



رسالة مقدّمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال

استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي

— دراسة ميدانية بجامعة محمد الشريف مساعدي سوق اهراس —

التخصص: علوم الإعلام والاتصال

الشعبة: علوم إنسانية

مدير الأطروحة: أ.د. فضيل دليو الرتبة: أستاذ المؤسسة: جامعة صالح بوبنيدر - قسنطينة 3

إعداد: زوبير زرزايحي

أمام اللجنة :

الإسم واللقب	الرتبة	المؤسسة	الصفة
أ.د/ جمال العيفة	أستاذ	جامعة باجي مختار عنابة	رئيسا
أ.د / فضيل دليو	أستاذ	جامعة قسنطينة-3	مشرفا ومقررا
أ.د/ سمير لعرج	أستاذ	جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل	عضوا مناقشا
أ.د/ دليلة غروبة	أستاذ	جامعة باجي مختار عنابة	عضوا مناقشا
د/ نصر الدين بوزيان	أستاذ محاضر-أ-	جامعة قسنطينة-3	عضوا مناقشا

شكر وإهداء

الحمد والشكر لله عز وجل على إتمام هذا العمل .

أهدي ثمرة جهدي إلى روح أبي رحمه الله وأنار قبره، وإلى الوالدة الكريمة أطال الله عمرها وجعل على رأسها تاج الصحة والعافية، راجيا الله أن يرزقها الثبات على طاعته.

أتقدم بجزيل الشكر والعرفان وأرفع مقامات التقدير للأستاذ المشرف على هذه الدراسة الأستاذ الدكتور فضيل دليو على كل نصائحه القيمة ومجهوداته لإنجاح هذا العمل.

ولا يفوتني أن أتقدم بجزيل الشكر والامتنان للسادة أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم قراءة العمل وإبداء ملاحظاتهم وتصويباتهم القيمة.

كما أتقدم بجزيل الشكر إلى زوجتي على وقوفها بجاني وصبرها معي، وإلى ولدي محمد فادي ومارية هند حفظهما الله.

إلى إختوتي جميعا، عبد العزيز، دحمان، أيمن.

إلى جميع الزملاء والزميلات.

أهدي هذا العمل العلمي

روبير زرزايحي

الموضوع	الصفحة
- شكر وإهداء	
- فهرس الموضوعات	
- فهرس الجداول	
- ملخص الدراسة	
- مقدمة	01

الفصل الأول

موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

01: إشكالية الدراسة	05
02: تساؤلات الدراسة	06
03: أهمية الدراسة وأسباب اختيارها	06
04: تحديد مفاهيم الدراسة	07
05: مجالات الدراسة وحدودها	11
06: مجتمع الدراسة	12
07: عينة الدراسة	14
08: منهج الدراسة	17
09: أدوات جمع البيانات	19
10: أدوات التحليل الإحصائي	22
11: الخلفية النظرية للدراسة - المقاربة النظرية -	28
12: الدراسات السابقة	35
1- الدراسات الجزائرية	36
2- الدراسات الأجنبية العربية	47
3- الدراسات الأجنبية غير العربية	56

الفصل الثاني

الإعلام الجديد والمجتمع الافتراضي

تمهيد	65

المبحث الأول: الاعلام الجديد، التطور، السمات والخصائص

- 1- الاعلام الجديد والمفاهيم المشابهة.....66
- 2- خصائص الاعلام الجديد.....68
- 3 - ظواهر الاعلام الجديد.....70
- 4- أنواع الاعلام الجديد.....70
- 5- تحديات الإعلام الجديد.....71
- 6- الاعلام الجديد وتأثيراته على الشباب.....73

المبحث الثاني: المجتمع الافتراضي

- 1- مفهوم المجتمع الافتراضي.....75
- 2- عوامل ظهور المجتمعات الافتراضية وتطورها.....76
- 3- سمات وخصائص المجتمع الافتراضي.....79
- 4- الفضاء الافتراضي في المجتمع الجزائري.....80
- 5- كيفية المشاركة داخل المجتمعات الافتراضية 81
- 6- شباب الإنترنت والمجتمع الافتراضي.....82
- 7- المواطنة الافتراضية.....83
- 8- مظهرات المجتمع الافتراضي وانعكاساته على الهوية الحقيقية.....83
- 85.....خلاصة

الفصل الثالث

مواقع التواصل الاجتماعي

- تمهيد.....88

المبحث الأول: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي، تطورها، وخصائصها

- 1- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي 89
- 2- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي.....90
- 3 - نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي.....92

- 4- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي 104
- 5- تصنيفات مواقع التواصل الاجتماعي 107
- المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي، استخداماتها وأبعادها**
- 1- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي 110
- 2- أبعاد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي 113
- 3- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي 120
- 4- التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي 122
- 5- التأثيرات الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي 125
- خلاصة 127

الفصل الرابع

الشباب الجامعي والانترنت في الجزائر

- تمهيد 129
- المبحث الأول: الانترنت فضاء اتصالي للشباب الجزائري**
- 1- البداية والتطور في المجتمع الجزائري (البنية التحتية) 130
- 2- الإطار القانوني المنظم للانترنت في الجزائر 136
- 3- مزودو خدمة الانترنت في الجزائر 137
- 4- محركات البحث في الجزائر 141
- 5- العراقيل التي تواجه انتشار الانترنت في الجزائر 144
- 6- تفاعل الطالب الجامعي مع تقنيات الإنترنت 146
- 7- الشباب والعلاقات الاجتماعية عبر الانترنت 147
- المبحث الثاني: الشباب، سماته وخصائصه والعلاقة مع مواقع التواصل الاجتماعي**
- 1- مفهوم الشباب 148
- 2- خصائص الشباب الجامعي 149
- 3- حاجيات الشباب الجامعي 152
- 4- علاقة الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي 155

159.....	5- أسباب ودوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي
159.....	خلاصة

