات الخاصة بالشكل الخارجي	89	% 24,7	3

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم (360) فردا، قد تباينت آراءهم فيما يخص **ما وفرته العلاقات الافتراضية مقارنة بالواقعية** (وحيث يمكن لأفراد العينة اختيار أكثر من بديل)، أجمع أغلبية أفراد العينة أن العلاقات الافتراضية توفر **"مجال للفضفضة عن ضغوط الحياة"** بـ 156 تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ 43.3%، وفي المرتبة الثانية جاء البديل **"الاهتمام"** بمجموع تكرار بلغ 94 وبنسبة مئوية قدرت بـ (19.7%)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل **(تخطي الاعتبارات الخاصة بالشكل الخارجي)** بمجموع تكرار بلغ (89) وبنسبة مئوية قدرت بـ 24,7%، وفي المرتبة الرابعة جاء البديل **(التقدير والاحترام)** بمجموع تكرار بلغ (80) وبنسبة مئوية قدرت بـ 22,2%، وفي المرتبة الخامسة جاء البديل **(تقديم مساعدات دون مقابل)** بمجموع تكرار بلغ (71) وبنسبة مئوية قدرت بـ 19,7%، وفي المرتبة السادسة جاء البديل **(التعامل بمثالية)** بمجموع تكرار بلغ (61) وبنسبة مئوية قدرت بـ 16,9%.

لقد وفّرت الإنترنت مجالا بديلا للتعبير والفضفضة عن ضغوطات الحياة، دون عناء التنقل أو تحمل ما يترتب عن تشكيل علاقة اجتماعية واقعية، فالعلاقة على الإنترنت كما سبق وأشرنا لا ينجم عنها أي تبعات، وبإمكان المستخدم في لحظة إنهاء الصداقة أو الحظر أو حذف الحساب، ولن يتلقى أي لوم أو عتاب على ذلك.

إن التواصل مع الآخرين عبر الإنترنت –مثل الرد على سؤال، أو تهنئة شخص بعيد ميلاده على موقع فيسبوك، أو التصديق على مهارات آخر على موقع "لينكيد إن"، أو تسجيل "الإعجاب"

بصورة على موقع إنستجرام أو التعليق عليها- هو نوع من الملاطفة الاجتماعية، يشكِّل صورة معاصرة من صور التواصل في عصور ما قبل التاريخ تعلق نيكول إليسن من جامعة ميشيجان بمدينة آن آربر على ذلك قائلةً: "إنها جميعًا طرق أُشير من خلالها إلى اهتمامي بك..." اكتشفت إليسن وفيتاك أن الملاطفة الاجتماعية على فيسبوك هي طريقة فعالة للغاية للاحتفاظ بالروابط الاجتماعية الضعيفة"[1].

فالمحادثة عبر الانترنت "الدردشة" تعطي الشخص الفرصة للكلام عن أشياء لا يستطيع قولها مباشرة بسبب الهوايات المزيفة التي يستعملها مستخدم الانترنت،...، وبالطبع لهذا الغموض وجه ايجابي وآخر سلبي، ويتمثل الجانب الايجابي في قيام الناس بالحديث عن شيء يخجلون منه وجها لوجه أو حتى عند الحديث في الهاتف، وهو ما يجعل عددا كبيرا من الأشخاص المنطوين يصبحون ذوي شخصيات جريئة على الانترنت بعكس الواقع، ومن هنا يصبح الأشخاص الفاشلين اجتماعيا قادرين على إعادة التواصل مع العالم الخارجي عن طريق استخدام الانترنت، ..، أما الجانب السلبي لهذا الغموض فيتمثل في استغلال بعضهم لعدم القدرة على الكشف عن هوياتهم الحقيقة ليتحدثوا إلى أشخاص مستخدمين ألفاظ نابية أو فظة، لذلك على مستخدم غرف المحادثة أن يكون حذرا في تصديق كل مايتلقاه عبر هذه المحادثة[2].

(1) مايكل بوند، مرجع سبق ذكره.

(2) حسن بوحبة، مرجع سبق ذكره، ص 110.

الجدول رقم (62): يوضح مدى تأثير الفايسبوك العلاقات الأسرية

بدائل الإجابة على السؤال رقم:(28)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
نعم	241	%66,9	120,5	-79,5	1	104,900[a]	,000	دال عند مستوى 0.01
لا	119	%33,1	120,5	79,5				
الإجمالي	360	%100		////////////////				

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة أجمعت على أن استخدام الفايسبوك يؤثر على العلاقات الأسرية، وقد بلغ عددهم (241) فردا بنسبة مئوية بلغت 66,9%.

وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة حلمي خضر ساري حيث أشارت إلى أن أكثر من نصف أفراد العينة، أي ما نسبته (54%) كانوا قد شعروا بأن تفاعلهم المعتاد مع أسرهم لم يكن كما كان عليها قبل أن يستخدموا الإنترنت، إذ لم يعودوا يجلسون ويتبادلون أطراف الحديث في الشؤون الأسرية الخاصة والعامة كما كانوا يفعلون قبل، فقد أبعدهم الإنترنت عن ذلك[1].

فيما توصلت دراسة فايز المجالي إلى نتائج مخالفة حيث خلصت إلى أن 11.4% يوافقون بشدة على أنهم يشعرون بأن تفاعلهم وجلوسهم ومحادثتهم مع أفراد أسرهم بدأ يقل عما كان عليه قبل استخدام الإنترنت، ويوافق أيضاً على ذلك ما نسبته 10.5%، واتخذ موقف المحايدة ما نسبته 10.7%، ويعارض ذلك 36%، فيما يعارضه بشدة 31.4%[2].

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب التي توصلنا إليها، تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت

(1) حلمي خضر ساري، **تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية-دراسة ميدانية في المجتمع القطري-**، مرجع سبق ذكره، ص 328.

(2) فايز المجالي، مرجع سبق ذكره، ص 180.

بـ**104,900[a]** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى **(نعم)** ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (63): يوضح طبيعة تأثير الفايسبوك على العلاقات الأسرية

بدائل الإجابة على السؤال رقم(28-1)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
ايجابي	41	%11,4	120,5	-79,5	1	104,900[a]	0,000	دال عند مستوى 0.01
سلبي	200	%55,6	120,5	79,5				
الإجمالي	241	%66,9	//////////////					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلب إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (360) ترى أن تأثير الفايسبوك على العلاقات الأسرية هو تأثير "**سلبي**" وذلك بـ (200) تكرار وبنسبة مئوية قدرت بـ 55,6%، في المقابل لا يرى إلا (41) فردا بنسبة مئوية بلغت 11,4%، أن تأثير الفايسبوك على العلاقات الأسرية هو تأثير ايجابي.

وقد أشارت دراسة سابقة إلى نتائج مخالفة حيث توصلت إلى أن الوقت الذي يقضيه أفراد العينة في التحادث مع المعارف والأصدقاء عبر الإنترنت أكثر من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، فيوافق بشدة على ذلك ما نسبته 1.8%، ويوافق، أيضاً، على ذلك 6.8%، واتخذ موقف المحايدة ما نسبته 12.9%، ويعارض ذلك 41.8%، فيما يعارضه بشدة 36.7%، وقد بلغ الوسط الحسابي للإجابات على ذلك 1.95 بانحراف معياري مقداره 0.97[(1)].

ويمكن الإشارة إلى أن بعض الدراسات باتت تؤكد على أن الوسائط الالكترونية الحديثة ذات تأثير سلبي كبير حتى فيما يخص العلاقات الحميمية بين الزوجين ما يؤدي إلى نوع من الجفاف،

(1) فايز المجالي، مرجع سبق ذكره، ص 182.

وتبلد المشاعر وبالتالي إلى زيادة المشكلات وتفكك أواصر العلاقة الزوجية، لاسيما إذا ما وضعنا في الاعتبار أن نسبة كبيرة من الأزواج قد يفقدوا الرغبة في التواصل مع زوجاتهم بعد أن انبهروا بنماذج من النساء عبر مواقع الدردشة الالكترونية، واعتيادهم على نموذج الإثارة الالكترونية التي تقدمها مواقع الدردشة وغيرها عبر الانترنت، والتي صنعت خصيصا للترفيه وإشباع هوايات عبر العالم افتراضي بالنسبة للشخص ذاته ولكن ذلك لا يعني إدانة الحاسوب بشكل مطلق وإنما هي دعوة إلى ترشيد استعماله وعدم المبالغة في استعماله بشكل يمثل خطرا على أمننا وسلامنا النفسي في المدى البعيد[1].

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب التي توصلنا إليها، تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ**104,900[a]**وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الثانية **(سلبي)** ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (64): يوضح تواجد أفراد الأسرة كأصدقاء على الفايسبوك

بدائل الإجابة على السؤال رقم:(29)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
نعم	237	%65,8	180,0	57,0	1	36,100[a]	,000	دال عند مستوى 0.01
لا	123	%34,2	180,0	-57,0				
الإجمالي	360	%100		//////////////				

(1) حسن بوحبة، مرجع سبق ذكره، ص ص، 106-107.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن أغلب أفراد العينة يتواجد أفراد أسرهم كأصدقاء معهم على الفايسبوك حيث بلغ عدد الذين أجابوا بـ "**نعم**" (237) فردا بنسبة مئوية بلغت 65,8%، أما الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بـ "**لا**" فقد بلغ عددهم (123) بنسبة مئوية قدرت بـ 34,2%، ولا شك أن انتشار الفايسبوك على نطاق واسع مؤخرا، قد أتاح زيادة الاعتماد عليه كأداة للتواصل حتى بين أفراد العائلة.

إن تغلغل استخدام الفايسبوك في الحياة اليومية للشاب الجزائري، جعلت منه أداة للتواصل بامتياز، ولا شك أن الكثير من الشباب كان يعارض في البداية انضمام أفراد أسرته للفايسبوك، أو حتى انضمامهم كأصدقاء معه، لكن الانتشار الواسع لهذه الشبكة قد حولها من أداة ثانوية للتسلية والترفيه إلى أداة تواصلية بامتياز، وهو ما يجعل الفرد يسحب جزء من علاقاته الواقعية، إلى الفايسبوك للحفاظ على التواصل الدائم بهم.

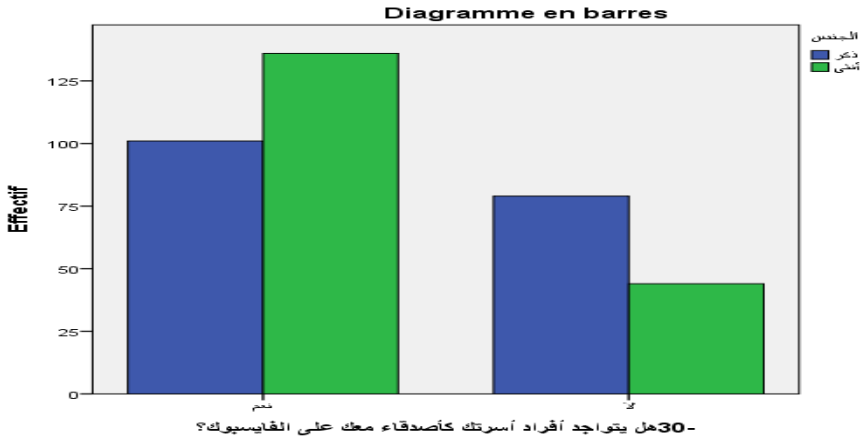
وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب التي توصلنا إليها، تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ **36,100[a]** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى **(نعم)** ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (65): يوضح تواجد أفراد الأسرة كأصدقاء على الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس.

السؤال رقم (29) تبعا للجنس		الجنس		التكرارات	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
		ذكر	أنثى					
س 29: هل يتواجد أفراد الأسرة كأصدقاء على الفايسبوك؟	نعم	101	136	237	1	15,128[a]	0,000	دال إحصائيا
	لا	79	44	123				
	الإجمالي	180	180	360				

من خلال الجدول والمتعلق بـ "**تواجد أفراد الأسرة كأصدقاء على الفايسبوك**" بالنسبة للفرق في استجابات أفراد العينة تبعا للجنس فنلاحظ أن أغلبية أفراد العينة أجابوا أنه يتواجد أفراد أسرتهم كأصدقاء معهم على الفايسبوك، مع وجود فرق لصالح الإناث بـ (136) تكرار مقابل الذكور بـ(101) تكرار، وقد يعود ذلك إلى أن الذكور أكثر رغبة في التحرر وكسر القيود وممارسة حريتهم بالمقارنة مع الإناث لهذا قد لا يرغبون في تواجد أفراد أسرهم معهم على الفايسبوك.

وما يؤكد هذا الفرق بين إجابات الجنسين هو ما دلت عليه قيمة (كا²) والتي دلت عليها إجابات الجنسين حيث بالنسبة للبديل نعم نلاحظ أن الفرق كان لصالح الإناث بـ (131) بلغت 15,128 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.01)، وهذا معناه أنه توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 29 تبعا لمتغير الجنس، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. كما هو مبين **في <u>الشكل التالي</u>**:



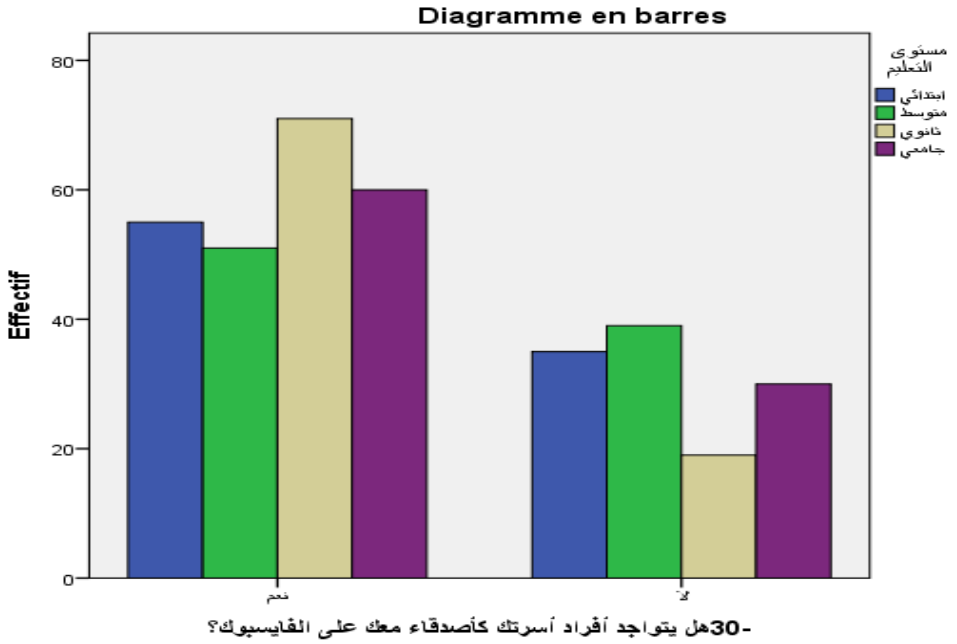
شكل رقم(30): يوضح تواجد أفراد الأسرة كأصدقاء على الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس.

الجدول رقم (66): يوضح تواجد أفراد الأسرة كأصدقاء على الفايسبوك تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

السؤال رقم (29) تبعا للمستوى التعليمي		المستوى التعليمي				المجموع	درجة الحرية	قيمة كا^2	مستوى الدلالة	القرار
		ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي					
هل يتواجد أفراد أسرتك كأصدقاء معك على الفايسبوك؟	نعم	55	51	71	60	237	1	11,102[a]	0,011	دال إحصائيا
	لا	35	39	19	30	123				
	الإجمالي	90	90	90	90	360				

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أصحاب المستويات الأربع (الابتدائي، المتوسط، الثانوي، والجامعي) أجابوا بـ"**تواجد أفراد الأسرة كأصدقاء على الفايسبوك**"، وبالنسبة للفرق في استجابات أفراد العينة تبعا للمستويات التعليمية فنلاحظ أن الفرق بالنسبة للبديل (نعم) كان لصالح المستوى الثانوي بـ(71)، ثم يليه المستوى الجامعي بـ(60)، أما بالنسبة للبديل (لا) فنلاحظ أن الفرق كان لصالح المستوى المتوسط بـ(39) ثم يليه المستوى الابتدائي بـ(35)، ولا شك أن أصحاب المستوى الثانوي والجامعي أكثر انفتاحا على استخدام التكنولوجيا، كأداة للتواصل مع الأسرة، في حين ينخفض ذلك عند المستويات التعليمية المنخفضة.

وما يؤكد هذا الفرق هو ما دلت عليه قيمة (كا²) والتي بلغت **11,102[a]** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.05)، وهذا معناه أنه توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 29 تبعا لمتغير المستوى التعليمي، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5% كما هو مبين في **الشكل التالي**:



شكل رقم (31): يوضح تواجد أفراد الأسرة كأصدقاء على الفايسبوك تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

الجدول رقم (67): يوضح أفراد العائلة الأكثر تواجدا على قائمة الأصدقاء.

بدائل الإجابة للسؤال 29-1	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
أحد أفراد الأسرة المصغرة (الأب، الأم، الأخوة، الأخوات، الزوج، الزوجة).	118	%49,36	1
أحد أفراد الأسرة الموسعة (الأعمام والعمات والأخوال والخالات وأبناؤهم)	112	%47,25	2
الذين يقاربونك بالسن	108	%45,56	3

من خلال الجدول أعلاه والمتعلق **بتحديد أفراد الأسرة المتواجدين كأصدقاء على الفايسبوك،** (وحيث يمكن لأفراد العينة اختيار أكثر من بديل) **نلاحظ أنه من مجموع أفراد العينة الذين أجابوا** بـ " **نعم**" والبالغ عددهم (237) فردا بنسبة مئوية بلغت 65,8%، جاء في المرتبة الأولى البديل **"أحد أفراد الأسرة المصغرة (الأب، الأم، الأخوة، الأخوات، الزوج، الزوجة)."** بـ 118 تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ 49.36%، وفي الرتبة الثانية جاء البديل **أحد أفراد الأسرة الموسعة (الأعمام والعمات والأخوال والخالات وأبناؤهم)"** بمجموع تكرار بلغ 112 وبنسبة مئوية قدرت بـ(47.25%)،

وفي المرتبة الثالثة جاء البديل **(الذين يقاربونك بالسن)** بمجموع تكرار بلغ (108) وبنسبة مئوية قدرت بـ 45,56%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة أن هناك تقارب في نسبة وجود أفراد **الأسرة كأصدقاء على الفايسبوك** بين الخيارات الثلاثة.