الفصل الخامس

تحليل بيانات الدراسة الميدانية وعرض نتائجها

162.....	أولا : تحليل البيانات الشخصية.....
166.....	ثانيا: تحليل بيانات عادات وأنماط استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي.....
203.....	ثالثا: تحليل بيانات دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي.....
238.....	رابعا: تحليل بيانات الاشباكات المحققة من استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي.....
	خامسا: تحليل بيانات تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي بالقضايا
264.....	الوطنية لدى الطالب الجامعي الجزائري.....
275.....	سادسا: عرض ومناقشة نتائج الدراسة:.....
275.....	-نتائج المحور الأول: البيانات الشخصية.....
276.....	-نتائج المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.....
283.....	-نتائج المحور الثالث: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.....
	- نتائج المحور الرابع: الاشباكات المحققة من استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل
289.....	الاجتماعي.....
	-نتائج المحور الخامس: تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي بالقضايا
293.....	الوطنية للطالب الجامعي الجزائري.....
295.....	- نتائج المحور الخاص بالفروقات ذات الدلالة الاحصائية.....
300.....	- الخاتمة.....
303.....	- قائمة المصادر والمراجع.....
	- الملاحق

- فهرس الجداول -

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
162	يوضح جنس أفراد العينة	01
163	يوضح سن أفراد العينة	02
164	يوضح التخصص العلمي لأفراد العينة	03
165	يوضح امتلاك أفراد العينة لحساب على مواقع التواصل الاجتماعي	04
166	يبين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين	05
167	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	06
169	يبين أهم مواقع التواصل الاجتماعي تصفحاً من قبل المبحوثين	07
171	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس وأهم مواقع التواصل الاجتماعي تصفحاً لديهم	08
173	توزيع عينة الدراسة حسب التخصص وأهم مواقع التواصل الاجتماعي تصفحاً لديهم	09
175	يمثل عدد الأيام التي يستخدم فيها أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي	10
176	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس وعدد الأيام التي يستخدمون فيها مواقع التواصل الاجتماعي	11
178	يمثل الأيام المفضلة لدى المبحوثين لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	12
179	توزيع أفراد العينة حسب الجنس والأيام المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	13
181	يمثل أهم فترة زمنية يستخدم فيها المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي	14
182	توزيع أفراد العينة حسب الجنس وأهم فترة زمنية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	15
184	توزيع أفراد العينة حسب التخصص وأهم فترة زمنية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	16
186	يمثل الحجم الساعي الذي يقضيه المبحوثين يومياً في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	17
188	توزيع أفراد العينة حسب الجنس و الحجم الساعي اليومي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	18
190	توزيع أفراد العينة حسب التخصص والحجم الساعي اليومي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	19

191	يمثل المكان الذي يستخدم فيه المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي	20
193	توزيع أفراد العينة حسب الجنس و المكان الذي يتصفحون فيه مواقع التواصل الاجتماعي	21
194	يمثل الكيفية التي يتصفح المبحوثون بها مواقع التواصل الاجتماعي	22
195	توزيع أفراد العينة حسب الجنس و الكيفية التي يتصفح المبحوثون بها مواقع التواصل الاجتماعي	23
197	يمثل نوع الخدمة المفضلة لدى المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	24
198	يمثل نوع الخدمات المفضلة لدى المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	25
200	يوضح عضوية المبحوثين في أي مجموعة لها علاقة بالخدمات المفضلة لديهم	26
201	يوضح نوع مشاركة المبحوث في المجموعة التي لها علاقة بالخدمات المفضلة لديه	27
203	يبين سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين	28
205	توزيع أفراد العينة حسب الجنس و سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	29
207	يوضح تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للمبحوثين	30
209	توزيع أفراد العينة حسب الجنس و تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي	31
211	توزيع أفراد العينة حسب التخصص و تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي	32
213	يوضح الزيادة في التحصيل العلمي والثقافي للمبحوثين	33
214	يوضح مدى الزيادة في التحصيل العلمي والثقافي للمبحوثين	34
215	يوضح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الدراسات الجامعية لدى المبحوثين	35
217	توزيع أفراد العينة حسب التخصص و غرض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الدراسات الجامعية	36
219	يوضح كيفية تفاعل المبحوثين مع المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي	37
221	توزيع أفراد العينة حسب الجنس و كيفية تفاعل المبحوثين مع المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي	38
222	يوضح دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ترتيبيا	39

224	يوضح القضايا والموضوعات التي يحرص المبحوثون على متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي	40
227	يبين مدى تغير مواقف وأفكار المبحوثين حيال قضايا ناقشوها عبر مواقع التواصل الاجتماعي	41
228	توزيع أفراد العينة حسب الجنس و مدى تغير مواقف وأفكار المبحوثين حيال قضايا نوقشت عبر مواقع التواصل الاجتماعي	42
229	يبين كيف تتغير مواقف وأفكار المبحوثين حيال قضايا ناقشها عبر مواقع التواصل الاجتماعي	43
230	يوضح تقييم المبحوثين لمستوى تفاعلهم مع الموضوعات المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	44
231	توزيع أفراد العينة حسب الجنس و تقييم المبحوثين لمستوى تفاعلهم مع الموضوعات المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	45
233	يبين رأي المبحوثين في أن مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مساعد على تطور المجتمع	46
234	توزيع أفراد العينة حسب الجنس و رأي المبحوثين في أن مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مساعد على تطور المجتمع	47
236	يبين الأسباب التي تجعل مواقع التواصل الاجتماعي فضاء غير مساعد على تطور المجتمع	48
238	يبين اشباكات البيئة المجتمعية المحققة لدى المبحوثين من تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	49
240	توزيع أفراد العينة حسب الجنس و اشباكات البيئة المجتمعية المحققة لديهم	50
242	يبين الاشباكات المحققة لدى المبحوثين من مشاركة الرأي مع الآخرين	51
244	توزيع أفراد العينة حسب الجنس و إشباكات المشاركة في الرأي مع الآخرين	52
246	يبين الاشباكات المحققة لدى المبحوثين من التفاعل الاجتماعي	53
248	توزيع أفراد العينة حسب الجنس و إشباكات التفاعل الاجتماعي	54
250	يبين اشباكات التسلية المحققة لدى المبحوثين	55
251	توزيع أفراد العينة حسب الجنس و اشباكات التسلية المحققة لديهم	56
253	يبين الاشباكات المعرفية المحققة لدى المبحوثين	57
255	يبين الاشباكات السلوكية المحققة لدى المبحوثين	58

257	توزيع أفراد العينة حسب التخصص و الاشباكات السلوكية المحققة لديهم	59
260	يبن الاشباكات الوجدانية المحققة لدى المبحوثين	60
262	توزيع أفراد العينة حسب الجنس و الاشباكات الوجدانية المحققة	61
264	يوضح تأثير محتويات مواقع التواصل الاجتماعي على شخصية المبحوثين	62
265	توزيع أفراد العينة حسب الجنس و تأثير محتويات مواقع التواصل الاجتماعي على شخصية المبحوثين	63
267	يبن مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المبحوثين بقضايا ومواضيع وطنية	64
268	توزيع أفراد العينة حسب الجنس و مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المبحوثين بقضايا ومواضيع وطنية	65
269	يبن كيف ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المبحوثين بقضايا ومواضيع وطنية	66
271	توزيع أفراد العينة حسب الجنس و كيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المبحوثين بقضايا ومواضيع وطنية	67

ملخص الدراسة:

تتناول هذه الدراسة الوصفية موضوع استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بهدف الكشف عن عادات وأنماط ودوافع وآثار استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر والاشباعات المحققة من ذلك.

ولبلوغ أهدافها، استخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة على عدد من طلبة جامعة سوق أهراس، وأداتين لجمع البيانات تمثلتا في الملاحظة والاستبيان، مع تبني مقاربة نظرية هي الاستخدامات والاشباعات.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: التفاوت في الإقبال على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع غلبة الاستخدام لموقع فايس بوك، ثم اليوتيوب يليه الانستغرام والتويتر... ولمدة عادة ما تتجاوز ثلاث ساعات. استخدامهم "الدردشة" أكثر مقارنة مع الخدمات الاتصالية الأخرى. وجود شبه إجماع من طرف الباحثين، على أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي كان له الأثر الإيجابي في زيادة تحصيلهم العلمي والثقافي وفي بلورة وعيهم بالقضايا والمواضيع ذات البعد الوطني، مع تحقيقهم جملة من الاشباعات المعرفية والترفيهية والوجدانية.

وعلى العموم تبدو نتائج الدراسة مؤكدة لما توصلت إليه معظم الدراسات السابقة في هذا المجال.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، شبكة الانترنت، الطلبة الجامعيون، الاستخدامات والاشباعات.

Résumé :

Cette étude descriptive aborde la question de l'utilisation des sites de réseautage social par les étudiants universitaires afin de mettre en évidence les habitudes, les modes, les motivations et les effets de l'utilisation des sites de réseautage social en Algérie et les bénéfices tirés de cette utilisation.

Afin d'atteindre ses objectifs, l'étude s'appuie sur la méthode d'enquête par sondage appliquée sur un échantillon composé d'un nombre d'étudiants de l'Université de Souk-Ahras. Deux types d'outils ont été utilisés pour collecter les données: l'observation et le questionnaire, en plus d'une approche théorique consistant en «usages et gratification».

L'étude a atteint un certain nombre de résultats, dont les plus importants sont:

- Il y a une variation dans la demande d'accès aux sites de réseautage social avec la prédominance de l'utilisation de Facebook, puis de YouTube, suivi d'Instagram et de Twitter, pendant plus de trois heures par jour;
- Les services de «chat» sont plus utilisés que les autres services de réseautage;
- Les répondants sont presque unanimes à dire que leur utilisation des sites de réseautage social a eu un effet positif sur l'augmentation de leur réussite académique et culturelle; et contribué à cristalliser la prise de conscience des problèmes et des sujets de dimension nationale parmi eux; tout en réalisant un ensemble de gratifications cognitives, récréatives et émotionnelles.

Dans l'ensemble, les résultats de l'étude semblent confirmer les conclusions de la plupart des études antérieures dans ce domaine.

Mots clés: Sites de réseautage social, technologies modernes de l'information et de la communication, Internet, étudiants universitaires, usages et gratifications.

Abstract:

This descriptive study deals with the issue of university students' use of social media in order to highlight the habits, patterns, motivations and effects of the use of social media sites in Algeria and the benefits derived from this use.

In order to achieve its objectives, the study is based on the sample survey method applied on a sample consisting of a number of students of the University of Souk-Ahras. Two types of tools were used for collecting data: observation and questionnaire, in addition to a theoretical approach consisting in the one of "uses and gratification".

The study reached a number of results, the most important of which are:

- There is a variation in turnout on using social media sites with the predominance of use of Facebook, then YouTube, followed by Instagram and Twitter, for more than three hours per day;
- The "chat" services is more used than other networking services;
- There is almost unanimity among the respondents that their use of social media has had a positive effect on increasing their educational and cultural achievement; and contributed to crystallizing awareness of issues and topics of national dimension among them; while achieving a set of cognitive, recreational and emotional gratifications.

All in all, the results of the study appear to confirm the findings of most previous studies in this area.

Key words: Social Media Sites, Modern Information and Communication Technologies, the Internet, University Students, Uses and Gratifications.

مقدمة

مقدمة:

نعيش اليوم عصر الثورة التكنولوجية الحديثة أو ما يعرف بثورة المعلومات، والذي أصبح قطاع التكنولوجيات الحديثة في الإعلام والاتصال، هو القطاع المسيطر في الألفية الثالثة، عن طريق الحضور شبه المطلق لتكنولوجيا الكمبيوتر والوسائط المتعددة، التي تعد لغة إعلامية حديثة تنتشر بسرعة وتقدم نوعا جديدا من الاتصال التفاعلي، وهو الاتصال الإلكتروني الذي أسس نحو ظهور مفهوم المجتمع الافتراضي.

وتعتبر شبكة الانترنت، الوسيط الإلكتروني الذي استخدم لهذه المهمة، إذ شكل الاعلام الجديد والمواقع الاجتماعية، منظومة من الشبكات الالكترونية تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات.

ومع التطورات التكنولوجية المتسارعة، ظهر ما يسمى بالإعلام الجديد ومنه مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت وحظيت بانتشار كبير على الصعيد العالمي، بل باتت بعض مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع استخداما في العالم، وقد كسرت هذه المواقع القيود والحدود الجغرافية وعملت على تقارب الأفكار والأخبار، ونمت العلاقات بين الناس على اختلاف ثقافتهم ولغاتهم وبيئاتهم، ليصبح الاتصال السريع محركا أساسيا وقويا بين الناشطين بعضهم ببعض.