الجدول رقم (68): يوضح أسباب عدم تواجد أفراد الأسرة كأصدقاء على الفايسبوك

بدائل الإجابة للسؤال 29-2	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
لكي تنشر ما يناسبك دون إحراج	**37**	**%30,08**	**2**
لأنه لديك وسائل أخرى للتواصل معهم	**43**	**%34.95**	**1**
لأنهم لا يملكون حسابات فايسبوك	**33**	**%26,82**	**3**
لا تريد أن يتعرض أفراد أسرتك لإزعاجات من أصدقائك	**31**	**%25,20**	**4**
لا ترى في فايسبوك المكان المحترم لوجودهم	**18**	**%14,63**	**5**
لضعف ارتباطك بهم في الواقع	**2**	**%01,62**	**6**

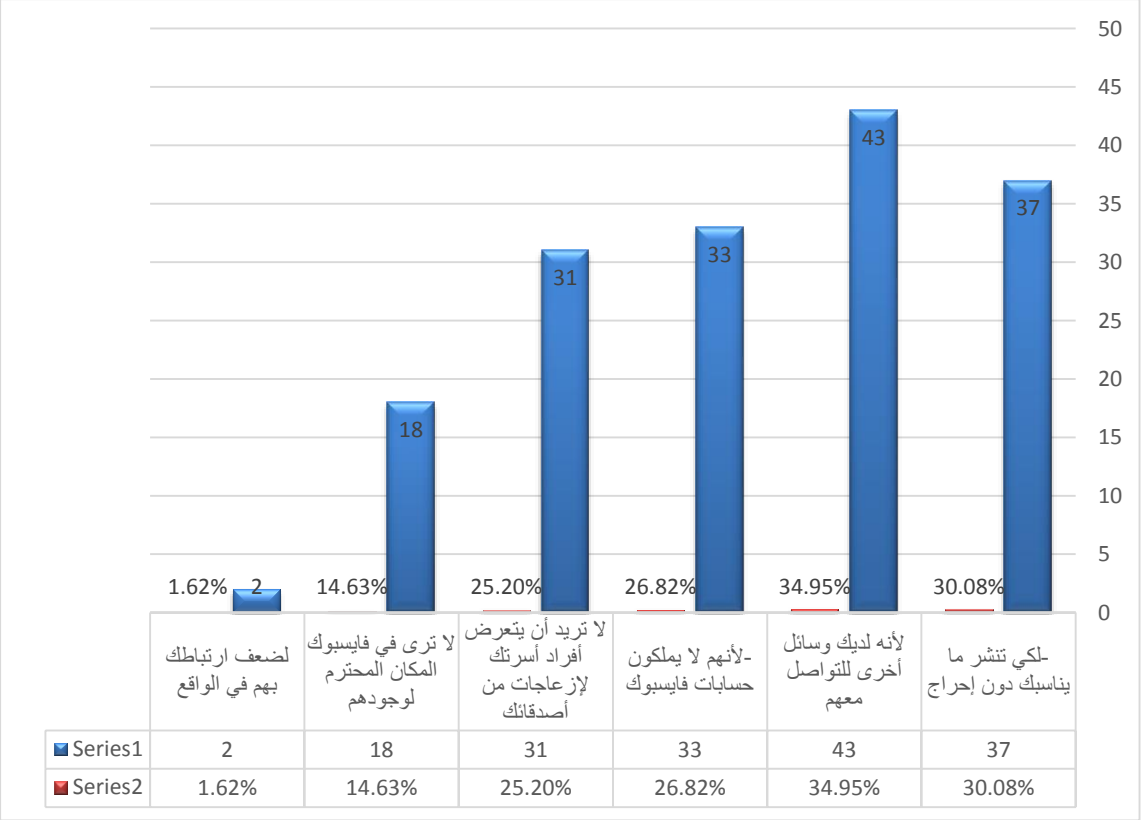
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بأسباب عدم تواجد أفراد الأسرة كأصدقاء على الفايسبوك، (وحيث يمكن لأفراد العينة اختيار أكثر من بديل)، أن من بين من أجابوا بأنهم يرفضون تواجد أفراد أسرهم كأصدقاء معهم على الفايسبوك والبالغ عددهم (123) بنسبة مئوية قدرت بـ 34,2%، جاء في المرتبة الأولى البديل **" لأنّ لديهم وسائل أخرى للتواصل معهم"** بـ43 تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ 34.95%، حيث برّر المبحووثون أنهم لا يحتاجون الفايسبوك وهناك أدوات أخرى للتواصل معهم أسرع وأكثر نجاعة .

وفي المرتبة الثانية جاء البديل **"لكي تنشر ما يناسبك دون إحراج "** بمجموع تكرار بلغ 37 وبنسبة مئوية قدرت بـ (30.08%)، حيث يستخدم بعض الشباب الفايسبوك كأداة للتحرر من القيود الخارجية ومن مراقبة الآخرين لهم خاصة الأقارب والأسرة.

وفي المرتبة الثالثة جاء البديل **(لأنهم لا يملكون حسابات فايسبوك)** بمجموع تكرار بلغ (33) وبنسبة مئوية قدرت بـ 26,82، وفي المرتبة الرابعة جاء البديل **(لا تريد أن يتعرض أفراد أسرتك لإزعاجات من أصدقائك)** بمجموع تكرار بلغ (31) وبنسبة مئوية قدرت بـ 25,20%، وفي المرتبة الخامسة جاء البديل **(لا ترى في فايسبوك المكان المحترم لوجودهم)** بمجموع تكرار بلغ (18) وبنسبة مئوية قدرت بـ 14,64%، وفي المرتبة السادسة جاء البديل **(لضعف ارتباطك بهم في الواقع)** بمجموع تكرار بلغ (2) وبنسبة مئوية قدرت بـ 1,62%.

ونلاحظ من خلال إجابات المبحوثين نوعا من الإزدواجية، ففي حين يستخدمون هم الفايسبوك، إلا أنهم في الوقت ذاته لا يودون استخدامه في التواصل مع الأسرة، بل فيهم حتى من رأى أنه ليس مكانا محترما لوجودهم.

كما هو موضح في **الشكل التالي**:



شكل رقم(32): يوضح أسباب عدم تواجد أفراد الأسرة كأصدقاء على الفايسبوك

الجدول رقم (69): يوضح إذا كان الفايسبوك يغني عن اللقاء الواقعي بالأشخاص.

بدائل الإجابة على السؤال رقم:(30)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
نعم	120	% 33,3	180	-60,0	1	40,000[a]	0,000	دال عند مستوى 0.01
لا	240	% 66,7	180	60,0				
الإجمالي	360	%100		////////////////				

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة يرون أن الفايسبوك لا يمكن أن يغنيهم عن اللقاء الواقعي بالأشخاص وذلك بـ (240) تكرار وبنسبة مئوية قدرت بـ (66,7%)، وأجاب بعضهم بأن الفايسبوك أغناهم عن اللقاء الواقعي بالأشخاص والمتمثلين في (120) فردا بنسبة مئوية بلغت (33,3%).

لم يؤدي الاستخدام المكثف للفايسبوك من طرف الشباب، إلى الاستغناء عن الواقع، ولكن أغلبهم يرى أنه مهما عرف من تطور وتحديث، فإنه لن يضاهي الاتصال وجها لوجه، لما يحمله من مشاعر إنسانية وعواطف متبادلة، في حين يظّل الاتصال عن طريق الفايسبوك باردا ومصطنعا، وأليا بحيث إذا حدث عطب أو انقطع اتصالنا بالإنترنت، أو تم اختراق حسابنا على الفايسبوك فقدنا تلك العلاقات، وأحيانا يمكن أن تنتهي دون سبب يذكر.

وقد توصلت دراسة حلمي خضر ساري إلى نتائج متقاربة حيث أكدت أن نسبة الشباب الذين يجلسون مع أسرهم ويتحادثون معهم بشكل مباشر أعلى من نسبة الشباب الذين لا يقضون مثل هذا الوقت معهم، حيث كانت نسبة الموافقين والموافقين جدا هي (44,4%)، وهذا الارتفاع النسبي

-حسبه- إنما هو مؤشر على بداية تشكل نمط جديد من أنماط الاتصال في هذا المجتمع، ينافس الاتصال التقليدي الراسخ في المجتمع وهو الاتصال وجها لوجه مع الآخرين[1].

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب التي توصلنا إليها، تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ**196,544**[a] وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الثانية **(لا)** ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (70): يوضح إمكانية استخدام الفايسبوك في المناسبات الدينية والاجتماعية

بدائل الإجابة على السؤال رقم (31)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
تكتفي باستخدام الفايسبوك دون التنقل شخصيا	54	%15	90	-36,0	3	24,067[a]	,000	دال عند مستوى 0.01
تستخدم الفايسبوك في حال عجزك عن التنقل	112	%31,1	90	22,0				
تستخدم الفايسبوك وتتنقل شخصيا لأنه لا يغني عن اللقاء الشخصي	85	%23,6	90	-5,0				
استخدم الفايسبوك مع أشخاص دون آخرين	109	%30,3	90	19,0				
الإجمالي	360	%100	//////////					

(1) حلمي خضر ساري، **تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية-دراسة ميدانية في المجتمع القطري**-، مرجع سبق ذكره، ص 319.

من خلال الجدول أعلاه والمتعلق باستخدام الفايسبوك في المناسبات الدينية والاجتماعية نلاحظ تباينا في إجابات أفراد العينة، حيث أجابت النسبة الأكبر منهم أنها **تستخدم الفايسبوك في حال عجزها عن التنقل**" والبالغ عددهم (112) بنسبة مئوية قدرت بـ(31,1%)، ثم فئة أجابت بأنها **تستخدم الفايسبوك مع أشخاص دون آخرين** والبالغ عددهم (109) بنسبة مئوية قدرت بـ30,3%، ثم فئة أخرى أجابت أنها **تستخدم الفايسبوك وتتنقل شخصيا لأنه لا يغني عن اللقاء الشخصي**" والبالغ عددهم (85) بنسبة مئوية قدرت بـ (23,6%)، وأخيرا فئة "**تكتفي باستخدام الفايسبوك دون التنقل شخصيا**" وقد بلغ عددهم **(54)** فردا بنسبة مئوية بلغت (15%)، وما يلاحظ أن الفايسبوك ليس من وسال التواصل الضرورية حسب إجابات أفراد العينة، بل هو أداة مكملة.

ويجادل روبنز بأن مصطلحي الواقع الافتراضي والواقع الاصطناعي يميلان إلى التوليد الحاسوبي للعوالم البصرية الواقعية ثلاثية الأبعاد التي يمكن فيها لمشعل بشري مجهز بشكل مناسب أن يستكشف ويتفاعل مع الموضوعات البيانية الافتراضية إلى حد كبير بنفس الطريقة التي يمكن بها أن يستكشف ويتعامل مع العالم الواقعي، لهذا فإن الافتراضي لا يمكن أن يكون أكثر من تقليد باهت للواقعي: مجرد محاكاة، في أفضل الأحوال..."[1].

ولا يجب إغفال أن 15% من أفراد العينة أجابوا أنهم يستخدمون الفايسبوك دون التنقل شخصيا، وهذا الرقم مرشح للزيادة بقوة، في ظل الانتشار الكبير للتكنولوجيا، ولا يجب الحديث عن الجانب السلبي فقط بل وربط التفكك في العلاقات الأسرية والاجتماعية بالفايسبوك، لأن هناك الكثير من الأسباب الأخرى كتعقد الحياة البشرية، وطغيان الفردانية، والبحث عن المصالح الشخصية، وهي خصائص ميزت المجتمعات الجماهيرية قبل ظهور الفايسبوك، وربما لولا الفايسبوك لكانت الكثير من العلاقات التي لا يلتقي أصحابها قد انتهت منذ زمن، وإن كنا لا ننكر أنّ المجتمعات الافتراضية ساهمت في حدوث "تغير عالمي كوني يحدث للثقافة البشرية، لتتولى الصورة رسم المعاني، وتغيير المصطلحات..لم يعد الأمر محصورا في التغير المادي الصرف، بل

(1) لوري اندروز، مرجع سبق ذكره، ص 423.

تعداه إلى فرض تغير معنوي تأويلي، انه واقع افتراضي، لايعترف لا بالبعد الزماني، ولا بالبعد المكاني[1].

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب التي توصلنا إليها، تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ**24,067**[a] وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين الأربع لصالح المجموعتين الثانية الرابعة **(تستخدم الفايسبوك في حال عجزك عن التنقل/ استخدم الفايسبوك مع أشخاص دون آخرين)**، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (71): يوضح متابعة المنشورات وتعليقات الأصدقاء عليها

بدائل الإجابة على السؤال رقم:(32)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
نعم	261	%72,5	180,0	81,0	1	72,900[a]	,000	دال عند مستوى 0.01
لا	99	% 27,5	180,0	-81,0				
الإجمالي	360	%100		//////////////				

يظهر من خلال الجدول أن أغلب أفراد العيّنة يهتمون بمتابعة منشوراتهم وردود الأفعال عليها، حيث أجابوا بالبديل" **نعم** " بـ (261) فردا وبنسبة مئوية بلغت 72,5%، وفئة قليلة من الأفراد كانت إجابتهم بالبديل " **لا** " وبلغ عددهم (99) فردا بنسبة مئوية قدرت بـ 27,5%.

(1) حسن بوحبة، مرجع سبق ذكره، ص 29.

ومنه فإن أغلب المبحوثين يهتمون بقراءة تعليقات أصدقائهم، لأن أساس الشبكات الاجتماعية هو التشارك في الأفكار والمعلومات، والتواصل حيث تجد على حساب الفايسبوك سؤال: بم تفكر؟ ليدفعك لمشاركة أفكارك مع أصدقائك، كما أنه في حال تعليقات أصدقائك تصلك إشعارات لتنبيهك من أجل الرد على هذه التعليقات، وتصل إشعارات لكل من علّق على ذلك المنشور كل ذلك لتشجيعهم على المشاركة والتفاعلية.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب التي توصلنا إليها، تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ**72,900**[a]وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى **(نعم)** ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (72): يوضح ردود فعل المبحوثين على تعليقات أصدقائهم

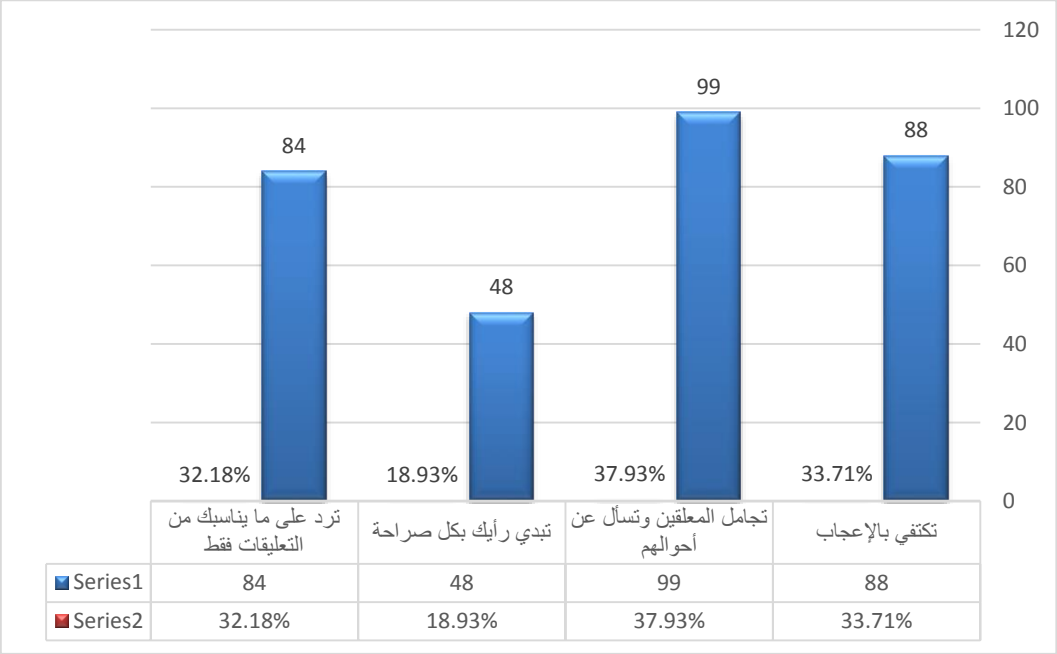
بدائل الإجابة للسؤال 32-1	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
تسجل إعجابك بالتعليقات	**88**	**%33,71**	**2**
تجامل المعلقين وتسأل عن أحوالهم	**99**	**%37,93**	**1**
تبدي رأيك بكل صراحة	**48**	**%18,93**	**4**
ترد على ما يناسبك من التعليقات فقط	**84**	**%32,18**	**3**

من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بكيفية الرد على تعليقات الأصدقاء المنشورات (وحيث يمكن لأفراد العينة اختيار أكثر من بديل)، تباينت إجابات أفراد العينة الذين أجابوا أنهم يهتمون بمتابعة منشوراتهم وتعليقات الأصدقاء عليها ولكن أكبر فئة منهم أجابت بأنها " **تجامل المعلقين وتسأل عن أحوالهم" حيث جاءت في المرتبة الأولى** بـ 99 تكرارا ونسبة مئوية قدرت بـ37.93%، وفي الرتبة الثانية جاء البديل **"تسجل الإعجاب بالتعليقات"** بمجموع تكرار بلغ 88 وبنسبة مئوية قدرت بـ (33.71%)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل **(ترد على ما يناسبك من التعليقات فقط)** بمجموع تكرار بلغ (84) وبنسبة مئوية قدرت بـ 32,18%. وفي المرتبة الرابعة جاء البديل **(تبدي رأيك بكل صراحة)** بمجموع تكرار بلغ (48) وبنسبة مئوية قدرت بـ 18,93%.

ويمكن أن نستنتج أن استخدام الفايسبوك من طرف الشباب لا سيما العربي لا يتّسم بالصراحة، حيث يغلب عليه المجاملة، للمحافظة على الروابط الأسرية أو روابط الصداقة أو غيرها...

وسرد مايكل بوند أحدُ أكثر الأمثلة البارزة على كيفية تأثرنا يوميًّا بمجال شبكتنا الاجتماعية، السهولةُ التي نستوعب بها أمزجة ومشاعر أشخاص لا نعرفهم جيدًا، لطالما كان الحال كذلك في عالم الواقع، فعندما نرى أحدًا يبتسم، نبتسم بدورنا، لكن على الشبكات الإلكترونية يتضخم هذا التأثير المُعدي عدة مرات، فبعد تحليل ما يزيد عن مليار من تحديثات الحالة على فيسبوك، اكتشف فريق بقيادة جيمس فاولر من جامعة كاليفورنيا، سان دييجو أن الناس تنقل –دون قصد– حالاتٍ نفسيةً إيجابية وسلبية عبر تعليقاتهم المكتوبة، والتي تصل حتى إلى أصدقائهم ومعارفهم الذين يعيشون في مدن مختلفة، أي مَنْ تجمعهم بهم روابط اجتماعية ضعيفة يقول فاولر: "لم يُتَحْ ذلك على نطاق هائل إلا مؤخرًا من خلال عالم الإنترنت، وأعتقد أننا سنشهد نتيجةً لذلك مزيدًا من المشاعر المتزامنة على مستوًى عالميٍّ؛ إذ نشعر الآن أكثر من أي وقت مضى بما يشعر به العالم"[1].

(1) مايكل بوند، مرجع سبق ذكره.



شكل رقم(33): يوضح ردود فعل المبحوثين على تعليقات أصدقائهم

الجدول رقم (73): يوضح تعرض أفراد العينة لإزعاج من أصدقائهم على فايسبوك.