وفي ظل انتشار هذه التكنولوجيات الاتصالية، أصبح من المهم البحث في الاستخدامات والإشباعات المتعلقة بالأساليب الاتصالية المستخدمة عبر الشبكة، ومنها مواقع التواصل الاجتماعي كمظهر منتشر بشكل واسع، وما يحتويه من خصائص استثنائية، تمنح للمتلقي حيزا كبيرا للتفاعل مع محتواها والمشاركة في صنعه.

وبذلك زاد إقبال أفراد المجتمع على التعامل مع هذه الشبكات الاجتماعية من مختلف الفئات العمرية، إذ وفرت هذه المواقع ميزات من حيث التكلفة وسرعة التدفق والوصول إلى المستقبل بسهولة، وأوجدت حيزا كبيرا من التفاعلية، وبذلك أصبحت لها ميزات عدة كالانتشار وتوفير المعلومات والأخبار والتسلية، كما أضحت أداة تعليمية مهمة.

ولا تعتبر فئة الشباب الجامعي في الجزائر، على غرار فئات شباب العالم بمعزل على ما حققته هذه المواقع من انتشار وشهرة، حيث باتت أرقام مستخدميها تتزايد يوما بعد يوم بشكل يثير الانتباه، وفئة الطلبة من أبرز المستخدمين لهذه المواقع لما توفره لهم من طرق يستطيعون من خلالها الوصول لغاياتهم وتلبية حاجياتهم المختلفة، فقد تحولت شبكات التواصل الاجتماعي إلى فضاء مناسب يمارس فيه الطلبة نشاطاتهم، من خلال

التواصل مع المجموعات والصفحات المختلفة، وهو ما زاد في استقطاب فئات عريضة من الشباب الجامعي الذي وجد حرية أكثر في التعبير والتعليق والنشر.

ومن هذا المنطلق، تأتي هذه الدراسة التي تهدف إلى محاولة الكشف عن سلوك الشباب الجامعي الجزائري المرتبط بهذه المواقع والمتمثلة في جانب الاستخدام، وما تقتضيه هذه الدراسة من النزول إلى واقع الأفراد المستخدمين من فئة الطلبة لأجل معرفة استخداماتهم ورغباتهم وميولاتهم، حيث أن انتشار هذه المواقع والإقبال على استعمالها بشغف من قبل فئة الطلبة، وتعودهم على هذا السلوك الاتصالي الجديد، جعل من الأهمية إجراء دراسة علمية نحاول الوقوف فيها على عادات وأنماط استعمال شبكات التواصل الاجتماعي، وكذا الدوافع والحاجات التي يسعى الشباب الجامعي الجزائري إلى إشباعها من وراء هذا الاستخدام، من خلال التعرف على خصائص مستخدمي هذه المواقع، وفهم سلوك الاستخدام وأشكاله وأنماطه، ثم الوصول إلى الإشباعات المختلفة التي تتحقق لهم بفعل هذا السلوك الاتصالي.

وقصد الإحاطة بالموضوع قسمنا هذه الدراسة إلى خمسة فصول :

حيث تناول الفصل الأول موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية، إذ قمنا في هذا الجانب بتحديد إشكالية الدراسة وضبط المشكلة البحثية وتساؤلاتها، إلى جانب مفاهيم الدراسة وأهميتها وأهدافها وأسباب اختيارها، وكذا عرض الدراسات السابقة ومناقشتها، إضافة إلى عرض الأدوات المنهجية المتبعة في هذه الدراسة، وكان مدخل الاستخدامات والإشباعات السند العلمي الذي اعتمدنا عليه في دراستنا، باعتباره من أهم المداخل النظرية في مجال الدراسات الإعلامية الحديثة، على أساس أنها تحاول فهم واستكشاف كيف ولماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام؟ وما دوافع تعرضهم لها أو التفاعل معها؟ والإشباعات التي يحققونها منها؟

كما يهتم مدخل الاستخدامات والإشباعات بالسمات الاجتماعية والفردية وعلاقتها بالرضا والإشباع، والأنماط والدوافع والحاجات الفردية.

وخصص الفصل الثاني للإعلام الجديد والمجتمعات الافتراضية حيث قسم إلى مبحثين، الأول عن الاعلام الجديد، نشأته وتطوره، خصائصه، أنواعه، وتأثيراته على الشباب، كما تطرقنا في المبحث الثاني للمجتمع الافتراضي، عوامل ظهور المجتمعات الافتراضية وتطورها، سماتها وخصائصها، الفضاء الافتراضي في المجتمع الجزائري وكيفية المشاركة فيه، ثم شباب الانترنت والمجتمع الافتراضي.

أما الفصل الثالث كان لمواقع التواصل الاجتماعي حيث قسم لمبحثين، الأول تناولنا فيه نشأتها، تطورها، خصائصها وأنواعها، والمبحث الثاني خصصناه لاستخداماتها وأبعادها وأهمية مواقع التواصل الاجتماعي مع ذكر تأثيراتها الايجابية والسلبية.

أما الفصل الرابع، فخصصناه للشباب الجامعي والانترنت في الجزائر، هو الآخر قسم لمبحثين، الأول تناولنا فيه سمات الشباب وخصائصهم، وحاجياتهم وعلاقتهم بمواقع التواصل الاجتماعي، مع ذكر أسباب ودوافع استخدام الشباب الجامعي لتلك الشبكات.

أما الفصل الأخير، تناولنا فيه الدراسة الميدانية وذلك بعرض وتحليل البيانات الجدولية إحصائيا، وصياغة نتائج الدراسة ومناقشتها وفق محاور استمارة البحث، التي تضمنت في محورها الأول بيانات أولية عن الأفراد المبحوثين، والمحور الثاني عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي، والمحور الثالث كان عن دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي، والمحور الرابع شمل الاشباكات المحققة من استخدامهم لها، فيما تناولنا في المحور الخامس تأثيرات استخدامها على وعيهم بقضايا وطنية تخصهم.

حيث اعتمدنا على مقاييس التحليل الإحصائي لدراسة العلاقة بين متغير الجنس و التخصص العلمي واستخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك باستخدام مقاييس الارتباط والتوافق والدلالة الإحصائية، لإعطاء مصداقية أكثر لنتائج الدراسة، وذلك من خلال تحديد العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة، وأهم الفوارق والاختلافات من ناحية الاستخدامات والاشباكات لدى الطلبة الجامعيين.