بدائل الإجابة على السؤال رقم (33)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا²	مستوى الدلالة	القرار
دائما	22	%6,1	90,0	-68,0	3	92,533[a]	,000	دال عند مستوى 0.01
أحيانا	88	%24,4	90,0	-2,0				
نادرا	100	%27,8	90,0	10,0				
أبداً	150	%41,7	90,0	60,0				
الإجمالي	360	%100	//////////					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن النسبة الأكبر من أفراد العينة أجابت بـ "**أبداً**" أي أنّها لم تتعرض لأي إزعاج على الفايسبوك، ويبلغ عددهم (150) بنسبة مئوية قدرت بـ 41,7%، ثم التي

أجابت بـ " **نادرا**" والبالغ عددها (100) بنسبة مئوية قدرت بـ 27,8%، ثم التي أجابت بـ "**أحيانا**" والبالغ عددهم (88) بنسبة مئوية قدرت بـ 24,4%، وأخيرا المجموعة التي أجابت بـ " **دائما** " وقد بلغ عددهم (**22**) فردا بنسبة مئوية بلغت 6,1%.

صحيح أن أكبر نسبة من أفراد العينة أجابت بأنها لم تتعرض لأي إزعاج إلا أنه إذا جمعنا بين من تعرضوا دائما وأبدا ونادرا سنجد أن نسبة من تعرضوا لإزعاج مرتفعة إذا ما قورنت بمن لم يتعرضوا لأي إزعاج.

ولعل أكثر الأمور إزعاجا على الإطلاق والتي لطالما ارتبطت بموقع الفايسبوك "مشكلة انعدام الخصوصية، مما يتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب، وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة أو تلك يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم ومشاكل التي قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير، فهناك من الشباب من وجد في الفايسبوك وغيره من المواقع الاجتماعية مكانا للتسلية والعبث، وان انعدام الرقابة جعل البعض يسيء الأدب ولا يهتم بالعواقب[1].

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب التي توصلنا إليها، تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ **92,533**[a] وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين الأربع لصالح المجموعة الرابعة (**أبدا**)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

(1) رحيمة عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 21.

الجدول رقم (74): تعرض أفراد العينة لإزعاج من أصدقائهم على فايسبوك تبعا لمتغير الجنس.

السؤال رقم (33) تبعا للجنس		الجنس		التكرارات	درجة الحرية	قيمة كا^2	مستوى الدلالة	القرار
		ذكر	أنثى					
33- هل سبق وان تعرضت لإزعاج من أصدقائك على الفايسبوك	دائما	3	19	22	3	17,685[a]	0,001	دال إحصائيا
	أحيانا	42	46	88				
	نادرا	46	54	100				
	أبدا	89	61	150				
	الإجمالي	180	180	360				

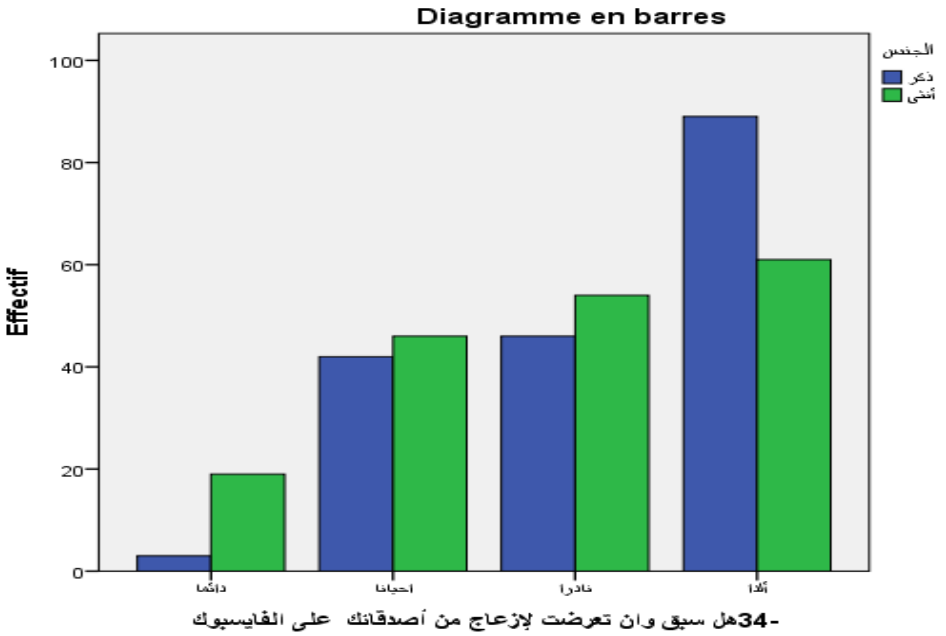
من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بالتعرض لإزعاج من أصدقائك على الفايسبوك تبعا لمتغير الجنس، نلاحظ وجود فرق بالنسبة للبديل (دائما) لصالح الإناث بمعنى أن الإناث أكثر تعرضا للإزعاج في الفايسبوك بشكل دائم من الذكور، أما بالنسبة للبديل (أحيانا) فنلاحظ أن الفرق طفيف في الاستجابات بين الجنسين، أما بالنسبة للبديل (نادرا) فنلاحظ أن هناك تقارب في الاستجابات بين الجنسين، أما بالنسبة للبديل (أبدا) فنلاحظ أن الفرق لصالح الذكور.

ولا شك أنّ هذا لا يبتعد عن الواقع، فالإناث دائما هم أكثر عرضة للإزعاج من الذكور، في مختلف المجتمعات، وقد يكون بشكل أكبر في المجتمعات المحافظة، فالأنثى مساحة ظهورها واحتكاكها محدودة نسبيا، ما يجعل غموضا وشغفا يحيط بها في هذه المجتمعات أكثر من غيرها الأكثر انفتاحا.

ربما يبدو الموضوع بسيطا ولا يتعدى كونه حرية شخصية للطرفين في إقامة تلك العلاقة الالكترونية، ولكن تظهر المشكلة عند اللاتي يرفضن التحاور مع بعض هؤلاء من إرسال الاهانات لهن عبر الرسائل وقد زاد الأمر خطورة مؤخرا من استخدام خاصية الاتصال عبر ماسنجر الفايسبوك والتجرؤ على الاتصال بأي سيدة من خلاله في أوقات متأخرة من الليل للتعارف دون أي اكتراث بوجود الزوج أو الأهل وما يمكن أن تسببه تلك الاتصالات من كوارث أسرية قد تكون المرأة

فيها مظلومة ولكنها توضع موضع الشك لدى الزوج أو الأخ وانه توجد معرفة مسبقة جعلته يتجرأ على هذا الفعل...كل هذا يضع له بعض الشباب عنوان واحد الصداقة المحترمة"[1].

وما يؤكد هذا الفرق بين الجنسين ما دلت عليه قيمة (كا²) والتي بلغت 17,685 [a] وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.01)، وهذا معناه أنه توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 34 تبعا لمتغير الجنس، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. كما هو مبين في **الشكل التالي**:



شكل رقم (34): تعرض أفراد العينة لإزعاج من أصدقائهم على فايسبوك تبعا لمتغير الجنس.

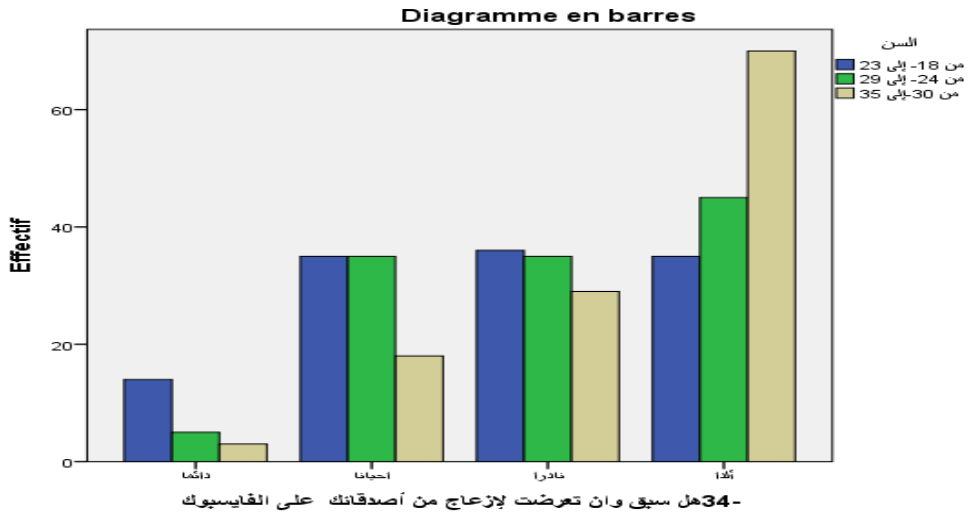
(1) حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 305.

الجدول رقم (75): يوضح تعرض أفراد العينة لإزعاج من أصدقائهم على فايسبوك تبعا لمتغير السن.

السؤال رقم (33) تبعا للسن		السن			التكرارات	درجة الحرية	قيمة كا^2	مستوى الدلالة	القرار
		من 18- إلى أقل من 24	من 24- إلى أقل من 30	من 30- إلى أقل من 36					
33- هل سبق وان تعرضت لإزعاج من أصدقائك على الفايسبوك	دائما	14	5	3	22	6	29,792[a]	0,00	دال إحصائيا
	احيانا	35	35	18	88				
	نادرا	36	35	29	100				
	أبدا	35	45	70	150				
	الإجمالي	120	120	120	360				

من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بـ "**تعرض أفراد العينة لإزعاج من أصدقائك على الفايسبوك**" **تبعا لمتغير السن**، نلاحظ وجود فرق بالنسبة للبديل (دائما) لصالح الفئة **(من 18 إلى أقل من 24)**، أما بالنسبة للبديل **(أحيانا)** فنلاحظ أن الفرق في الاستجابات لصالح الفئتين العمريتين من **(من 18 إلى أقل 24)** و **(من 24إلى أقل من 30)**، أما بالنسبة للبديل **(نادرا)** فنلاحظ أن هناك تقارب في الاستجابات بالنسبة لفئات السن الثلاث، أما بالنسبة للبديل **(أبدا)** فنلاحظ أن الفرق لصالح الفئة العمرية **(من 30 إلى أقل من 36)**، نستنتج أن الفئات الأصغر سنا أكثر تعرضا للإزعاج من غيرها من الفئات الأخرى، حيث نجد أنّ هذه الفئة يتم استغلالها من الأكبر سنا والتغرير بها، وقد طرحت الكثير من الأمثلة عن تعرّض أطفال للتحرش والسرقة والاغتصاب تم استدراجهم من خلال الفايسبوك، ويستغل المتحرش قلة خبرة ضحيته، لاسيما المراهقون، ومن هم في بداية مرحلة الشباب.

وما يؤكد هذا الفرق بين هذه الفئات ما دلت عليه قيمة (كا²) والتي بلغت **29,792**[a] وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة الفا (0.01)، وهذا معناه أنه توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 33 تبعا لمتغير السن، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. كما هو مبين في **الشكل التالي**:



شكل رقم(35): تعرض أفراد العينة لإزعاج من أصدقائهم على فايسبوك تبعا لمتغير السن.

الجدول رقم (76): يوضح نوع الإزعاج الذي تعرّض له أفراد العيّنة

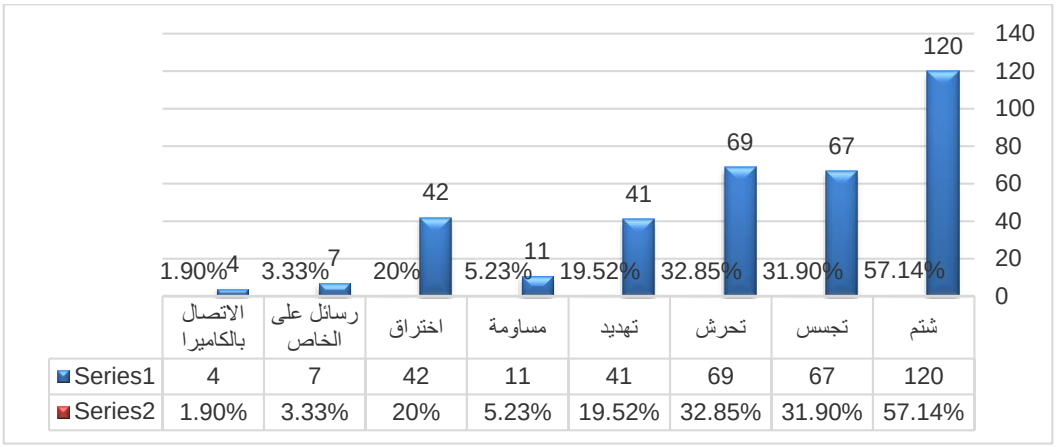
بدائل الإجابة للسؤال 1-33	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
شتم	120	%57,14	1
تجسس	67	%31,90	3
تحرش	69	%32,85	2
تهديد	41	%19,52	5
مساومة	11	%05,23	6
اختراق	42	%20	4
رسائل على الخاص	07	%03,33	7
الاتصال بالكاميرا	4	%01,90	8

من خلال الجدول أعلاه والمتعلق **بـ "نوع الإزعاج الذي تعرض له أفراد العينة"**، (وحيث يمكن لأفراد العينة اختيار أكثر من بديل)، نلاحظ أن النسبة الأكبر من أفراد العينة ممن تعرضوا لإزعاج على الفايسبوك والمقدر نسبتهم بـ58,7% قد أجابوا أنهم تعرضوا للـ **"شتم"** في المرتبة الأولى بـ 120 تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ **57,14%**، وفي المرتبة الثانية للـ **"تحرش"** بمجموع تكرار بلغ 69 وبنسبة مئوية قدرت بـ (32,85%)، وفي المرتبة الثالثة للـ **(تجسس)** بمجموع تكرار بلغ (67) وبنسبة مئوية قدرت بـ 31,90%، وفي المرتبة الرابعة للـ **(اختراق)** بمجموع تكرار بلغ (42) وبنسبة مئوية قدرت بـ 20%، وفي المرتبة الخامسة للـ **(تهديد)** بمجموع تكرار بلغ (41) وبنسبة مئوية قدرت بـ 19,52%، وفي المرتبة السادسة للـ **(مساومة)** بمجموع تكرار بلغ (11) وبنسبة مئوية قدرت بـ 05,23%.

وبعد جمع الاستجابات للبديل المفتوح (آخر) أكد (7) أفراد وبنسبة مئوية قدرت بـ(3,33%)، **بأنهم واجهوا إزعاج** من خلال **رسائل على الخاص**، في حين أكد (04) أفراد وبنسبة مئوية قدرت بـ (90,1%)، بأنهم **واجهوا إزعاج** من خلال **الاتصال بالكاميرا**.

إن المنخرط في المجتمع الافتراضي هو عرضة لكل أشكال الإساءة، لكون هذا المجتمع مفتوح لا تحكمه أي قوانين، ولا يخضع لأي قواعد، لا سيما في الدول العربية، حيث تشهد تأخرا في مجال الرقابة على المحتويات الالكترونية، وهناك عدد كبير جدا من الأفراد يحجمون عن الاشتراك في هذه المواقع خوفا على خصوصياتهم، كما أن هناك من انسحب من الفايسبوك بسبب ضعف سياسته الأمنية.

والنتائج السابقة مبينة في **الشكل التالي**:



شكل رقم(36): يوضح نوع الإزعاج الذي تعرّض له أفراد العيّنة

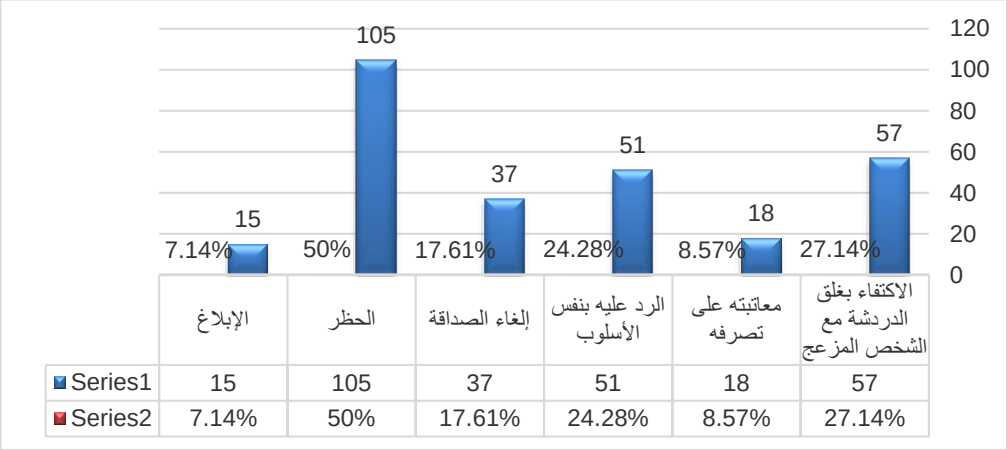
الجدول رقم (77): يوضح رد فعل أفراد العينة الذين تعرضوا للإزعاج .

بدائل الإجابة للسؤال 33-2	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
غلق الدردشة مع الشخص المزعج	57	%27,14	02
معاتبته على تصرفه	18	%08,57	05
الرد عليه بنفس الأسلوب	51	%24,28	03
إلغاء الصداقة	37	%17,61	04
الحظر	105	%50	01
الإبلاغ	15	%07,14	06

من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بردة فعل أفراد العينة **في حال وجود إزعاج**، (وحيث يمكن لأفراد العينة اختيار أكثر من بديل)، حيث جاء في المرتبة الأولى البديل " **الحظر**" بـ105 تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ 50%، وفي الرتبة الثانية جاء البديل **غلق الدردشة مع الشخص المزعج** بمجموع تكرار بلغ 57 وبنسبة مئوية قدرت بـ (27.14%)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (**الرد عليه بنفس الأسلوب**) بمجموع تكرار بلغ (51) وبنسبة مئوية قدرت بـ24,28%.

ولا شكّ أن اتجاه النسبة الأكبر من أفراد العينة الذين تعرضوا لإزعاج على الفايسبوك لحظر الشخص المزعج يؤكد على مميّزات هذه الخدمة، حيث أن الحظر يمنع الطرف الآخر من رؤية حسابك أو أي نشاط تقوم به، كما يمنعه من التعرض لك مرة أخرى أو إزعاجك بنفس الحساب.

والنتائج مبينة في **الشكل التالي**:



شكل رقم(37): يوضح رد فعل أفراد العينة الذين تعرضوا للإزعاج .

الجدول رقم (78): يوضح إمكانية الاستغناء عن الفايسبوك مستقبلا

بدائل الإجابة على السؤال رقم:(34)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة كا^2	مستوى الدلالة	القرار
نعم	108	%30	180,0	-72,0	1	57,600[a]	,000	دال عند مستوى 0.01
لا	252	%70	180,0	72,0				
الإجمالي	360	%100		//////////////				

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة قد أجابوا بأنهم لا يمكنهم الاستغناء عن الفايسوك مستقبلا، والمقدر عددهم بـ(252) فردا أي بنسبة مئوية مقدرة بـ 70%، في حين (108) فردا وبنسبة مئوية بلغت 30%، فقط هم من أجابوا أنهم بإمكانهم الاستغناء عنه مستقبلا.

ولا شك أن رفض الأغلبية التخلي عن استخدام الفايسبوك راجع إلى الجاذبية التي يتميّز بها، وجمعه للعديد من التطبيقات والخدمات، مما جعله يتربّع على أكثر الشبكات الاجتماعية شعبية في العالم، ويستحوذ على مليارين من مجموع مستخدمي كل الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم

المقدر عدده بـ03 مليارات، ليشكل أضخم تجمع إنساني، ولن أقول أكبر دولة كون أفراده ينتمون إلى دول مختلفة وثقافات مختلفة.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب التي توصلنا إليها، تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ$57,600^{a}$ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الثانية (لا) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (79): يوضح أسباب عدم الاستغناء عن الفايسبوك مستقبلا.

بدائل الإجابة للسؤال 34-1	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
لأنه سمح لك بالتعبير عن آرائك	**60**	**%23,80**	**04**
سمح لك بالتواصل مع الجنس الآخر	**57**	**%22,61**	**05**
لأنه وفر لك حياة اجتماعية	**100**	**%39,68**	**03**
لأنه ساعدك على تعميق علاقاتك الواقعية	**112**	**%44,44**	**02**
لأنه ألغى القيود الواقعية في التفاعل مع الآخرين	**117**	**%46,42**	**01**
الاطلاع على المعلومات	**25**	**%9,92**	**06**

يظهر من خلال الجدول أعلاه المتعلق بأسباب عدم **الاستغناء عن استخدام الفيسبوك مستقبلا،** (وحيث يمكن لأفراد العينة اختيار أكثر من بديل)، أن النسبة الأكبر من أفراد العينة أجابت بالبديل "**لأنه ألغى القيود الواقعية في التفاعل مع الآخرين"** بـ 117 تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ 46,42 % محتلا بذلك المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاء البديل **"لأنه ساعدك على تعميق علاقاتك الواقعية"** بمجموع تكرار بلغ 112 وبنسبة مئوية قدرت ب (. 44,44%)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل **(لأنه وفر لك حياة اجتماعية).**

وقد عملت الإنترنت منذ نشأتها على دعم التواصل بين الأفراد لا سيما المتباعدين جغرافيا، وأدت إلى تشكيل علاقات اجتماعية مع أفراد لم يسبق لنا التعامل معهم، من خلال دعم مبدأ التشارك في الاهتمامات والأفكار، وهي "تعمل على توسيع المحيط الاجتماعي في المجتمعات المتميزة بقلة التفاعل بينها والنزعة الفردية، وهي تعوض هذا البعد الاجتماعي الغائب في الواقع، وبفضل الانترنت يستطيع المرء الاطلاع على وجهات النظر المتعددة، ويدرك ما يتميّز به من خصوصيات ويميل إلى تقبل الآخرين على ما هم عليه من تمايز، فالفرد يعرف بوعي ذاته ومجتمعه من الآخر والآخرون[1].

لا يختلف اثنان في أن الرغبة في التواصل مع الغير هي نزعة متأصلة لدى الإنسان ومهما قيل عن حوار الإنسان والآلة والإبحار في محيطات الإنترنت، فليس هناك ما هو أروع للإنسان من أن يقيم حوارا مع إنسان غيره على الطرف الآخر، يشاركه اهتماماته وهمومه ويتبادل معه معارفه وخبراته، ولقد اقترب اليوم الذي لن يبقى فيه شيء يصعب على الإنسان أن يشارك فيه غيره وذلك بفضل تكنولوجيا المعلومات، ومن الطبيعي أن تنمو الرغبة في التواصل مع ما نشهده في زماننا هذا من ظاهرة الاغتَّراب والانكفاء على الذات وانقطاع الصلة مع جار السكن، ربما يفسر لنا ذلك سرعة انتشار الجماعات الافترَاضية على الإنترنت[2].

ونتيجة لذلك كله يمكن القول إن المجتمع المحلي الافتراضي حقق مالم يحققه المجتمع المحلي الطبيعي، بما توفره تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من تقنيات وخدمات عالية المستوى، فهو مجتمع على الخط، يتفاعل في بيئة الكترونية افتراضية، ويشترك أعضاؤه في كثير من الروابط والاهتمامات والأنشطة الاجتماعية المشتركة، وقد يكون هناك حضور طبيعي (شخصي) خلف أجهزة الحواسيب، أو لا يكون ذلك أي مجرد حضور افتراضي ... هي عمليا جماعات لتبادل المعلومات والاتصال التقني المفيد معرفيا واجتماعيا، والذي بدوره يكتسب نوعا من العادات والتقاليد واللوائح الاجتماعية المشتركة من الجماعة أو المجتمع الافتراضي المعني[3].

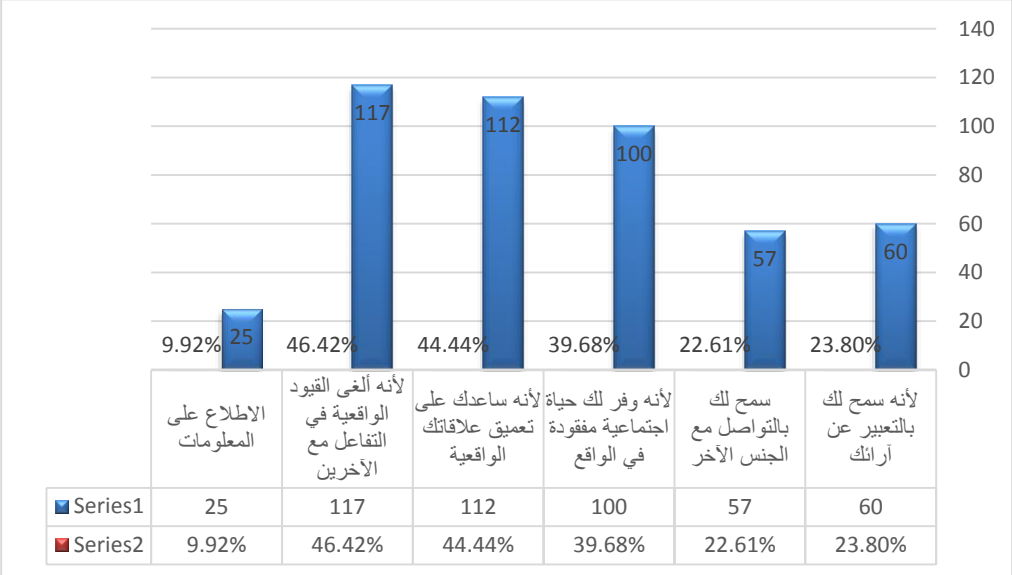
---

(1) فايزة يخلف، مرجع سبق ذكره، ص 54.

(2) وليد رشاد زكي، مرجع سبق ذكره، ص 98.

(3) أنظر علي محمد رحومة، **علم الاجتماع الآلي**، مرجع سبق ذكره، ص ص، 65-66.

ويمكن تلخيص أهم النتائج في **الشكل التالي**:



شكل رقم(38): يوضح أسباب عدم الاستغناء عن الفايسبوك مستقبلا.

الاستنتاجات العامة للدراسة

-الاستنتاجات العامة للدراسة:

-الاستنتاجات الخاصة بالمحور الأول:

-أثبتت الدراسة أن ما يقارب 32,5% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الفايسبوك في التفاعل مع الآخرين دائما، و31,7% غالبا، و28,3% أحيانا وهذا دليل على كون جل الشباب يستخدمون الفايسبوك في الجانب الاجتماعي، وفي التواصل مع الآخرين وتشكيل العلاقات الاجتماعية.

-احتلت الدردشة حسب نتائج الدراسة السبب الرئيسي الذي يدفع المبحوثين لاستخدام الفايسبوك وذلك بنسبة 72,2% ثم البحث عن معلومات بنسبة 27,2%، ثم التعبير عن الآراء بنسبة 25.6%، ثم البحث عن علاقات اجتماعية بنسبة 20,8%، وقد جاءت النتائج متقاربة بين الذكور والإناث مع ارتفاع طفيف لدى الذكور الذين اختاروا إثبات الذات وكذا الذين اختاروا التعبير عن الآراء والاهتمامات، في حين نلاحظ ارتفاع عدد الإناث اللواتي اخترن خيار الدردشة إلى 136 تكرارا، وهو ما أكدته دراسات سابقة حول كون الذكور أكثر بحثا عن إثبات ذاتهم والتعبير عن آرائهم من الإناث، أما فيما يخص المستوى التعليمي فنلاحظ وجود فرق لصالح المستوى الجامعي بالنسبة للبدائل (البحث عن معلومات بـ (45 تكرار) والتعبير عن الآراء والاهتمامات بـ (41 تكرار) وكذا الاطلاع على جديد الأخبار بـ (18 تكرار) إثبات الذات بـ (18 تكرار).

-أثبتت نتائج الدراسة أن ما نسبته 52,5% من أفراد العينة يرون أن الفايسبوك مجرد أداة للتسلية والترفيه، في حين أجاب ما نسبته 26,9% أن الفايسبوك ناجح في تعميق العلاقات الاجتماعية الحقيقية، و20,6% فقط ترى أنه ناجح في تكوين علاقات اجتماعية افتراضية، ونستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يرون أن الفايسبوك مجرد أداة للتسلية والتفريغ، وهذا معناه أنه توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على بدائل السؤال رقم 4 تبعا لمتغير الجنس، وبالنسبة لمتغير المستوى التعليمي نلاحظ أن النسبة الأكبر من الجامعيين ترى أن الفايسبوك ناجح في تكوين علاقات افتراضية حقيقية في حين اتجه أصحاب المستويات الدنيا (ثانوي، ومتوسط، وجامعي) إلى كون الفايسبوك مجرد أداة للتسلية والترفيه.

-أثبتت نتائج الدراسة أن أغلبية أفراد العينة لا يتواصلون مع كل أصدقائهم على الفايسبوك بنسبة 71,1% في حين 28,9% فقط هم من يتواصلون مع كل أصدقائهم على الفايسبوك، ومثّل الأصدقاء الواقعيون المرتبة الأولى بنسبة 78,12% من مجموع الإفراد الذين يتواصل معهم كل أفراد العينة على الفايسبوك وفي المرتبة الثانية كل من الأصدقاء الافتراضيين والأقارب بنفس النسبة 36.32%.

-أثبتت نتائج الدراسة أن ما قدره 82,8% يفضلون التواصل مع الآخرين عن طريق الدردشة على الخاص، تليها في المرتبة الثانية صوت فقط بنسبة 32,8%، ثم صوت وصورة 27,5%، وأخيرا عن طريق التعليقات بنسبة 21,7% وما نلاحظه هو تعامل جزء كبير من الشباب الجزائري بتحفظ اتجاه من يتواصلون معهم، حيث يفضل أغلبهم التعامل بالدردشة على الخاص لكونها تحفظ لهم قدرا كبيرا من الخصوصية وغياب كل أشكال الحضور الجسدي.

-أثبتت نتائج الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يتفاعلون مع المنشورات بشكل دائم، وهو ما يدل على الانخراط الكبير لأفراد العينة في المجتمعات الافتراضية، كون التفاعل في هذه المجتمعات يتطلب تواجد طويل في هذه الفضاءات الافتراضية.

--توصلت نتائج الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يتفاعلون مع الصور الشخصية بنسبة 58,6% ثم مع منشورات التسلية بنسبة 43,6% ثم المنشورات الساخرة بنسبة 33,9%، فيما لم تحظى الإبداعات الشخصية إلا بنسبة 10% وهذا ما يبرر ماتوصلنا إليه من نتائج سابقة حيث يعتبر أغلب الشباب الجزائري الفايسبوك كأداه للتسلية.

-توصلت النتائج أن 38,3% من أفراد العينة يتفاعلون على أساس مجاملة أصدقائهم، ومن هنا احتلت المرتبة الأولى، ثم الاهتمام بالمنشور نفسه بنسبة 29,2% في المرتبة الثانية وهو ما يرسخ فكرة مثالية العلاقات الافتراضية وبعدها عن الواقعية، ويؤثر متغير المستوى التعليمي على أساس التفاعل مع المنشورات حيث نجد العدد الأكبر من ذوي المستوى الابتدائي والمتوسط والثانوي يتفاعلون على أساس المجاملة في حين نجد العدد الأكبر من ذوي المستوى الجامعي يتفاعلون على أساس الاهتمام بالمنشور نفسه وهو يبين أن المستوى العلمي يزيد من درجة وعي الفرد واستخدامه لمواقع الشبكات الاجتماعية.

-أجاب أغلبية أفراد العينة أنهم يستخدمون اللغة العربيزية (كتابة العربية بأحرف فرنسية) بنسبة 54,4% ثم العامية بنسبة 43,3%؟، ثم الرموز الأيقونية في المرتبة الثانية بنسبة 31,4% وحازت اللغة العربية على المرتبة الثالثة بنسبة 30,6% وهو ما يبين تأثر الشباب بلغة التكنولوجيا الدخيلة على لغتنا، وتراجع التمسّك باللغة العربية، ويؤثر المستوى التعليمي على اللغة المستخدمة على الفايسبوك عند الشباب حيث نجد أن الفئات ذو المستويات الدنيا (الابتدائي، المتوسط، الثانوي) يميلون إلى استخدام العربيزية بـ (57، 59، 50) تكرارا، وبنسب اقل العامية (40، 41، 44) تكرارا وكذا الرموز الأيقونية خاصة عند كل من المستوى الابتدائي والمتوسط بـ 39 و46 تكرارا على التوالي في حين نلاحظ النسبة الأكبر من الجامعيين اختاروا العربية ب56 تكرارا مع ارتفاع في استخدام الأجنبية ب 32 تكرارا، مع ارتفاع طفيف للثانويين الذين اختاروا العربية بـ37 تكرارا ويدل ذلك على أن ذو المستويات الدنيا أكثر تأثرا بلغة الإنترنت وأقل تمسكا بلغتهم الأم.

-الاستنتاجات الخاصة بالمحور الثاني:

-أجابت النسبة الأكبر من أفراد العينة 37,2% أن شخصيتهم الافتراضية أكثر مثالية من شخصيتهم الواقعية، و24,7% أنهما متطابقان، ولعلّ النسبة المرتفعة للذين أجابوا بمثالية الشخصية الافتراضية تعود لخصائص المجتمعات الافتراضية وما يميزها من تماهي الحضور الفيزيقي للفرد، فيحاول الفرد الظهور خلف بروفايل افتراضي في صورة منمقة ومثالية وبعيدة عن الواقع.

-أجاب 66,7% من أفراد العينة أنهم يتيحون الإسم واللقب و48,6% البلد والإقامة، و40,3% الصورة الشخصية فيما لم تحظى باقي المعلومات الشخصية باهتمام أفراد العينة وهو ما يبرهن على التحفظ الكبير للشاب الجزائري تجاه استخدام البيانات الشخصية وهو مالاحظناه أثناء تصفحنا لعشرات الصفحات الشخصية حيث تتميز بشح المعلومات عن أصحاب البروفايلات وإن وجدت تقتصر على أهم المعلومات، وغالبا يكون جزء كبير من هذه المعلومات مغلوطا ومتناقضا، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة تستخدم اسم حقيقي وصورة وهمية بنسبة 34,7% ثم اسم حقيقي وصورة حقيقية بنسبة 31,1% ثم اسم وهمي وصورة وهمية بنسبة 24,2% ولعل هذه النسب تؤكد ما توصلنا إليه سابقا كون الشباب الجزائري يميل إلى الحذر في استخدامه لهذه الشبكات وقد يعود السبب في ذلك إلى كون الترفيه يغلب على استخدام هذه الشبكات عند الشباب العربي عموما والجزائري

خصوصا –كما سبق واشرنا– ، ويؤثر متغير الجنس على طبيعة المعلومات المصرح بها على الملف الشخصي على الفايسبوك حيث صرح أغلبية الذكور أنهم يستخدمون هوية باسم حقيقي وصورة حقيقية وذلك بـ102 تكرارا في حين انقسمت النسبة الأكبر من الإناث بين اسم حقيقي وصورة وهمية بـ 87 تكرارا واسم وهمي وصورة وهمية بـ78 تكرارا، وذلك بسبب القيود الاجتماعية المفروضة على الأنثى في المجتمع العربي حيث أن التصريح بالصورة الشخصية أو حتى الاسم أحيانا يعد خرقا للعادات والتقاليد الموجودة في هذه المجتمعات، والدليل أن من يستخدمن صورهن على الفايسبوك 10 فقط من مجموع مفردات العينة.

–توصلنا من خلال نتائج الدراسة إلى أن ما نسبته 54,7% من أفراد العينة لديهم حساب واحد فقط على الفايسبوك في حين 28,6% يملكون حسابين، و12,8% يملكون ثلاث حسابات ورغم أن النسبة الأكبر تملك حساب واحد فقط إلا أن ما يلاحظ أن أصحاب الحسابين إلى أكثر يمثلون نسبة مرتفعة من العينة، وقد أجاب ما نسبته 33,9% من الذين أجابوا أنهم يملكون أكثر من حساب واحد بأن لديهم حساب حقيقي وباقي الحسابات وهمية وهذا دليل على أن جزءا كبير من أفراد العينة يعيش افتراضيا بأكثر من هوية واحدة وقد تختلف عن الهوية الواقعية.

–أجاب اغلب أفراد العينة أن النسبة الأكبر من منشوراتهم تتمثل في الصور التي تعبر عن حالاتهم النفسية وانفعالاتهم بنسبة 48,3%، ثم أفكارهم وآرائهم الشخصية بنسبة 42,8% في المرتبة الثانية، ثم نقل منشورات تعبر عن تجاربهم في المرتبة الثالثة بنسبة 40,3% ولعل هذا ما يوضح غلبة الجانب الترفيهي في استخدام الفايسبوك عند الشباب الجزائري، وقد أثر متغير المستوى التعليمي على طبيعة منشورات أفراد العينة حيث اختارت النسبة الأكبر من ذوي المستوى الابتدائي والمتوسط والثانوي صور تعبر عن حالاتها النفسية والاجتماعية بـ48 و52 و44 تكرارا ، فيما اختارت النسبة الأكبر من الجامعيين نشر آرائها وأفكارها الشخصية بـ67 تكرارا مع ارتفاع ملحوظ لنفس الخيار لدى فئة الثانويين بـ37 تكرارا، ولا شك أن للمستوى العلمي تأثيره على طبيعة المنشورات حيث أن ارتفاع المستوى العلمي يساهم بدور كبير في قدرة الشاب في التعبير عن آرائه وتوجهاته، كما أن الجنس يؤثر أيضا على طبيعة المنشورات حيث نجد النسبة الأكبر من الذكور تميل إلى نشر صورها الشخصية بـ97 تكرارا ثم

أفكارها الشخصية بـ96 تكرارا في حين الإناث يميلن إلى نقل منشورات تعبر عن حالاتهن النفسية وانفعالاتهن بـ103 تكرارا ثم منشورات تعبر عن تجاربهن بـ69 تكرارا.

-ترى النسبة الأكبر من أفراد العينة أن تفاعل الأصدقاء مع منشوراتهم حسن بنسبة 46,1% ثم متوسط وجيد بنسب متقاربة 22,8% و 21,9%.

-توصلنا من خلال دراستنا أن النسبة الأكبر من أفراد العينة والتي تقدر بـ53,9% تتعامل مع مجتمع الفايسبوك بصراحة مع بعض التحفظ فهو من جهة مجال للتعبير والتنفيس عن الضغوطات ولكن من جهة أخرى يتعاملون معه بشيء من الحذر كونه مجتمع خيالي يفتقد للثقة والمصداقية في الكثير من الأحيان، وقد سجلنا ارتفاع طفيف للإناث اللواتي يتعاملن بصراحة مع بعض التحفظ بـ106 تكرارا مقابل 88 للذكور ، وارتفاع طفيف كذلك للذكور الذين يتعاملون بصراحة تامة دون حواجز بـ66 تكرارا مقابل 47 تكرارا للإناث.