الفصل الأول

موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

- 01: إشكالية الدراسة
- 02: تساؤلات الدراسة
- 03: أهمية الدراسة وأسباب اختيارها
- 04: تحديد مفاهيم الدراسة
- 05: مجالات الدراسة وحدودها
- 06: مجتمع الدراسة
- 07: عينة الدراسة
- 08: منهج الدراسة
- 09: أدوات جمع البيانات
- 10: أدوات التحليل الإحصائي
- 11: الخلفية النظرية للدراسة - المقاربة النظرية -
- 12: الدراسات السابقة:
 - 1- الدراسات الجزائرية
 - 2- الدراسات الأجنبية العربية
 - 3- الدراسات الأجنبية غير العربية

1- إشكالية الدراسة :

مع انتشار التقنيات الحديثة للاتصال، وتزايد تطبيقاتها على شبكة الانترنت، بدأت تظهر أشكال جديدة للاتصال في ظل الثورة التكنولوجية الحديثة للإعلام والاتصال، كما بدأت تتغير معالم صناعة المضامين الإعلامية من حيث المساهمين فيها أو الوسائل التي يتم الاعتماد عليها في توصيل هذه المضامين، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت رافدا أساسيا للحصول على المعلومات وتبادلها بين شرائح مختلفة من المجتمع، وقد شهدت فئة الشباب الجامعي في العالم بشكل عام والجزائر على وجه الخصوص، مراحل التطور الكبير في مجال الاتصالات عبر شبكة الانترنت، حيث تعدى استخدامها من الخاص إلى العام وفق ما أنتجته الثورة الرقمية في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال، حيث أضحت مجالا رحبا للتعبير والتواصل لدى شريحة الشباب ومنهم طلبة الجامعات.

إن دراسة الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي في مجتمعنا بالذات، أضحت ضرورة تملحها الأرقام المتزايدة لمستخدمي هذه الشبكات، حيث يتزايد عدد مستخدميها من يوم لآخر، وبخاصة منهم فئة الشباب الذين وجدوا في جدران هذه المواقع، مساحات افتراضية هامة للتعبير عن آرائهم وتحقيق حاجاتهم، وتشكيل فضاءات للتعارف والصدقة من خلال إنشاء صفحات خاصة بهم، أو إنشاء مجموعات لمناقشة مواضيع معينة تخصهم.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي (كالفيس بوك واليوتيوب والتويتر...) وسائل حيوية للفئات المتعلمة في الجزائر، وبخاصة طلبة الجامعات للتعبير عن ذواتهم ومواقفهم وسلوكياتهم تجاه القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وغيرها السائدة في الوطن أو خارجه عبر فترات زمنية مختلفة. وتشكل العملية التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت فضاء اتصاليا جديدا، ينظر من خلاله إلى مختلف الأحداث والوقائع بآنية وحدائية، بعيدا عن القوالب الصحفية المألوفة لدى وسائل الاتصال الجماهيرية سابقا.

وتتنوع المضامين الالكترونية لهذه المواقع بتنوع روافدها ودوافع إنشائها وحتى توجهات وأفكار مؤسسيها، بالنظر إلى المعطيات الكثيرة التي تتحكم في إفراز محتويات ومضامين معينة (تعليمية، تثقيفية، ترفيهية...الخ). وقد عرفت ظاهرة التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي تنام كبير في الآونة الأخيرة، تكريسا لمبدأ المشاركة والتفاعلية، التي هي سمة بارزة في الإعلام الجديد المفتوح للمواطن، وتشكل مواقع التواصل الاجتماعي منابر هامة للدراسة والتحليل، خاصة وأن دراستنا تستهدف الطلبة الجامعيين في الجزائر واستخدامهم لهذه المواقع وما تقدمه لهم من إمكانيات معلوماتية جديدة، تساعد في تدعيم الإطار المعرفي الذي يمتلكونه، زيادة على ما قد يكتسبونه من سلوكيات جديدة جراء ذلك الاستخدام.

وتتمثل مشكلة هذه الدراسة، في أن عدد كبير من الشباب الجامعي الجزائري، ممثل في طلبة جامعة محمد الشريف مساعدية بسوق اهراس، وهي فئة نوعية من فئات المجتمع، يقضون أوقاتا مهمة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي عموما، مما يستدعي التعرف على عادات وأنماط استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع استخدامهم لها، وما تحققة لهم من اشباعات وحاجيات معرفية، وجدانية، واجتماعية وغيرها والأثر الذي تركته على وعيهم بقضايا وطنية تخصهم على وجه التحديد، محولين الإجابة على تساؤل رئيس هو:

- ماهي استخدامات طلبة الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي وما الإشباعات المحققة لديهم ؟

وتتفرع عن هذا التساؤل، تساؤلات تفصيلية تحدد معالم هذه الدراسة في شقها الميداني وهي:

- ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين في الجزائر لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

- ماهي أسباب ودوافع استخدام الطلبة الجامعيين في الجزائر لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

- ماهي الاشباعات المحققة لدى الطلبة الجامعيين من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

- ما تأثيرات هذا الاستخدام على الوعي بالقضايا الوطنية لدى الطالب الجامعي الجزائري ؟

- هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين تعزى

لمتغير الجنس والتخصص العلمي ؟

3- أهمية الدراسة وأسباب اختيارها :

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أدوات تعبير جديدة لها دور فعال في المشاركة الاجتماعية، لما تتيحه من حرية كبيرة للتعبير والتفاعلية بين الأفراد والمجتمعات.

وجاء اختيارنا لهذا الموضوع بناء على:

الأهمية البالغة التي يكتسبها موضوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف فئة الشباب عامة والطلبة الجامعيين على وجه الخصوص في الجزائر.

الرغبة الذاتية والاهتمام بمثل هذه المواضيع ومحاولة الإحاطة بعالم تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة وما أتاحته شبكة الانترنت من خدمات اتصالية عبر مواقع تفاعلية في عالم جديد.

ضرورة القيام بدراسات وأبحاث تواكب التطورات العلمية في مجال تخصصنا، وإثراء المكتبة الجامعية بالدراسات الجادة والجديدة ليستفيد منها باحثين آخرون.

وتكمن أهمية موضوع دراستنا حسب اعتقادنا، في زيادة أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في حد ذاتها كوسيلة جديدة في عملية التواصل والتفاعل بين أفراد المجتمع، وما تمتاز به من خصوصيات اتصالية، إضافة إلى تزايد أعداد مستخدمي هذه المواقع من يوم إلى آخر في عصرنا الحالي.