- أجاب ما نسبته 61,4% من أفراد العينة بأنهم يناقشون تفاصيل حياتهم وخصوصياتهم على الفايسبوك، 85% منهم مع أصدقائهم الواقعيين في المرتبة الأولى، و41,17% منهم مع أصدقائهم الافتراضيين المعروفي الهوية، و14,47% يستخدمون هوية مزيفة ويناقشون خصوصياتهم مع أي صديق يصادفهم، هذه النسب تعكس درجة الحذر التي يتعامل بها الشباب مع الفايسبوك، فرغم مايقضونه من وقت على الموقع إلا أنهم يفتقدون للثقة في تعاملاتهم مع أفراده.

-أجاب أغلبية أفراد العينة أنهم لا يقبلون كل طلبات الصداقة التي تصلهم وذلك بنسبة 86,9%، ونلاحظ ارتفاع واضح عند الإناث (174 تكرار) مقابل الذكور (139 تكرار)، وبالنسبة لمتغير المستوى التعليمي نلاحظ ارتفاع قبول كل طلبات الصداقة من ذوي المستويات التعليمية الدنيا 15 تكرارا للابتدائي، و21 تكرار للمتوسط وانخفاض لدى ذوي المستويات الأعلى 8 للثانوي، و3 للجامعي ولعل هذا الارتفاع لدى المستويات الدنيا يعود بالأساس لكونهم يبحثون عن توسيع شبكاتهم الاجتماعية بحيث لا تتاح لهم الفرص مثل اقرانهم في الجامعات وأماكن العلم لتوسيع شبكة علاقاتهم اجتماعية.

-يعتبر أغلبية أفراد العينة أن المعرفة الشخصية الواقعية هي أهم معيار لقبول طلب الصداقة على الفايسبوك وذلك بنسبة 64,7%، ثم توفر بيانات حقيقية على صفحة طالب الصداقة في المرتبة الثانية

بنسبة 26,9،% ثم مكانة الشخص ومهنته في المرتبة الثالثة بنسبة 20,6%، ثم الاشتراك في الاهتمامات في المرتبة الرابعة بنسبة 19,2%، ولا شك أننا نؤكد في كل مرة على الحذر في التعامل مع المجتمعات الافتراضية من طرف الشباب الجزائري، ويؤثر متغير الجنس على المعايير المعتمدة في قبول الصداقة حيث اختار الذكور المعرفة الشخصية الواقعية بـ112 تكرارا مقابل 121 للإناث في حين اختار الذكور في المرتبة الثانية توفر بيانات حقيقية على صفحة طالب الصداقة بـ54 تكرارا ثم وفي المرتبة الثالثة أولئك الذين ليس لهم أي معايير بـ39 تكرارا أما بالنسبة للإناث احتلت المرتبة الثانية توفر بيانات حقيقية على صفحة طالب الصداقة بـ43 تكرارا أي أقل من الذكور ثم في المرتبة الثالثة صورة الشخص الطالب للصداقة بـ36 تكرارا، فيما لا عدد اللواتي توجد لديهن أي معايير لا يتجاوز الـ6 مفردات.

-أجاب 50,3% من أفراد العينة أنهم لا يرسلون بطلبات صداقة لأشخاص غرباء، في حين أجاب نسبة 49,7% بأنهم يرسلون بطلبات لأشخاص غرباء، ويؤثر متغير الجنس على إجابات المبحوثين حيث غالبية الذكور يقومون بإرسال طلبات صداقة لأشخاص غرباء بـ123 تكرارا في حين غالبية الإناث أجبن بـ لا بنسبة 124 تكرارا، ولعل ذلك يعود بالأساس للقيود الاجتماعية المفروضة على الإناث مقارنة بالذكور في المجتمعات العربية والمجتمع الجزائري بشكل خاص.

-أجاب اغلب من يرسلون بطلبات صداقة إلى أشخاص غرباء أن السبب هو التعرف على أصدقاء جدد بنسبة 49,72% ثم كلا من التعرف على ثقافات جديدة والتعرف على الجنس الآخر بنفس النسبة 35,75% لكل منهما، ثم تبادل الاهتمامات بنسبة 31,28% .

-أجابت ما نسبته 51,4% من أفراد العينة أنها ترفض التفاعل مع ذوي الهويات الوهمية حيث برروا ذلك بتجنب المضايقات بنسبة 51,35% في المرتبة الأولى ثم عدم الرغبة في ربط علاقات مع أشخاص يخفون هوياتهم بنسبة 43,78% في المرتبة الثانية، ثم الخوف من التجسس بنسبة 23,24% في المرتبة الثالثة.

-الاستنتاجات الخاصة بالمحور الثالث:

-توصلنا من خلال دراستنا أن ما نسبته 54,7% يرون أن العلاقات الافتراضية لا تتسم بالجدية، ومانسبته 21,9% يرونها امتدادا للواقعية.

-ترى النسبة الأكبر من أفراد العينة 61,4% أن الفايسبوك قد أثّر على علاقاتهم الواقعية و28,9% منهم يرون أنه ساعد على تقوية علاقاتهم، و17,2% ترى أن الفايسبوك أضعف ارتباطها بأصدقائها الواقعيين، ومن هنا نستنتج أن الفايسبوك أداة للتواصل مع الأصدقاء الواقعيين أكثر من التواصل مع الاصدقاء الافتراضيين حسب نتائج الدراسة.

-توصلنا من خلال نتائج الدراسة الميدانية أنّ مانسبته 60,3% قد سبق وأن تحولت أحد علاقاتهم الافتراضية إلى علاقة واقعية ويؤثر متغير الجنس على نتائج الدراسة حيث اختارت النسبة الأكبر من الذكور الإجابة بـ"نعم" بـ123 تكرارا والنسبة الأكبر من الإناث اختارت الإجابة بلا بما قدره .94 تكرارا، أي أن الذكور أكثر اتجاها لربط علاقات الصداقة وأكثر رغبة في تحويل علاقاتهم الافتراضية إلى علاقات واقعية.

-أجابت النسبة الأكبر من أفراد العينة أن علاقاتهم الافتراضية التي تحولت إلى واقعية تمثلت في الصداقة بنسبة 64,05% ثم علاقة عاطفية بنسبة 58,98% وأخيرا زواج بنسبة 4,60%.

-يرى 43,3% من أفراد العينة أن العلاقات الافتراضية مقارنة بالواقعية توفر لهم مجالا للفضفضة عن ضغوط الحياة، ويرى 26,1% أنها توفر لهم الاهتمام، و24,7% أجابوا بأنها ساعدتهم على تخطي الاعتبارات الخاصة بالشكل الخارجي.

_أشارت نتائج الدراسة الميدانية أن استخدام الفايسبوك يؤثر على العلاقات الأسرية بنسبة 9,66% ، و55,6% منهم ترى أن هذا التأثير سلبي.

-أجاب 65,8% من أفراد العينة أنه يتواجد أفراد أسرتهم كأصدقاء معهم على الفايسبوك وذلك عند الإناث أكثر من الذكور وعند أصحاب المستوى الجامعي والثانوي أكثر من الابتدائي والمتوسط، في

حين أجاب ما نسبته 34,2% بعدم تواجد أفراد أسرتهم معهم على الفايسبوك وذلك لأن لديهم وسائل أخرى للتواصل بهم بنسبة 34,95% ، وليتمكنوا من نشر ما يناسبهم دون إحراج بنسبة 30,08%.

-يرى أغلبية أفراد العينة أن الفايسبوك لا يغنيهم عن اللقاء الواقعي بالأشخاص وذلك بنسبة 66,7%، وقد أجاب أفراد العينة أنهم يستخدمون الفايسبوك في حال عجزهم عن التنقل بنسبة 31,1%، و30,3% يستخدمونه مع أشخاص دون آخرين، وكل هذه النتائج تؤكد أن الفايسبوك لا يغني عن اللقاء الواقعي، وإنما هو أداة لتعميق العلاقات الموجودة فقط.

-يهتم ما نسبته 72,5% بمتابعة منشوراتهم وردود أصدقائهم عليها، ويقوم 37,93% منهم بمجاملة المعلقين والسؤال عن أحوالهم.

-أجاب 41,7% أنهم لم يتعرضو لأي إزعاجات على الفايسبوك، في حين أجاب 27.8% أنهم نادرا ما تعرضوا لإزعاجات و24,4% تعرضوا لإزعاجات أحيانا، وترتفع نسبة الإزعاجات عند الإناث أكثر من الذكور، كما أن الفئات الأقل سنا (من 18 إلى 23) (من24 إلى 29) أكثر عرضة من الأكبر سنا (من 30 إلى 35)، كون الفئات الأقل سنا أكثر عرضة للاستغلال على الفايسبوك.

-وتمثلت الإزعاجات التي يعاني منها أفراد العينة في الشتم بنسبة 57,14% ، وكل من التحرش والتجسس بنسبة 32,85% و31,90% على التوالي، وتمثّل الحل حسب أفراد العينة بالحظر للشخص المزعج بنسبة 50%، ثم غلق الدردشة بنسبة 27,14%، ثم الرد على الشخص المزعج بنفس الأسلوب بنسبة 24,28%.

-إجابة أفراد العينة بأنهم لن يستغنوا عن استخدام الفايسبوك مستقبلا بنسبة 70% تدل على تعلق الشباب الكبير بالفايسبوك وعدم قدرتهم على الانقطاع عنه، وتمثل السبب الرئيسي في عدم الاستغناء عن الفاسبوك مستقبلا عند أفراد العينة كونه ألغى القيود الواقعية في التفاعل مع الآخرين بنسبة 46,42% وكذا لأنه ساعد على تعميق علاقاتهم الواقعية بنسبة 44,44% ثم لأنه وفر لهم حياة اجتماعية مفقودة في الواقع بنسبة 39,68%.

مناقشة فروض الدراسة

1- **الفرضية الأولى:** يكوّن غالبية الشباب الجزائري العلاقات الافتراضية عبر الفايسبوك للتسلية والترفيه، وتتميز هذه العلاقات غالبا بأنها سطحية ومؤقتة، وقد توصلنا إلى تحقّق هذه الفرضية، حيث يلجأ أغلب أفراد العينة إلى تشكيل علاقات افتراضية للتسلية والترفيه، أكثر من كونها علاقات جادة، وهذا النوع من العلاقات غالبا ما يكون مؤقتا نظرا لضعف الأساس الذي بنيت عليه العلاقة، رغم كثافة استخدام هذه الشبكات، وقضاء أوقات طويلة في التفاعل مع الآخرين، إلا أنها ليست عوامل كافية لتشكيل علاقات افتراضية جادة وقوية، حيث لا حظنا أن نسبة كبيرة من الشباب من أفراد العينة يتعاملون مع هذه الشبكات بنوع من التحفظ والحذر، حتى أن علاقاتهم بأصدقائهم على الفايسبوك تتسم بنوع من المثالية والمجاملة، كما أن منشوراتهم غالبا ما تبتعد عن الخصوصية.

2- **الفرضية الثانية:** كلما كانت مكونات الهوية الافتراضية حقيقية زادت جدية العلاقات الافتراضية عند الشباب الجزائري، توصلنا من خلال دراستنا إلى تحقق هذه الفرضية، حيث أن جدية العلاقات الافتراضية مرهونة إلى حد بعيد بصدق أطراف العلاقة، ولكن هذا لا ينفي ميل نسبة كبيرة منهم للمثالية في التواصل مع الآخرين، بالإضافة للتحفظ عن ذكر كل البيانات الشخصية للحفاظ على الشكل المثالي لهم عند الطرف الآخر، وهي خاصية لا يمكن تحققها غالبا في العلاقات الواقعية كونها تتسم بوضوح خصائص وسمات أطراف العلاقة، عكس الضابية والغموض والمجهولية التي تتسم بها العلاقات الافتراضية على الفايسبوك، ولكن الأمر يختلف عندما يتعلّق الأمر بالعلاقات الافتراضية مع الأشخاص الذين تربطهم علاقة واقعية بالمبحوثين، حيث يميلون إلى الصراحة في التعامل معهم، ويعتبر الفايسبوك وسيلة مهمة للبوح والفضفضة عن التفاصيل الشخصية، يمكن أن تتفوق حتى على التواصل الواقعي المباشر، كونها تزيل مختلف العوائق التي قد تمنع أو تؤثّر على الاتصال وجها لوجه، من حضور جسدي وخصائص نفسية واجتماعية تجعل الفرد أكثر راحة في التواصل مع الآخرين.

3- الفرضية الثالثة: يلعب التفاعل الافتراضي دورا ايجابيا في تغيير نمط العلاقات الاجتماعية وتعميقها عند الشباب، ولكنه لا يؤدي بالضرورة لتشكيل علاقات افتراضية حقيقية، وقد توصلنا من خلال دراستنا إلى تحقق الفرضية جزئيا، حيث أن أغلب أفراد العينة يرون أن العلاقات الافتراضية لا

تتسم بالجدية، وهي بعيدة عن الواقعية، ولكنها في ذات الوقت أداة مناسبة لتعميق وتقوية العلاقات الواقعية، ويعود ذلك في الغالب لخوفهم من صفة المجهولية التي تتسم بها العلاقات الافتراضية، في حين أن معرفة الطرف الآخر بخصائصه وسماته ولو كانت سطحية تسهّل عملية التواصل مع الآخرين، وتضفي عليها نوعا من الصدق والثقة، وعملية المزج بين ماهو واقعي واقتراضي عادة ما تسهم في إعادة تشكيل العلاقات الاجتماعية، فقد تؤدي إلى تعميق العلاقات الواقعية كما صرّحت النسبة الأكبر من المبحوثين، وقد تضعف كذلك من هذه العلاقات كما صرّحت نسبة منهم.

4- **الفرضية الرابعة:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات (الجنس، المستوى التعليمي) ونمط العلاقات الافتراضية السائدة عند الشباب الجزائري، وقد توصّلنا إلى تحقق الفرضية بالنسبة لمتغير الجنس، حيث دلّت قيمة كا^2 للاستقلالية عن وجود فروق فيما يخص متغير الجنس للبديلين ناجح في تكوين العلاقات الافتراضية، وناجح في تعميق العلاقات الاجتماعية لصالح الذكور، في حين نلاحظ فروق للبديل مجرد أداة للتسلية والترفيه لصالح الإناث، ونفس الأمر فيما متغير المستوى التعليمي فقد توصلنا إلى تحقق الفرضية كذلك، حيث دلّت قيمة كا^2 للاستقلالية عن وجود فروق لصالح الجامعيين فيما يخص البديل (ناجح في تكوين علاقات اجتماعية افتراضية حقيقية)، وفروق لباقي الفئات التعليمية لصالح (البديل مجرد أداة للتسلية والترفيه).

5- **الفرضية الخامسة:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات (الجنس، السن) ونوع الهوية الافتراضية عند الشباب الجزائري، وقد توصلنا إلى تحقق هذه الفرضية بالنسبة لمتغير الجنس، حيث دلّت كا^2 للاستقلالية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس ونوع الهوية الافتراضية، وقد لاحظنا وجود فروق لصالح الإناث بالنسبة للبديل (اسم حقيقي وصورة وهمية)، ولاحظنا وجود فروق لصالح الذكور للبديل (اسم حقيقي وصورة حقيقية)، في حين لم تدّل كا^2 للاستقلالية عن فروق بين متغير السن ونوع الهوية عند أفراد العينة.

6- **الفرضية السادسة:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات (الجنس، السن) وإمكانية تحول العلاقات الافتراضية إلى واقعية، وقد توصلنا إلى تحقق هذه الفرضية بالنسبة لمتغير الجنس، حيث دلّت كا^2 للاستقلالية عن وجود فروق لصالح الذكور الذين تحولت علاقاتهم الافتراضية إلى

علاقات واقعية، في حين لاحظنا وجود فروق لصالح الإناث اللواتي لم تتحول علاقاتهن الافتراضية إلى علاقات واقعية، أما بالنسبة لمتغير السن فلاحظنا عدم تحقّق الفرضية حيث دلّت قيمة كا^2 عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير السن وتحول العلاقات الافتراضية إلى علاقات واقعية.

لا شكّ أن الشبكات الاجتماعية أكثر مواقع الإنترنت شعبية ورواجا، حيث أصبحت بمثابة مجتمعات موازية تضمّ أعداد هائلة من المستخدمين، يتفاعلون فيما بينهم ويرتبطون بعلاقات افتراضية، تتيح لهم فرصة الانفتاح على الآخرين والتواصل مع أشخاص من أي مكان في العالم، متخطية بذلك حدود الزمان والمكان، كما تسمح بالتواصل بين الأشخاص الذين تربطهم علاقات واقعية، وهو ما يبرر اتجاه أغلب المبحوثين للدردشة عبر هذه الشبكات، متحررين بذلك من مختلف القيود الواقعية، وقد غلب جانب التسلية والترفيه على استخدام هذه المواقع، حيث توصّلنا من خلال دراستنا إلى أن أغلبية المبحوثين يرون أنها مجرد أداة للتسلية والترفيه، وهذا يعود للتماهي الجسدي والغموض والضبابية الذي يميّز استخدام الشبكات الاجتماعية.

إن استخدام الشباب من أفراد العينة لهذه الشبكات يسوده الكثير من الحذر والتحفظ في عرض البيانات الشخصية الذي انعكس بدوره على نمط العلاقات الاجتماعية السائدة، حيث أن أغلب العلاقات التي تشكّلت عبر الفايسبوك لا تتسم بالجدية والديمومة، ويتجه أطرافها غالبا إلى التحفظ عن بياناتهم الشخصية، أو حتى التصريح ببيانات غير حقيقية، في بعض الأحيان للحفاظ على الصورة المثالية التي تتشكل لدى الطرف الآخر، من خلال الهوية الافتراضية، والتواصل المبدئي بين أطراف العلاقة، ومع هذا صرّحت النسبة الأكبر من أفراد العينة أنه سبق وأن تحولت علاقاتهم الافتراضية إلى علاقات واقعية، ولكّن أن سحب العلاقة الافتراضية للواقع لا يضمن بالضرورة زيادة تعميقها، بل قد تتعرّض هذه العلاقات للإنهيار والانتهاء بمجرد نزولها إلى أرض الواقع، نظرا لاختلاف القيم التي تحكم المجتمع الخائلي الافتراضي عن تلك التي تحكم المجتمعات الواقعية.

اتجاه جزء كبير من أفراد العينة إلى اعتبار الشبكات الاجتماعية ناجحة في تعميق العلاقات الواقعية، نابع في الأساس من معرفة طرفي العلاقة لخصائص وسمات بعضهما البعض من البداية، ولو كانت هذه المعرفة سطحية، إلا أنها تعد أساسا سليما لبناء علاقة اجتماعية واضحة المعالم، في حين تفتقر العلاقة الافتراضية لهذه المعرفة، ويعتمد أطرافها على ما يصّرح به على الملف الشخصي "البروفايل" من بيانات، أو حتى بعض المنشورات التي قد تشير إلى بعض ملامح وسمات الشخصية، أو أحيانا بعض الحوارات والمحادثات الشخصية والتي قد لا تعد كافية للتعبير فعلا عن الهوية بشكل كلي، خاصة أن أغلب المبحوثين يستخدمون في تواصلهم مع الآخرين بيانات شحيحة وأساليب فيها الكثير من التحفظ حيث تعد الدردشة على الخاص هي الأسلوب الأكثر استخداما للتواصل مع الآخرين، ثم بدرجة أقل التواصل عن طريق الصوت وهذين الأسلوبين غير كافيين لتكوين صورة واقعية وواضحة تكون أساسا لتشكيل علاقات اجتماعية حقيقية وجادة، مع هذا صرّح بعد المبحوثين بأن الشبكات الاجتماعية ناجحة في تشكيل علاقات افتراضية حقيقية، فقد تشكّل بعض المعايير كالاهتمام المشترك، والفضفضة، والاهتمام الذي توفّره المجتمعات الافتراضية أحيانا أسباب قوية لتشكيل علاقات اجتماعية تتفوّق على كل عناصر الحضور الجسدي والعوامل الديمغرافية المختلفة.