كما أن هناك أهمية نظرية في دراسة هذا الموضوع، نظرا لقلّة الدراسات التي تتعلق بدوافع استخدام الطلبة الجزائريين لمثل هذه المواقع والاشباعات المتحققة لديهم من هذا الاستخدام و الظواهر الجديدة التي أنتجتها خاصية التفاعلية مع هذه المواقع، وكذلك قلّة الدراسات التي تناولت استخدام الجمهور من الشباب والطلبة على وجه الخصوص لتلك المواقع، وكثافة استخدامهم لها في الحصول على المعلومات، على الرغم من أهمية هذه المواقع كوسائل فعالة في الوصول إلى الشباب من مستخدمي الإنترنت والذين يتزايد عددهم باستمرار.

ونسعى من خلال هذه الدراسة إلى إبراز موقع تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة في حياة المجتمعات المعاصرة في إطار التراث الفكري والمعرفي " ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ وماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ وتقديم رؤية واضحة لموضوع الإعلام الجديد في الجزائر في ظل الثورة التكنولوجية في ميدان الإعلام والاتصال.

كما يسعى مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى تحقيق الأهداف التالية:

- اكتشاف كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال.
- تفسير دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- تأكيد نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف الفهم الأعمق لعملية الاتصال الجماهيري.
- التعرف على دور المتغيرات السوسيوديمغرافية وتأثيرها في استخدامات أفراد الجمهور لوسائل الإعلام والإشباعات المحققة لديهم من تلك الوسائل.

4- تحديد المفاهيم:

"إن تحديد المفاهيم والمصطلحات في أي بحث يساعد الباحث على توضيح معانيها وإزالة الغموض حولها، وذلك لا يتم بطريقة عفوية أو اعتباطية عشوائية بل يتم ذلك وفق منطق علمي أو وحدة منهجية ملائمة".¹

1-**الاستخدام:** لغة: الاستخدام مأخوذ من استخدم الرجل غيره استخدمه استخداما فهو مستخدم، والآخر مستخدم أي اتخذه خادما، طلب منه أن يخدمه. استخدم الإنسان الآلة أو السيارة استعملها لخدمة نفسه.²

اصطلاحا: هو استعمال شيء ما، أداة أم وسيلة أو عدة أشياء، واستغلالها لتلبية حاجات معينة لدى الأفراد في حياتهم.

¹ - فضيل دليو: أسس البحث وتقنياته في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، الجزائر، 1999م، ص 90.

² - عصام نور الدين: معجم نور الدين الوسيط، عربي عربي، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005، ص 102.

"ويبدو الاستخدام من النظرة العامة مفهوما واضحا بسيط المعنى غير ذي حاجة إلى جهد أو نشاط يتوخى ضبطه، غير أن أية محاولة تستهدف ضبط المعاني، والدلالات النظرية والتطبيقية له تصطدم بمفهوم ومعنى غامض، ومتنوع يحمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي و ما هو تقني داخل تركيبة هذا الهجين الاتصالي الانترناتي في حد ذاته، فالغموض الذي يحيط باللفظ مرده إلى استعماله في تعيين وتقرير وتحليل مجموعة من السلوكات والمظاهر المرتبطة بتكنولوجيا الاتصال".¹

فمصطلح الاستخدام لم يعد له ذلك المعنى الكلاسيكي مع شبكة الانترنت حيث أضحى له معان: الانتقال من نماذج تقليدية طبعت عمليات الاتصال الجماهيري إلى نموذج مختلف يركز على تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة التي خرقت شروط الاتصال الجماهيري لتبديله بنمط قائم على التفاعلية والبنية Interactivity كأساس للعلاقة القائمة على التفاعلية، وعلى الشبكية Net working كخاصية أساسية أيضا لنشر وتوزيع المحتوى والتواصل الجغرافي.

فالتفاعلية أضافت ثراء و تعقيدا بما يسمح بتصميم وسائل التجوال بفاعلية بين آلاف الصور، والفيديو والنصوص والصوت في تآلف كمصدر واحد للمعلومات.²

الاندماج والاحتواء: فيما بين مختلف الوسائط الاتصالية التقليدية السابقة (المكتوبة، المسموعة، المرئية والشفهية)، لتشكل مجتمعة وسيط اتصالي هجين، الذي يضيف إليها تقنيات وبني خاصة تضفي عليه طابع التفرد والخصوصية، هذا الاندماج يجعل استخدام هذا الوسيط بمثابة استخدام الوسيلة من وسائل أي واحد من كثير.

إجرائيا: نقصد بمصطلح الاستخدام في هذه الدراسة، كيفية تعامل الطلبة الجامعيين بجامعة محمد الشريف مساعدية بسوق اهراس مع مواقع التواصل الاجتماعي (الفاييس بوك، التويتر و اليوتيوب) من خلال عادات وأنماط التواصل عبر هذه المواقع.

2-الاشباع:

الإشباع هو "إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع، وتدل الكلمة أيضا على الحال الذي يتم فيه ذلك، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي، خفض التنبيه والتخلص من التوتر، فالتراكم والتنبيه يولد

¹ - أحمد عبدلي: مستخدمو الانترنت، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الدعوة والإعلام، جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة، 2002-2003، ص 06.

² - محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، ط1، عالم الكتب، القاهرة، سنة 2007، ص 63.

إحساساً بالألم، ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض التنبيه كأنه لذة".¹

إجرائياً: نقصد بمصطلح الاشباع في هذه الدراسة، الحاجات والرغبات المعرفية والسلوكية والوجدانية التي يريد الطلبة الجامعيون تحقيقها من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

3- الطالب الجامعي:

هو الشخص المسجل في مؤسسة من مؤسسات التعليم العالي و البحث العلمي، ويتابع دراسته فيها بصفة رسمية، ويقضي فيها مرحلة تعليمية تمتد من ثلاثة إلى ثمانية سنوات دراسية وذلك بعد حصوله على البكالوريا أو ما يعادلها، ولم يتم تخرجه بعد.

ويقصد بطلبة الجامعة - في الدراسة التي نحن بصدد إنجازها- الطلبة والطالبات المسجلين رسمياً ويتابعون دراستهم بجامعة محمد الشريف مساعدية سوق اهراس، وهي مؤسسة تعليم عالي تحت وصاية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الجزائر.