قـائمـة المراجـع

1- الكتب:

أ-باللغة العربية:

1. أبو شنب (جمال محمد)، **الإعلام الدولي والعولمة**، دار المعرفة الجامعية: الإسكندرية، 2007.

2. أبو عيشة (فيصل)، **الإعلام الإلكتروني**، دار أسامة للنشر والتوزيع: عمان، 2010.

3. أنجرس (موريس)، (ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون)، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية – تدريبات عملية**، ط2، دار القصبة للنشر: الجزائر، 2006.

4. اندروز (لوري)، **أعرف من أنت ورأيت ماذا فعلت –مواقع التواصل الاجتماعي وفقدان الخصوصية**، تر: الرواشدة (شادي)، العبيكان للنشر والتوزيع: عمان، 2015.

5. انكلز (أليكس)، **مقدمة في علم الاجتماع**، تر: محمد الجوهري وآخرون، ط6، دار المعارف، مكتبة نهضة الشرق: القاهرة، 1983.

6. بوحبة (حسن)، **الجسد بين النسق القيمي وسلطة الصورة الإعلامية**، دار الكتب العلمية: بيروت، جهاز 2013.

7. بوحوش (عمار)، الذنيبات (محمد محمود)، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر، 2009.

8. بوزفور (منصور)، **العولمة والنظم الحارسة (التضليل الإعلامي وثقافة الميديا)**، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية: الجزائر، 2004.

9. بنكلر (ياتشيا)، **ثروة الشبكات –كيف يغير الانتاج الاجتماعي الأسواق والحرية–** ، تر: فريج سعيد العويضي، العبيكان للنشر والتوزيع: عمان، 2012.

10. بن مرسلي (أحمد)، **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال**، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر، 2005.

11. بن نبي (مالك)، **ميلاد مجتمع –شبكة العلاقات الاجتماعية–**، تر: عبد الصبور شاهين، ط3، دار الفكر، الجزائر، 1986.

12. جرار (ليلى احمد)، **الفيسبوك والشباب العربي**، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع: الكويت، الإمارات، مصر، الأردن، 2012.

13. جلبي (علي عبد الرزاق)، **المجتمع والثقافة والشخصية**، دار النهضة العربية: بيروت، 1984.

14. الجموسي (جوهر)، **المجتمع الافتراضي**، نوفا برنت: تونس، 2007.

15. الجوهري (محمد)، **المدخل إلى علم الاجتماع**، تر: علي احمد عيسى، جامعة القاهرة: القاهرة، 2007.

16. حجازي (عزت)، **الشباب العربي ومشكلاته**، عالم المعرفة "المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب": الكويت، 1985.

17. حسن (عبد الصادق)، **تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية**، مجلس التعاون لدول الخليج العربية: الرياض، 2013.

18. حسين (سمير محمد)، **بحوث الإعلام**، عالم الكتب: القاهرة، 2006.

19. حسنين (جمال مجدي)، **سوسيولوجيا المجتمع**، دار المعرفة الجامعية: الإسكندرية، 2007.

20. الحضيف (محمد عبد الرحمن)، **كيف تؤثر وسائل الإعلام؟**، ط2، مكتبة العبيكان: الرياض، 1998.

21. حمادة (بسيوني إبراهيم)، **دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام**، عالم الكتب: القاهرة، 2008.

22. حمادي (ينال)، **مناهج وأساليب البحث العلمي**، دار أمجد للنشر والتوزيع: عمان، 2014.

23. حمود (عبد الحليم)، **الإنترنت –إعلام ضد الإعلام–**، دار الهدى: بيروت، 2008.

24. الخطيب (راغب أحمد)، **دراسة في علم الاجتماع**، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع: عمان، 2011.

25. الخوري (هاني شحادة)، **تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرين**، مركز الرضا للكمبيوتر: دمشق، 1998.

26. داون (بارني)، **المجتمع الشبكي**، تر: أنور الجمعاوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات: قطر، 2015.

27. دليو (فضيل)، **العولمة، الإنترنت، الفقر، اللغة**، مخبر علم اجتماع الاتصال (جامعة منتوري): قسنطينة، 2002.

28. ديفلير (ملفين)، روكيتش (ساندرا بول)، **نظريات وسائل الإعلام**، تر: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع: القاهرة، 1993.

29. الراوي (بشرى جميل)، **دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير**، مجلة الباحث الإعلامي: بغداد، العدد 18، 2012.

30. رايت (فج)، تر: محمد شيا، **مبادئ علم الاجتماع**، دار الحداثة: القاهرة، 1996.

31. رحومة (علي محمد)، **الإنترنت والمنظومة التكنو-إجتماعية**، مركز الدراسات الوحدة العربية: بيروت، 2005.

32. ــــــــــــــــــ، **علم الاجتماع الآلي**، طلبة الجمعة، عالم المعرفة عالم المعرفة "المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب": الكويت، 2008.

33. الرزو (حسن مظفر)، **الفضاء المعلوماتي**، مركز دراسات الوحدة العربية: بيروت، 2001.

34. روبن (برنت)، **الاتصال والسلوك الإنساني**، تر: نخبة من أعضاء قسم وسائل وتكنولوجيا التعليم، معهد الإدارة العامة: المملكة العربية السعودية، 1991.

35. الزرن (جمال)، **تساؤلات عن الإعلام الجديد والإنترنت**، ضمن كتاب: "العرب وثورة المعلومات"، مركز دراسات الوحدة العربية: بيروت، 2005.

36. الزيود (اسماعيل محمد)، **علم الاجتماع**، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع: عمان، 2010.

37. ساري (حلمي خضر)، **ثقافة الإنترنت-دراسة في التواصل الاجتماعي-**، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع: عمان، 2005.

38. الساعاتي (سامية)، **الشباب العربي والتغير الاجتماعي**، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة، 2003.

39. سعد (حسين)، **براديغمات البحوث الإعلامية (الابستمولوجيا-الإشكاليات-الأطروحات)**، دار المنهل اللبناني: بيروت، 2017.

40. سيد احمد (غريب محمد)، **علم الاجتماع ودراسة المجتمع**، دار المعرفة الجامعية: مصر، 2003.

41. شفيق (حسنين)، **الإعلام الجديد والجرائم الالكترونية -التسريبات..التجسس الالكتروني..الإرهاب**، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع: القاهرة، 2015.

42. صابر (فاطمة عوض)، خفاجة (ميرفت علي)، **أسس ومبادئ البحث العلمي**، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية: الإسكندرية، 2002.

43. صادق (عباس مصطفى)، **الإعلام الجديد**، دار الشروق للنشر والتوزيع: عمان، 2008.

44. طربيه (مأمون)، **علم الاجتماع في الحياة اليومية**، دار المعرفة للطباعة والنشر: بيروت، 2011.

45. عبد الجواد (أحمد رأفت)، **مبادئ علم الاجتماع**، مكتبة نهضة الشرق: القاهرة، د س ن.

46. عبد الحميد (محمد)، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط2، عالم الكتب: القاهرة، 2004.

47. ـــــــــــــــ، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط3، عالم الكتب: القاهرة، 2004.

48. عبد الرحمان (طه)، **الحق الإسلامي في الإختلاف الفكري**، المركز الثقافي العربي: الدار البيضاء (المغرب)، 2005.

49. عبد الرحمن (الفيصل)، **العرب وتكنولوجيا الاتصال: تحدي الثورة المعلوماتية**، دار النهضة العربية: القاهرة،2001.

50. عبد الفتاح (علياء سامي)، **الانترنت والشباب–دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي–**، ط2، دار العالم العربي: القاهرة، 2011.

51. العبد الله (مي)، **نظريات الاتصال**، دار النهضة العربية: بيروت، 2006.

52. العتوم (عدنان يوسف) وآخرون، **التواصل الاجتماعي –من منظور نفسي واجتماعي وثقافي–**، عالم الكتب الحديث: اربد (الأردن)، 2011.

53. عثمان (إبراهيم)، **مقدمة في علم الاجتماع**، دار الشروق للنشر والتوزيع: عمان، 2011.

54. العريشي (جبريل بن حسن)، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، **الشبكات الاجتماعية والقيم**، الدار المنهجية للنشر والتوزيع: عمان، 2015

55. عزي (عبد الرحمن)، بومعيزة (السعيد)، **الإعلام والمجتمع**، الورسم للنشر والتوزيع: الجزائر، 2010.

56. العلي (صالح)، **مهارات التواصل الاجتماعي –أسس ومفاهيم وقيم–**، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع: عمان، 2014.

57. علي (عبد الخالق محمد)، **خطوات نحو بحث النهج الاعلامي**، دار المحجة البيضاء: بيروت، 2010.

58. علي (نبيل)، **الثقافة العربية وعصر المعلومات**، عالم المعرفة: الكويت، 2001.

59. العمر (معن خليل)، **ثنائيات علم الاجتماع**، دار الشروق: عمان،2001.

60. عيساني (رحيمة الطيب)، **العولمة الإعلامية وآثارها على مشاهدي الفضائيات الأجنبية**، عالم الكتب الحديث: اربد (الأردن)، 2010

61. فرح (محمد علي)، **صناعة الواقع الإعلام وضبط المجتمع أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع**، مركز نماء للبحوث والدراسات: بيروت، 2014.

62. الفنتوخ (عبد القادر بن عبد الله)، **الجريمة في الإنترنت –وطرق الحماية منها–**، العبيكان: الرياض، 2012.

63. فهمي (محمد سيد)، **العولمة والشباب _من منظور اجتماعي_**، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر: الإسكندرية، 2007.

64. فيبر (ماكس)، **مفاهيم أساسية في علم الاجتماع**، تر: صلاح هلال، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 1999.

65. كافي (مصطفى يوسف)، **الإعلام التفاعلي**، دار الحامد للنشر والتوزيع: عمان، 2016.

66. كرانغ (مايك) وآخرون، **الجغرافيا الافتراضية أجسام وفضاء وعلاقات**، تر: عدنان حسن، منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب: دمشق، 2011.

67. كريب (إيان)، النظرية الاجتماعية **–من بارسونز إلى هابرماس**، تر: محمد حسين غلوم، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب: الكويت، 1999.

68. كريستال (ديفيد)، **اللغة والإنترنت**، تر: أحمد شفيق الخطيب، المجلس الأعلى للثقافة: القاهرة، 2005.

69. لالي (إلين)، **الكمبيوتر والحياة في المنزل**، تر: ريهام طه، المركز القومي للترجمة: القاهرة، 2011.

70. اللبان (شريف درويش)، **تكنولوجيا الاتصال–المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية–**، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة، 2000.

71. ـــــــــــ، **مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت**، دار العالم العربي: القاهرة، 2011.

72. ليفرو (ليا)، **وسائل الإعلام الجديدة البديلة والناشطة**، تر: هبة ربيع، المركز القومي للترجمة: مصر، 2006.

73. ليفي (بيير)، **عالَمنا الافتراضيّ. ما هو؟ وما علاقته بالواقع؟**، تر: رياض الكحال، مشروع نقل المعارف التابع لهيئة البحرين للثقافة والآثار: البحرين، 2018.

74. ماتلار (أرمان)، ماتلار (ميشال)، **تاريخ نظريات الاتصال**، تر: نصر الدين العياضي، الصادق رابح، ط3، المنظمة العربية للترجمة: بيروت، 2005.

75. ماكيفر (ر.م)، بيج (شارلز)، **المجتمع**، تر: علي احمد عيسى، مكتبة النهضة المصرية: القاهرة، 2000.

76. مالكي (امحمد) وآخرون، **الانفجار العربي الكبير في الأبعاد الثقافية والسياسية**، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات: الدوحة، 2012 .

77. المحنة (فلاح كاظم)، **العولمة والجدل الدائر حولها**، الورق للنشر والتوزيع: عمان، 2002.

78. المشهداني (سعد سلمان)، **مناهج البحث الإعلامي**، دار الكتاب الجامعي: العين، 2017.

79. مكاوي (حسن عماد)، ليلى حسن السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط4، الدار المصرية اللبنانية: مصر، 2003.

80. منصور (حسن عبد الرزاق)، **الحضارة الحديثة والعلاقات الإنسانية في مجتمع الريف**، ط2، فضاءات للنشر والتوزيع: عمان، 2006.

81. مهنا (فريال)، **علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية**، دار الفكر: دمشق، 2006.

82. هارتلي (جون)، بروجيس (جين)، برونز (أكسل)، **الإعلام الجديد والتكنولوجيا**، تر: هدى عمر السباعي، المجموعة العربية للتدريب والنشر: القاهرة، 2018،

83. ويمر (روجر)، دومينيك (جوزيف)، **مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي**، تر: صالح أبو أصبع، فاروق منصور، المنظمة العربية للترجمة: بيروت، 2013.

84. مجموعة من المؤلفين، **وسائل الإعلام والمجتمع**، دار الخلدونية للطباعة والنشر: الجزائر، 2010.

85. يعقوب (عبد الحليم موسى)، **الإعلام الجديد والجريمة الإلكترونية**، الدار العالمية للنشر والتوزيع: القاهرة، 2014.

86. مجموعة من المؤلفين، **الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد**، منشورات جامعة البحرين: البحرين، 2009.

ب-باللغة الأجنبية:

87. Bondu (Jérôme), Garnier (Alain), L'impact Des Reseaux Sociaux, Inter-Ligere, Jamespot: Montreuil, 2009.
88. Breton (Philippe), **le culte de l'internet,une menace pour le lien social?**, la découverte: paris, 2000.
89. Comm (Joel), **twitter power 2.0, John Wiley & Sons**: New Jersey, 2010.
90. Ebersbach (Anja), Glaser(Markus), Richard Heigl, Wiki Web Collaboration, Springer: Germany, 2006.
91. Carla Mooney**, Online Social Networking,** Gale: New york, 2009, p 10**.**
92. KirkPatrick (David), **the face book effect**, Simon & Schuster: New York, 2010.
93. Lister (Martin)and others, **New Media: a critical introduction**, 2rd eddition, Routledge :new york, 2009.
94. Murugan Andarajan, Asokan Andarajan, **E-research collboration theory-technique and challenges**, springer: New york, 2010, p 220.
95. Murugesan (San), **Handbook of Research on Web 2.0, 3.0, and X.0: Technologies, Business, and Social Applications**, Information science reference: New York, 2010.
96. Gunter (Sherry Kinkoph), **Teach Yourself Facebook**, Sams: United States of America, 2010.
97. Kelse (Todd), **Social Networking Spaces_ From Facebook to Twitter and Everything In Between,** apress: New York, 2010.
98. Zaphiris (Panayiotis), Siang Ang Chee, **Social Computing and Virtual Communities**, Taylor & Francis Group: New york, 2010.
99. Lytras (Miltiadis D), Ordóñez de Pablos (Patricia), **Social Web Evolution: Integrating Semantic Applications and Web 2.0 Technologies**, Information science référence: New York, 2009.

2- القواميس والمعاجم:

أ-باللغة العربية:

100. أبو العزم (عبد الغني)، **معجم الغني**، متاح على الموقع:
https://www.almeshkat.net/book/8122، (2017/01/10، 22:00).
101. بينيت (طوني)، غروسبيرغ (لورانس)، موريس (ميغان)، **مفاتيح اصطلاحية جديدة -معجم مصطلحات الثقافة والمجتمع-**، تر: سعيد الغانمي، مركز دراسات الوحدة العربية: بيروت، 2010.
102. حجاب (محمد منير)، **المعجم الإعلامي**، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة، 2004.
103. الفيروز آبادي (مجد الدين محمد بن يعقوب)، **المحيط**، الحديث: القاهرة، 2008.

104. مارشال (جوردون)، موسوعة **علم الاجتماع**، تر: محمد الجوهرى وآخرون، ط2،المجلس الأعلى للثقافة المشروع القومى للترجمة: مصر، 2007.

105. مسعود (جيران)، **الرائد**، ط7، دار العلم للملايين: بيروت، 1992.

106. مصطفى (إبراهيم) وآخرون، **معجم الوسيط**، ط4، مكتبة الشروق الدولية: بيروت، 2004.

ب-باللغة الأجنبية:

107. Danesi (Marcel), dictionary of media and communications, M.E.sharpe: new york, 2009.

3-المجـــلات:

أ- باللغة العربية:

108. أبو صعيليك (ضيف الله عودة)، الزبون (محمد سليم)، **أثر شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن**، مؤتة للبحوث والدراسات: الأردن، المجلد 28، العدد 7، 2013.

109. بدر (أمل نبيل)، **الآثار الثقافية والاجتماعية والنفسية لاستخدام الشباب الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي**، مجلة الحكمة، مؤسسة كنوز الحكمة: الجزائر، العدد 28، 2015.

110. بن الدين (خليل)، **هل يفقد الكائن البشري إنسانيته بسبب تكنولوجيا الاتصال الحديثة**، مجلة الخليج، العدد 81، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، الكويت، 2010، ص 32.

111. بن رمضان (يوسف)، **الاتصال الجديد والديناميات الثقافية في المجمعات المعاصرة** -، ملف العدد: نحن والإعلام الجديد الإشكاليات و الممارسات ، مجلة اتحادات الإذاعات العربية: تونس، عدد: 2011/3، متاح على الموقع: www.accronline.com، (2014/07/15، 09:30).

112. بن سعيد (مراد)، **علم الاجتماع، الشبكات والتعقيد:** نموذج مقترح لتطبيقات نموذج «العالم الصغير» في العلوم الاجتماعية، مجلة إضافات، العددان 31-32، 2015.

113. خضر (نرمين زكريا)، **الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية دراسة على مستخدمي موقع FaceBook**، المنتدى العربي للعلوم الاجتماعية، والإنسانية، 2010، متاح على الرابط: http://socio.montadarabi.com/t3526-topic، (2014/11/22، 11: 14).

114. دبلة (عبد العالي)، عباسي (يزيد)، **مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية**، جامعة الشهيد حمة لخضر: الوادي، العدد 11، جوان 2015.

115. الزبون (محمد سليم)، أبو صعيليك (ضيف الله عودة)، **الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن**، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية: الأردن، المجلد 7، العدد 2، 2014.

116. زكي (وليد رشاد)، **المجتمع الافتراضي ..نحو مقاربة للمفهوم**، مجلة الديمقراطية، العدد 24، 2009.

117. ساري (حلمي خضر)، **تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية–دراسة ميدانية في المجتمع القطري–**، مجلة جامعة دمشق: دمشق، المجلد 24، العدد 1، 2، 2008.

118. سبتي (رشيدة)، **تأثيرات الانترنت على العلاقات الاجتماعية، مجلة الحكمة، مؤسسة كنوز الحكمة**، الجزائر، العدد 25، 2013.

119. الشامي (عبد الرحمان محمد)، **الميديا الاجتماعية من التشتيت إلى التجميع**، مجلة الخليج، العدد 84، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، الكويت، 2011.

120. الشدي (طارق عبد الله)، **منهجية تحليل الشبكات الاجتماعية**، مجلة جامعة الملك سعود: الرياض، م22، 2010.

121. صادق (عباس مصطفى)، **اليوتيوب...من كليبات الفيديو إلى البث المباشر، مجلة الخليج، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج**، العدد 76، جانفي 2009.

122. الصغيري (فريد)، **شبكات التواصل الاجتماعي للشباب والفضاءات الجديدة لصناعة الصورة العنيفة**، مجلة علوم الإنسان والمجتمع: جامعة بسكرة، العدد 12، 2014.

123. الضبع (ماهر عبد العال)، **العلاقات الافتراضية بين الشباب في المجتمع السعودي دراسة في الخصائص والمحددات**، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 37، 2015.

124. عبد الله (رشا)، **مواقع الشبكات الاجتماعية الإلكترونية بين الخصوصية والحرية**، ضمن كتاب الثقافة العربية في ظل وسائط الاتصال الحديثة، تأليف مجموعة من الباحثين، كتاب العربي: الكويت، العدد 81، 2010.

125. عبد العظيم (صالح سليمان)، **الانترنت ولغة حجرات الدردشة –دراسة حالة لاستخدامات اللغة العربية في برنامج " البال توووك" Paltalk ودلالاتها الاجتماعية**، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 12: جامعة البحرين، 2006.

126. العراشي (صابرين مظهر صالح)، **علاقة إدمان الإنترنت بالعلاقات الاجتماعية لدى عينة من طالبات المرحلة الثانوية بمحافظة المجمعة**، المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية: مصر، العدد 5، 2014.

127. العناتي (وليد)، ربابعة (يوسف)، إبراهيم حسين خليل، **اللغة العربية والشَّابِكة دراسة في التواصل الشابكي**، المجلة الأردنية في اللغة العربية وآدابها، الأردن، المجلد، 10، العدد، 2014.

128. العياضي (نصر الدين)، **وسائط جديدة وإشكاليات قديمة: التفكير في أدوات التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية**، مجلة الباحث الإعلامي: بغداد، العدد 22، 2013.

129. عيساني (رحيمة)، **الشبكات الاجتماعية في الوطن العربي: بيئات جديدة للتواصل الاجتماعي**، مجلة الخليج، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج: الكويت، العدد 90، 2012.

130. فوكولتي (رحيم مزيد علي)، **أخلاقيات الإعلام الجديد دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في المواقع الالكترونية العراقية**، مجلة آداب الفراهيدي: جامعة دهوك (العراق)، العدد 18، 2014.

131. الفيصل (عبد الأمير)، **انعكاسات المجتمع الافتراضي وعلاقته بالقيم الاجتماعية لدى طلبة الجمعة**، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد: بغداد (العراق)، العدد 19، 2013.

132. لونيس (باديس)، **الهوية المحلية والهوية الافتراضية في ظل الإعلام الجديد، حدود التلاقي والتلاغي**، مجلة دراسات وأبحاث: جامعة الجلفة، العدد 19، جوان 2015.

133. المجالي (فايز)، **استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية**، مجلة المنارة، المجلد 13، العدد 7، جانفي 2007، ص 180. متاح على الرابط: https://web2.aabu.edu.jo/nara/manar/suportFile/1374.doc، (2016/10/07، 12: 45).

134. محمود (خالد صالح)، **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي،** –تصور مقترح من منظور الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية–، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية: مصر، عدد 33، ج1، 2012.

135. مطاع (بركات)، **الواقع الافتراضي: فرصه ومخاطره وتطوره (دراسة نظرية)**، مجلة جامعة دمشق: سوريا، المجلد 22، العدد الثاني، ، 2006.

136. المهندي (سهير)، **وسائل التواصل الاجتماعي: ايجابيات عديدة تكتنفها مخاطر**، مجلة الخليج، العدد 94، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، الكويت، 2013.

137. نغيمش (هاشم احمد)، **خدمات التواصل وأشكالها في شبكة المعلومات العالمية**، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية: تونس، العدد 1، 2015.

138. يخلف (فايزة)، **الإعلام الجديد وسوسيولوجيا التغيير في العالم العربي**، مجلة شؤون اجتماعية، مكتبة المجلس الوطني الاتحادي، الإمارات العربية المتحدة، العدد 124، 2014.

ب–باللغة الأجنبية:

139. Boyd (Danah), **Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life, In Buckingham, D. (Ed.) Youth, identity, and digital media**, 2007, p09. Site : https://www.danah.org/papers/WhyYouthHeart.pdf, *(12/11/2014, 12 : 05).*

140. Boyd (Danah), B.Elisson (Nicole), **social network sites: definition, history, and sholarship, journal of computer-Mediated communication**, issue 13, 2008. Site: www. onlinelibrary.wiley.comdoi, (13/01/2014,16:19) .

141. Ellison (Nicole B), Steinfield (Charles), Lampe (Cliff) , **The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites,** Journal of Computer-Mediated Communication 12, Volume12, Issue4, July 2007, Site: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x.(12/03/2015, 16: 10).

142. Fox (Jesse), Katie M. Warber, Dana C, **The Role of Facebook in Romantic Relationship Development: An Exploration of Knapp's Relational Stage,** Journal of Social & Personal Relationships, Volume 30, Issue 6, 2013, p08 . Site : http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0265407512468370, (17/02/2017, 10: 50).

4-التقارير:

أ-باللغة العربية:

143. نظرة على الإعلام الاجتماعي في العالم العربي، تقرير معد ضمن برنامج الحوكمة والابتكار كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية: الإمارات العربية المتحدة، 2014.

ب- باللغة الأجنبية:

144. Clavette (larry) **and others, new media and the air force**, p 12, site: www.af.mil/shared/media/document/AFD-090406-036.pdf, (24/02/2017, 19 : 00).

145.KEMP (SIMON), **Digital in 2017: A Global Overview-INTERNET, SOCIAL MEDIA, AND MOBILE DATA FOR 239 COUNTRIES AROUND THE WORLD-, report from We Are Social and Hootsuite**, 2017. Site: www.mikekujawski.ca/wp content/.../2017/.../We-Are-Social-Digital-Yearkbook-2017. (15/11/2017, *18 : 12)*.

5- الرسائل والأطروحات الجامعية:

أ-باللغة العربية:

146. بركات (نوال)، **انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين**-، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قسم العلوم الإنسانية والاجتماعية: جامعة بسكرة، 2016/2015.

147. بعزيز (إبراهيم)، **منتديات المحادثة والدردشة الالكترونية دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع**، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2008/2007.

148. بورحلة (سليمان)، **أثر استخدام الإنترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم**، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2008/2007.

149. بوعلي (نصير)، **أثر البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري**، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2003/2002.

150. بومعيزة (السعيد)، **أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب**، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2006/2005.

151. الشنقيطي (الطيب أحمد عبد الصمد)، **الأساليب التنموية لتنمية القيم الإيمانية لدى الشباب المسلم في ضوء التحديات المعاصرة**، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم التربية الإسلامية والمقارنة: جامعة أم القرى (السعودية)، 2007، متاح على الموقع:
www.4shared.comgetgJYyasLE.2007، 2011/01/27، 17:35.

152. عبديش (صونية)، **الشبكات الاجتماعية على الأنترنيت –دراسة مسحية لمستخدمي الفايسبوك من طلبة جامعات الجزائر العاصمة** (1و2و3) 2014/2013، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية: جامعة الجزائر 3، 2015/2014.

153. قيدوم (حسيبة)، الانترنت **واستعمالاتها في الجزائر –دراسة في العادات والأنماط والاشباعات–**، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2002/2001.

154. لعرج (سمير)، **دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية**، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2007/2006.

155. هارون (مليكة)، **الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال**، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر، 2004.

ب–باللغة الأجنبية:

156. Collée (Laurent)**, Sécurité et vie privée sur les réseaux sociaux, Master en gestion de la sécurité des systèmes d'information**: Faculté de Droit, d'Economie et de Finance: université du Luxembourg, 2009. Site :
www.cases.public.lu/fr/public.lu/fr/publication, (30/05/2013, 17:12).

6– المؤتمرات:

157. الأشرم (رضا إبراهيم محمد)، **التأثير الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي**، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال، السعودية، 2015.

158. أبوزيد (عبد الباقي عبد المنعم)، حلمي أبو الفتوح عمار، **أثر تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات على العلاقات الاجتماعية الإلكترونية ومستقبل المجتمعات والشباب في الألفية الثالثة: دراسة ميدانية**، المؤتمر العلمي العربي الأول: الثقافة الإلكترونية في البيئة العربية: التعليم والبحث العلمي– الصحة الحكومة الإلكترونية: مصر، 20–26 يوليو 2006.

159. بودهان (يامين)، **المواقع التواصلية لشبكة الإنترنت نحو ميلاد بيئة اتصالية افتراضية جديدة،** ورقة مشاركة في الملتقى الوطني الأول حول تأثيرات وسائل الاتصال الجديدة على الأفراد والمجتمعات: جامعة سطيف، 18، 19 أكتوبر 2010.

160. ليلة (علي)، **تأثير "الفيس بوك " على الثقافة السياسية والاجتماعية للشباب،** ورقة مقدمة في مؤتمر "الفايس بوك والشباب"، قضايا المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، القاهرة ، يوليو 2009.

161. نصر (حسني محمد)، **اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة –دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة–**، دراسة مقدمة إلى: مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2015.

7–المواقع الالكترونية:

أ–باللغة العربية:

162. أمين (رضا عبد الواحد)، **النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني،** 2007. متاح على الموقع: https://www.ketab.info/2017/01/pdf-al-nadharyat-al-ilmya-fi-al-iaalam.html (2013/10/17، 13:15).

163. بكار (عمار)، **كيف سيكون حال الإعلام الاجتماعي في 2011؟**، متاح على الموقع: **www.tech-k.com/2017/12/27، (2017/04/05، 14:13).**

164. بوعزة (عامر)، **زمن الفايسبوك،** البوابة العربيّة لعلوم الإعلام والاتصال،ص.ص: 5–6، متاح على الموقع: www.arabmediastudies.net، (2017/12/15، 06:30).

165. بوند (مايكل)، **الصداقة في عالم التكنولوجيا الحديثة،** تر: نيڤين عبد الرؤوف، مجلة نيو ساينتيست، المجلد 222، العدد 2970، 2014. متاح على الموقع: https://book2read.com/en/node/3573، (2017/10/10، 05:30).

166. الزرن (جمال)، **المدونات الإلكترونية و"سلطة التدوين"، البوابة العربيّة لعلوم الإعلام والاتصال،** متاح على الموقع: www.arabmediastudies.net، (2017،11/12/11: 14).

167. جمعة (إيهاب حمدي)، **النظريات المفسرة للتقنية والمجتمع، متاح على الرابط:** http://alexandriamedia.blogspot.com/2014/05/blog-post.html، (2016/11/11، 10:12).

168. الحمامي (الصادق) "**عالمهن المنكشف**" **المدونات العربية النسائية،** البوابة العربيّة لعلوم الإعلام والاتصال، ص 03، متاح على الموقع: www.arabmediastudies.net، (2010/12/11، 56: 14).

169. خليفة (محمود عبد الستار)، **الجيل الثاني من خدمات الإنترنت: مدخل إلى دراسة الويب 2.0 والمكتبات 2.0**، متاح على الموقع: www.journal.cybrarians.info/index.php?، (2015/11/15، 01:10).

170. الديربى (عبدالعال)، **المجتمعات الافتراضية: التعريف.. التطور..الغايات**، متاح على موقع المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني:
http://accronline.com/article_detail.aspx?id=9683 (2016/07/19، 10:29).

171. رابح (الصادق)، **الانترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات**، متاح على الرابط: www.wearealgerians.com/up/do.php?down=3351، (10.2015/12، 12: 10).

172. سليمان (محمد عبد العليم محمد)، **المجتمعات الافتراضية: على خلفية التنظير السوسيولوجي لـ(مابعد الحداثة)، تر: أنور الجمعاوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، قطر، 2015، متاح على الموقع:** http://platform.almanhal.com/Reader/Article/75126

173. الشريفي (عباس عبد مهد)، **توظيف الدراسات السابقة في الرسائل الجامعية –دراسة تحليلية في ضوء معايير علمية–**، المجلة العربية للتربية: تونس، المجلد 29، العدد 1، 2009. متاح على الموقع:https://drive.google.com/file/d/0B8qkQoAd5CX6cUhYV0g2ZXhtSTg/edit،(11/14/ 2015، 11:00).

174. عبده (إبراهيم إسماعيل)،**العلاقات الاجتماعية عبر الإنترنت –دراسة في الفرص الكامنة والمخاطر المستترة–**، 2013، متاح على الموقع: www.asbar.com/ar/contents.aspx،(2015/11/01، 18:00).

175. عزي (عبد الرحمان)، **الانترنت والشباب –بعض الافتراضات القيمية–**، **البوابة** العربية لعلوم الإعلام والاتصال، ص 193، متاح على الموقع: www.arabmediastudies.net، (2013/11/25، 12: 15).

176. عيساني (رحيمة الطيب)، **اللغة العربنجليزية في وسائط الإعلام الجديد أو تهجين اللغة العربية في وسائط الإعلام الجديد**، الانترنت وتطبيقاتها أنموذجا، 7–10 ماي2013: دبي. متاح على الموقع:
http://www.alarabiahconference.org/modules/conference_seminar/index.php?conference_seminar_id=52، (2014/03/12، 17: 50).

177. القدهي (مشعل بن عبدالله)، **المواقع الإباحية على شبكة الإنترنت وأثرها على الفرد والمجتمع،** متاح على الرابط: https://issuu.com/lifeways11/docs/271857446811a7، (2018/01/18، 14:10).

178. لوبر (كلاوس)، **الهوية الرقمية – ثورة للذات؟**، متاح على الرابط: https://www.goethe.de/ins/eg/ar/kul/mag/20640532.html، (2017/12/17، 20:33).

179. مجاهد (أماني جمال)، **استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة**، متاح على الموقع: Informationstudies.Net/Images/Pdf/86.Pdf , (2017/04/05، 11:13).

180. ناجي (عزو محمد عبد القادر)، **تأثير الانترنت على ثقافة الشباب العربي، دراسة أجريت على عينة عشوائية من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 35 عاما، لرصد تأثيرات الإنترنت على مفردات اللغة المتداولة بين الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات وغرف المحادثات.** متاح على الموقع: http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=164474، (2015/03/14، 10: 15).

181. **صور فتيات من مواقع التواصل الاجتماعي إلى مواقع إباحية**، متاح على الرابط: http://janoubia.com/2014/12/08/، (2017/02/10، 01:30).

182. -www.alukah.net/Spotlight/0/38628/#ixzz2xO9BXAdV

183. -www.akhbarak.net/articles/3096635-%D8% (15/03/2016, 10,12)

ب-باللغة الأجنبية:

184. Anderson (Janna Quitney), Rainie (Lee), **The future of social relations,** Pew Research Center's Internet & American Life Project, Washington, 2010, Site : www.pewinternet.org/.../PIP_Future_of_Internet_%202010_social.(04/05/2015, 10:15)

185. CANN (Yves-Marie), **Observatoire des réseaux sociaux,** Site :www.ifop.commediapoll1032-1 study_file.(pdf).(09/12/2015, 12:20)

186. Blagdon (Jeff), **How emoji conquered the world- The story of the smiley face from the man who invented it**-2013, Site: https://www.theverge.com/2013/3/4/3966140/how-emoji-conquered-the-world.

187. Hampton (Keith N) and others, **Social networking sites and our lives,** Pew Research Center's Internet & American Life Project, Washington, 2011, Site : https://www.google.dz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source.(06/11/2014, 10:15)

188. Teixeira (Manuela), **L'émergence de réseaux sociaux sur le Web comme nouveaux outils de marketing,** site: www.michelleblanc.comimagesreseaux-sociaux-marketing.pdf, (12/09/2015, 22: 05).

189. Les internautes, **les réseaux sociaux, leurs usages -Etude réalisée du 02 au 14 octobre 2007 sur un échantillon de 292 internautes-**, Site: www.pblog.moovement.comwp, (09/12/2014, 09:18)

190. Yves-Marie CANN, **Observatoire des réseaux sociaux,** Site : www.ifop.commediapoll1032-1 study_file.(pdf).(09/12/2017, 12:20.) https://www.alexa.com/topsites, (15:00 ،2018/03/09).

191. Porn Stats: Which Country Produces And Hosts The Most Porn?, 2017. Site : https://fightthenewdrug.org/porn-stats-which-country-hosts-most-porn/, (15/12/2017, 18 : 45).

192. Top 10 Countries That Watch The Most Porn. Site : https://postober.com/2015/01/17/top-10-countries-that-watch-the-most-porn, (21/02/2017, 18: 20).

الملاحق

وزارة التعليـم العالي والبحث العلمـي

جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة –03–

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الصحافة

استمارة الاستبيان بعنوان:

دور الشبكات الاجتماعية في مجال العلاقات الاجتماعية

–دراسة مسحية على عينة من مستخدمي الفايسبوك–

إعداد الطالبة

الخامسة رمضان

تحت إشراف

أ,د.ليلى بن لطرش

أخي(تي) الشاب (ة):

هذه الاستمارة خاصة ببحث علمي ميداني، حول موضوع "دور الشبكات الاجتماعية في مجال العلاقات الاجتماعية"، ومن هنا نطلب منك التفضل بالإجابة على أسئلة الاستمارة مع العلم أن هذه المعلومات ستستغل في الجانب العلمي، كما انه لا يطلب ذكر الاسم.

ملاحظة: ضع علامة (X) داخل مربع الإجابة الصحيحة

السنة الدراسية: 2018/2017

-البيانات الشخصية:

-الجنس:

-ذكر ☐ -أنثى ☐

-السن:

- من 18- إلى أقل من 24 ☐
-من 24- إلى أقل من 30 ☐
-من 30-إلى أقل من 35 ☐

-مستوى التعليم:

ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

المحور الأول: طبيعة العلاقات الافتراضية السائدة عند الشباب الجزائري على الفايسبوك

1-هل تستخدم الفايسبوك في التفاعل مع الآخرين؟

-دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

2-ماهي المدة التي تقضيها في تصفح الفايسبوك؟

-أقل من ساعة ☐

-من ساعة إلى ثلاث ☐

-أكثر من ثلاث ساعات ☐

3-ماهي الأسباب التي تدفعك لاستخدام الفايسبوك؟

-الدردشة ☐

-التواصل مع الآخرين من خلال التعليقات ☐

-البحث عن معلومات ☐

-إثبات الذات ☐

-التعبير عن الآراء والاهتمامات ☐

-البحث عن علاقات اجتماعية ☐

-الهروب من الواقع ☐

آخر ☐

اذكره.....

.....