4- مواقع التواصل الاجتماعي:

الموقع لغة: هو مكان الوقوع جمع مواقع و مواقع القتال : مواضع و مواقع القطر: مساقطه.²

التواصل لغة: بالرجوع إلى مادة وصل فان الواو و الصاد و اللام : أصل واحد يدل على ضم شيء حتى وصل يصل وصلا وصلة وصل الشيء بالشيء: التام به و إليه: بلغ و انتهى و من هذه المعاني نجد أن التواصل في معناه اللغوي يدل على الاقتران و الاتصال و الإبلاغ و كذا الإعلام.³

الاجتماعي لغة: اجتمع يجتمع اجتماعا معناه: انضم و تألف.⁴

مواقع التواصل الاجتماعي باللغة الإنجليزية يطلق عليها (Social Media) والتي لو ترجمت حرفياً تعني الوسائط الاجتماعية، مع العلم أن الوسائط ليست الكلمة الدقيقة لوصف نوعية التفاعل (لا بالعربية ولا بالإنجليزية) لكن هذا هو المصطلح المتعارف عليه، كما نجد مصطلح آخر (Networkin Social) أي الترابط الشبكي الاجتماعي وهو أكثر دقة، ومن حسن الحظ أن المصطلح العربي "المواقع الاجتماعية" أو "التواصل الاجتماعي" أدق من ناحية الوصف.

¹ - محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر، مصر، 2004، ص 4874

² - جبران مسعود: الرائد معجم ألفبائي في اللغة و الإعلام ، دار النشر للملايين، ط3، 2005، ص 212.

³ - المرجع السابق، ص 58.

⁴ - أحمد زكي بدوي، صديقة يوسف محمود: المعجم العربي الميسر، دار الكتاب اللبناني، دار الكتاب المصري، ص 7.

ماذا نعني بمصطلح التواصل الاجتماعي؟ بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء، أو كل ما سبق) عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع. فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط، بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات عن من في نطاق شبكتك. وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الإنترنت.¹

ويعرفها "بويد وإليسون" Boyd and Ellison بأنها "مواقع تتشكل من خلال الإنترنت، تسمح للأفراد بإنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الإنترنت".²

وتعرف أيضا بأنها "مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة... إلخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض".³

و من أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حاليا فيس بوك و ماي سبيس و تويتر و لايف بوون و هاي فايف و أوركت واليوتيوب.

إجرائيا: المقصود بمواقع التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة مجموعة الشبكات العالمية المتاحة على الإنترنت، والتي تتميز بالتفاعلية وتتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون ومن أي مكان يريدون، ويستخدمها الشباب الجامعي الجزائري في حياته اليومية، حيث تتيح له الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين عبر صفحات ومجموعات معينة، يتبادلون من خلالها المعلومات والمعارف والأخبار وغيرها بما يلي لهم حاجيات معرفية وسلوكية ووجدانية.

-شبكة الانترنت: لغة: كلمة (Internet) الإنجليزية الأصل مأخوذة من كلمتي:

Interconnection و تعني ربط أكثر من شيء ببعضه البعض. NetWork وتعني الشبكة.

¹ - مازن العنقري في: <http://www.al-angary.com/?p=742> ت د 2012/02/12

² Boyd, Danah and M, Ellison, Nicole . B. , "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship" Journal of Computer-Mediated Communication, University of Indiana (2007) Volume 13, Issue 1 . article 11.

³ - ماهر عودة الشمايلة وآخرون : الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص199.

فقد أخذ من الأولى (Inter) ومن الثانية (Net) وبذلك يصبح معنى الكلمة المركبة Internet هو الشبكات المترابطة مع بعضها البعض.¹

اصطلاحاً: تعرف بأنها "عبارة عن مجموعة ضخمة من شبكات الاتصال مرتبطة مع بعضها البعض، وهذه المجموعة تنمو ذاتياً بقدر ما يضاف إليها من شبكات، وحسابات وقد أدى تغلغلها واتساع مداها إلى وصفها بشبكة الشبكات.²

ويعرفها مؤيد عبد الجبار الحديثي بأنها: "مجموعة من شبكات الاتصالات المرتبطة ببعضها، ولا يحكمها كيان واحد بمفرده، وإنما يدير كلا من مكوناتها مؤسسات عامة، وخاصة، هي أكبر من مجموع أجزائها وتشمل كنوزاً ضخمة من الموارد في حواسيب الانترنت، وهي تضم ثلاث مستويات من الشبكات تتربع على شبكات الأساس أو العمود الفقري المتمركزة في الولايات المتحدة، تليها الشبكات المتوسطة بالجامعات، والمؤسسات الكبرى، وتمثل مصدراً هائلاً للمعلومات المختلفة تكفل ملايين البشر في شتى أنحاء العالم فرصة التواصل من خلال تزاوج وتكامل تكنولوجيا الاتصالات والحاسبات.³

5- مجالات الدراسة وحدودها:

1- المجال المكاني - الجغرافي:- و يقصد به نطاق الدراسة الميدانية و قد اختيرت جامعة مُجَّد الشريف مساعدية التي تقع بطريق عنابة ولاية سوق اهراس ليمثل المجتمع الطلابي بها عينة دراستنا.

تم انشاء المركز الجامعي سوق أهراس كمؤسسة عمومية ذات طابع علمي وثقافي ومهني يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وفقاً للمرسوم التنفيذي رقم 01-279 المؤرخ في 30 جمادى الثانية عام 1422 هـ الموافق لـ: 30 سبتمبر 2001 و حدد عدد معاهد بـ:

-معهد العلوم و التكنولوجيا ومعهد العلوم القانونية.

-تم تعديل المرسوم التنفيذي أعلاه بمرسوم تعديلي ومتمم رقم 06-282 المؤرخ في 21 رجب عام 1427 هـ الموافق لـ: 16 أوت 2006 المعدل و المتمم

وحددت عدد الكليات والمعاهد التي تتكون منها جامعة مُجَّد الشريف مساعدية سوق أهراس كمايلي:

¹ - مُجَّد علي شمو: التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت، ط1، الشركة السعودية للأبحاث، جدة، 1999، ص 232.

² - خليل صابات، جمال عبد العظيم: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط9، المكتبة الأنجلومصرية، القاهرة 2001م، ص 521.