04-هل ترى أن الفايسبوك؟

-ناجح في تكوين علاقات اجتماعية افتراضية حقيقية ☐

-ناجح في تعميق العلاقات الاجتماعية الحقيقية فقط ☐

-مجرد أداة للتسلية والتفريغ ☐

05–هل تتواصل مع كل أصدقائك على الفايسبوك؟

نعم ☐ لا ☐

06–من هم الأشخاص الذين تتفاعل معهم بشكل دائم؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة واحدة)

–الأصدقاء الواقعيون (الأصدقاء، الزملاء والأهل) ☐

–الأصدقاء الافتراضيون ☐

–الأقارب ☐

07–ما هو الأسلوب الذي تفضله للتفاعل مع الآخرين على الفايسبوك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة واحدة)

– الدردشة على الخاص ☐

–صوت فقط ☐

–صوت وصورة ☐

–عن طريق التعليقات ☐

08–هل تتفاعل مع المنشورات بشكل دائم؟

–نعم ☐

–لا ☐

09– ماهي المنشورات التي تتفاعل معها أكثر من غيرها على الفايسبوك؟(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

–الصور الشخصية ☐

–المنشورات الساخرة ☐

–منشورات التسلية ☐

–الإبداعات الشخصية ☐

–المنشورات العاطفية ☐

–آخر ☐

اذكره.....

.....

01–على أي أساس تتفاعل مع منشورات الأصدقاء؟(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

–مجاملة ☐

–اهتمام بالمنشور نفسه ☐

–الاهتمام بصاحب المنشور ☐

–التعبير عن آرائك بحرية ☐

–منشورات الجنس الآخر ☐

11–ما هي اللغة التي تستخدمها في تفاعلك على الفايسبوك؟(يمكن اختيار أكثر من إجابة واحدة)

–العربية ☐

–الأجنبية ☐

–العامية ☐

–العربيزية (كتابة العربية بأحرف فرنسية) ☐

–الرموز الايقونية ☐

–الصور ☐

–المحور الثاني: مساهمة الهوية الافتراضية في إعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية عند الشباب الجزائري

12–في مقارنة بين شخصيتك الواقعية والفايسبوكية، هل ترى؟

–أنهما متطابقتان ☐

–الشخصية الواقعية أكثر مثالية ☐

–الشخصية الافتراضية أكثر مثالية ☐

–نفسها مع صراحة اكبر ☐

–نفسها مع تحفظ أكثر ☐

–آخر ☐

اذكره؟.....

.....

13–ماهي المعلومات الشخصية الحقيقية التي تتيحها على ملفك الشخصي على الفايسبوك؟(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

–الاسم واللقب ☐

–الصورة الشخصية ☐

–العمل ☐

–العمر ☐

–الحالة الاجتماعية ☐

–البلد والإقامة ☐

–رقم الهاتف ☐

–البريد الالكتروني ☐

14-مانوع هويتك على الفايسبوك؟

-اسم حقيقي وصورة وهمية ☐

-اسم وهمي وصورة حقيقية ☐

-اسم حقيقي وصورة حقيقية ☐

-اسم وهمي وصورة وهمية ☐

-اسم دون صورة ☐

-في كل الحالات لماذا؟ .....

.....

15-كم حساب فايسبوك لديك؟

-واحد ☐ - اثنين ☐ -ثلاثة ☐ -أكثر ☐

-إذا كنت تملك أكثر من حساب، ما طبيعة هوياتك على الفايسببوك؟

-حساب حقيقي وباقي الحسابات وهمية ☐

-كل حساباتك وهمية ☐

-كل حساباتك حقيقية ☐

-حسابات ببيانات حقيقية بتحفظ ☐

16-ما طبيعة منشوراتك على الفايسبوك غالبا؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

-صور شخصية ☐

-أفكارك وآراؤك الشخصية ☐

-انجازاتك ☐

-تفاصيل حياتك اليومية ☐

-نقل منشورات تعبر عن تجاربك ☐

-صور تعبر عن حالتك النفسية وانفعالاتك ☐

-آخر ☐

اذكره.....

.....

17-كيف تقيم تفاعل أصدقائك مع منشوراتك؟

-جيد ☐ -حسن ☐ -متوسط ☐ -ضعيف ☐

-في كل الحالات

لماذا؟.....

.....

18-هل تتعامل مع مجتمع الفايسبوك؟

-بصراحة تامة دون حواجز ☐

-بصراحة مع بعض التحفظ ☐

-بتحفظ تام ☐

19- هل تناقش تفاصيل حياتك وخصوصياتك مع أصدقائك على الفايسبوك؟

-نعم ☐ ☐ -لا

-إذا كانت الإجابة بـ"نعم" مع من تناقش خصوصياتك؟

-أصدقاؤك الواقعيون ☐

-أصدقاؤك الافتراضيون المعروفو الهوية ☐

-أصدقاؤك الافتراضيون المجهولو الهوية ☐

-تستخدم هوية مزيفة وتناقش خصوصياتك مع أي صديق يصادفك ☐

-آخر ☐

اذكره.....

.....

20-هل توافق على كل طلبات الصداقة التي تصلك؟

☐ ☐

-نعم -لا

21- ما هي المعايير التي تعتمدها في قبول طلبات الصداقة؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

-المعرفة الشخصية الواقعية ☐

-مكانة الشخص ومهنته ☐

-صورة الشخص ☐

-الاشتراك في الاهتمامات ☐

-توفر بيانات حقيقية على صفحته ☐

-تقبل فقط طلبات الجنس الآخر ☐

-لا توجد أي معايير ☐

-آخر ☐

اذكره؟.....

.....

22-هل تبعث بطلبات صداقة إلى أشخاص غرباء؟

-نعم ☐ ☐ -لا

-إذا كانت الإجابة بـ"نعم" لماذا؟

-للتعرف على أصدقاء جدد ☐

-تبادل الاهتمامات ☐

-للتعرف على ثقافات جديدة ☐

-للتعرف على الجنس الآخر ☐

-زيادة عدد الأصدقاء ☐

-التسلية ☐

-بدافع الفضول ☐

-آخر

اذكره.....

.....

23-هل ترفض التفاعل مع ذوي الهويات الوهمية على الفايسبوك؟

-نعم ☐ ☐ -لا

-إذا كانت الإجابة ب"نعم" لماذا؟

-لتجنب المضايقات ☐

-الخوف من التجسس ☐

-عدم الرغبة في ربط علاقات مع أشخاص يخفون هوياتهم ☐

-آخر ☐

اذكره.....

.....

المحور الثالث: العلاقة بين التفاعل الافتراضي وإعادة تشكيل نمط العلاقات الاجتماعية عند الشباب الجزائري

24-كيف ترى العلاقات الافتراضية عن طريق الفايسبوك؟

-أقوى من الواقعية ☐

-لا فرق بينهما ☐

-العلاقات الافتراضية لاتتسم بالجدية ☐

-امتداد للواقعية ☐

25-هل أثّر استخدامك للفايسبوك على علاقاتك الواقعية؟

-نعم ☐ ☐ -لا

-إذا كانت الإجابة بـ"نعم" ما طبيعة هذا التأثير؟

-ساعد على تقوية علاقاتك الواقعية ☐

-اضعف ارتباط بأصدقائك الواقعيين ☐

-الانفتاح على الآخرين وتكوين صداقات جديدة ☐

-المجتمع الافتراضي جعلك تستغني عن العلاقات الواقعية بشكل شبه كلي ☐

-آخر ☐

اذكره.....

.....

26-هل سبق وأن تحولت أحد علاقاتك الافتراضية إلى علاقة واقعية؟

-نعم ☐ ☐ -لا

-إذا كانت الإجابة بـ"نعم" ماطبيعة هذه العلاقة؟

-صداقة ☐

-علاقة عاطفية ☐

-زواج ☐

27-في رأيك مالذي توفره العلاقات الافتراضية مقارنة بالواقعية؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

-التعامل بمثالية ☐

- التقدير والاحترام ☐

-الاهتمام ☐

-تقديم مساعدات دون مقابل ☐

-مجال للفضفضة عن ضغوط الحياة ☐

-تخطي الاعتبارات الخاصة بالشكل الخارجي ☐

-آخر ☐

اذكره.....

.....

28-هل ترى أن استخدام الفايسبوك يؤثّر على علاقاتك الأسرية؟

-نعم ☐ -لا ☐

-إذا كانت الإجابة بـ"نعم"، ماطبيعة هذا التأثير؟

-ايجابي ☐ -سلبي ☐

29-هل يتواجد أفراد أسرتك كأصدقاء معك على الفايسبوك؟

-نعم ☐ -لا ☐

-إذا كانت الإجابة بـ"نعم" حدد من؟

-احد أفراد الأسرة المصغرة(الأب، الأم، الأخوة، الأخوات، الزوج، الزوجة) ☐

-احد أفراد الأسرة الموسعة (الأعمام والعمات والأخوال والخالات وأبناؤهم) ☐

-الذين يقاربونك بالسن ☐

-آخر ☐

اذكره.....

.....

-إذا كانت الإجابة بـ"لا" لماذا لا يتواجد أفراد أسرتك كأصدقاء معك على الفايسبوك؟

-لكي تنشر ما يناسبك دون إحراج ☐

-لأنه لديك وسائل أخرى للتواصل معهم ☐

-لأنهم لا يملكون حسابات فايسبوك ☐

-لا تريد أن يتعرض أفراد أسرتك لإزعاجات من أصدقائك ☐

-لا ترى في فايسبوك المكان المحترم لوجودهم ☐

-لضعف ارتباطك بهم في الواقع ☐

-آخر ☐

اذكره.....

.....

30-هل ترى أن الفايسبوك يغنيك عن اللقاء الواقعي بالأشخاص؟

-نعم ☐ ☐ -لا

31-في حال مناسبات دينية أو اجتماعية؟

-تكتفي باستخدام الفايسبوك دون التنقل شخصيا ☐

-تستخدم الفايسبوك في حال عجزك عن التنقل ☐

-تستخدم الفايسبوك وتتنقل شخصيا لأنه لا يغني عن اللقاء الشخصي ☐

-استخدم الفايسبوك مع أشخاص دون آخرين ☐

-آخر ☐

اذكره.....

.....

32-هل تهتم بمتابعة منشوراتك وردود أصدقائك عليها؟

-نعم ☐ -لا ☐

-إذا كانت الإجابة بـ"نعم"، ما ردة فعلك على ذلك؟

-تسجّل إعجابك ☐

-تجامل المعلقين وتسأل عن أحوالهم ☐

-تبدي رأيك بكل صراحة ☐

-ترد على ما يناسبك من التعليقات فقط ☐

-آخر ☐

اذكره.....

.....

33-هل سبق وان تعرضت لإزعاج من أصدقائك على الفايسبوك؟

-دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

-في حال وجود إزعاج، حدد نوعه؟

-شتم ☐

-تجسس ☐

-تحرش ☐

-تهديد ☐

-مساومة ☐

-اختراق ☐

-آخر ☐

اذكره.....

.....

-في حال وجود إزعاج، كيف ترد عليه؟

-غلق الدردشة مع الشخص المزعج ☐

-معاتبته على تصرفه ☐

-الرد عليه بنفس الأسلوب ☐

-إلغاء الصداقة ☐

-الحظر ☐

-الإبلاغ ☐

-آخر ☐

اذكره.....

.....

34-هل تتوقع الاستغناء عن استخدام الفايسبوك مستقبلا؟

-نعم ☐ -لا ☐

-إذا كانت الإجابة بـ"لا" لماذا؟

-لأنه سمح لك بالتعبير عن آرائك ☐

-سمح لك بالتواصل مع الجنس الآخر ☐

-لأنه وفر لك حياة اجتماعية ☐

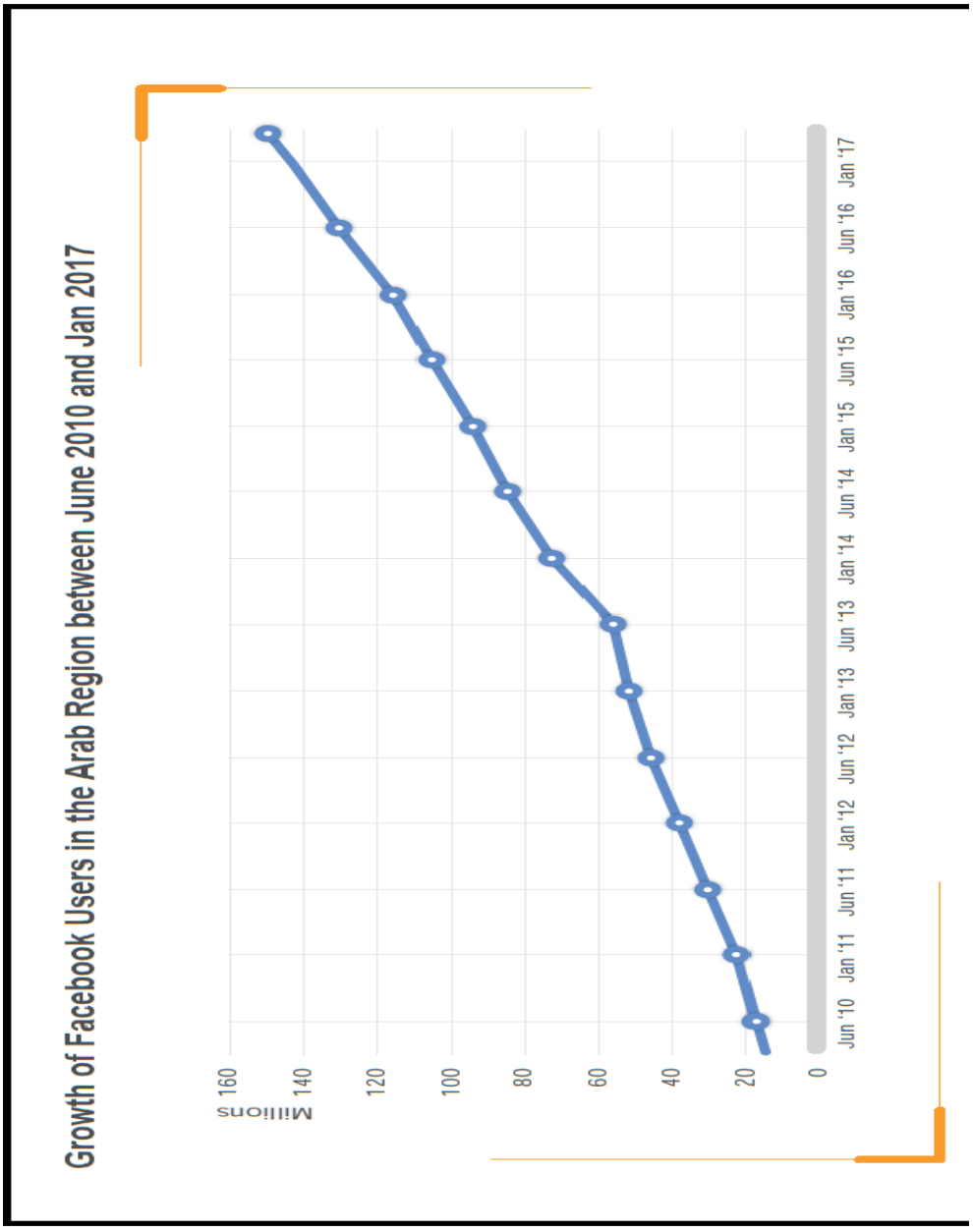
-لأنه ساعدك على تعميق علاقاتك الواقعية ☐

-لأنه ألغى القيود الواقعية في التفاعل مع الآخرين ☐

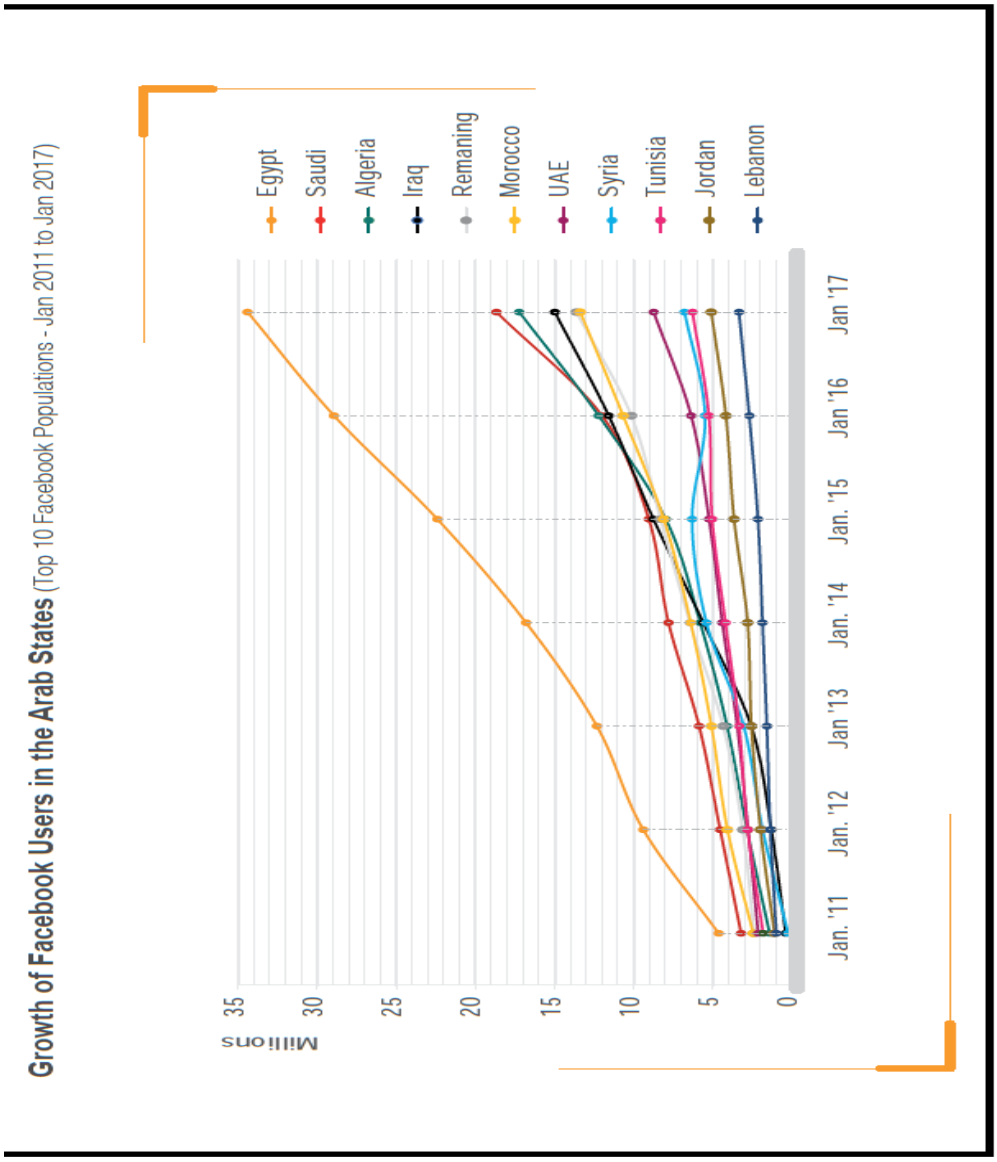
-آخر ☐

اذكره.....

.....



ملحق رقم 02: يوضح نمو مستخدمي فايسبوك في الدول العربية



ملحق رقم 03: يوضح نمو فايسبوك في الدول العربية بين سنتي 2011 و2017