³ - مؤيد عبد الجبار الحديثي: العولمة الاعلامية والأمن القومي العربي، ط1، الأهلية للنشر، عمان، 2002، ص 85. في سهيلة بضياف: المدونات الالكترونية في الجزائر - دراسة في الاستخدامات والإشاعات، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام والاتصال، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة 2009-2010م، ص 14.

كلية العلوم والتكنولوجيا، كلية علوم الطبيعة والحياة، كلية الآداب و اللغات، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، كلية الحقوق وعلوم السياسية، معهد العلوم الفلاحية و البيطرية، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.

2- المجال الزمني:

امتدت فترة إنجاز هذه الدراسة عبر مراحل من الموسم الجامعي 2011-2012م إلى غاية الموسم الجامعي 2019-2020، ويمكن تلخيص هذه المراحل في مايلي:

- من 2012 إلى 2015 تم جمع المادة العلمية والمراجع البيبليوغرافية لإنجاز الجوانب النظرية للدراسة، ومقاربتها مع التراث الفكري، حيث قمنا بقراءة معمقة فيها، معتمدين على مصادر المعلومات المختلفة ورقية وإلكترونية، والتي تم جمعها من المكتبات الجزائرية والأجنبية في اطار التربصات العلمية التي قمنا بها لكل من جامعات (الأردن، الإمارات العربية المتحدة، فرنسا، تركيا، تونس).

- من 2015 إلى 2018 تم خلال هذه الفترة انجاز الاجراءات المنهجية للدراسة وضبطها، و النزول إلى الميدان بعد تصميم استمارة الاستبيان وتحكيمها وتوزيعها على الطلبة في مارس من سنة 2018 واسترجاعها، في الوقت نفسه واصلنا العمل على الفصول النظرية للبحث ومراجعتها.

- من 2018 إلى 2020 خصصنا هذه الفترة لتفريغ البيانات في الجداول التكرارية لننطلق بعدها في تحليل البيانات ومعالجتها إحصائيا ثم تفسيرها وصياغة نتائج الدراسة ومناقشتها إلى غاية التحرير النهائي للبحث.

3- المجال البشري: استهدفت الدراسة جمهورا نوعيا، وهم طلبة وطالبات كليات جامعة محمد الشريف مساعدية بسوق اهراس.

6-مجتمع الدراسة: يقصد بمجتمع الدراسة: "كل مفردات الظاهرة التي نرغب في دراستها"¹، إلى جانب

التعرف على تكوينه الداخلي تعرفا دقيقا يشمل طبيعة مفرداته هل هي متجانسة أم متباينة؟ هل هي موزعة في شكل فئات وطبقات أو غير ذلك؟ كما يعرف مجتمع البحث بكونه: "مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تتركز عليها الملاحظات"²

¹ ذوقان عبيدات وآخرون: البحث العلمي، مفهومه أدواته وأساليبه، دار مجدلاوي، عمان، 1985، ص 105.

² - مورييس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، (ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون)، ط2، دار القصة، الجزائر، 2006، ص298.

ويعرف كذلك بأنه "جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث".¹ و يتمثل المجتمع الأصلي في دراستنا في مجموع طلبة و طالبات جامعة محمد الشريف مساعدية سوق اهراس بالجزائر، الذين يتابعون دراساتهم في كلياتها الست بصورة رسمية و منتظمة، حيث بلغ عددهم حسب الإحصائيات الرسمية الصادرة عن إدارة الجامعة لحوصلة استغلال الهياكل حسب توزيع الطلبة على الكليات الست للموسم الجامعي 2017-2018 قدر عددهم بـ **10735** طالب وطالبة، موزعين كالآتي:

المجموع العام	طلبة الماستر		طلبة الليسانس		الكليات
	اناث	ذكور	اناث	ذكور	
1839	269	30	1395	145	كلية الآداب واللغات
2418	292	324	888	914	كلية العلوم والتكنولوجيا
1921	270	111	928	612	كلية العلوم الاقتصادية
1493	260	28	980	225	كلية علوم الطبيعة والحياة
1492	221	80	734	457	كلية الحقوق والعلوم السياسية
1572	196	50	1177	149	كلية العلوم الاجتماعية والانسانية
10735	1508	623	6102	2502	المجموع العام

المصدر: إدارة الجامعة- حوصلة استغلال الهياكل حسب توزيع الطلبة على الكليات الست للموسم

الجامعي 2017-2018

والطلبة هم الفئة التي تتوفر فيها جملة الخصائص والشروط التي تتناسب مع الهدف الرئيس لبحثنا، المتمثل في رصد عادات وأنماط ودوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة منها لديهم، كونها فئة متاحة لنا ويمكننا التعاطي معها بشكل مرن، ومن بين الخصائص التي تميز هذه الفئة النوعية نجد:

- فئة الشباب الجامعي من الفئات المتعلمة والأكثر استخداما لشبكات التواصل الاجتماعي، وهي فئة تتميز بالحركية وحب التجديد مما يفضي في النهاية إلى بروز آثار معرفية وسلوكية ووجدانية افتراضا.
- يمتلكون مؤهلات التواصل الالكتروني كالمهارة في استخدام الأجهزة المختلفة (هاتف ذكي، حاسوب، لوحات الكترونية...الخ).

¹ عدس عبد الرحمن وآخرون: البحث العلمي، مفهومه أدواته وأساليبه، ط18، دار مجدلاوي للنشر، عمان، الأردن، 2016، ص109.

ونظرا للعدد الكبير للطلبة بهذه الجامعة والذي يقدر عددهم فيها بالآلاف في مختلف التخصصات، فإنه يصعب ويتعذر إجراء حصر شامل لجميع مفردات البحث، وعليه ارتأينا الاعتماد على المعاينة التي تمكننا من اختيار عينة أكثر تمثيلا لمجتمع البحث الأصلي.

7- عينة الدراسة:

مع التطور الذي حصل في ميدان البحث العلمي، أصبحت الدراسات تعتمد على اختيار عينة من المجتمع محل البحث، وتجرى الدراسة على مفردات مختارة بطريقة علمية، وذلك توفيراً للجهد والوقت والإمكانات، لأن إخضاع جميع المفردات للدراسة يعتبر عملاً صعباً، سيما في المجتمعات كبيرة الحجم، كما أن النتائج المتوصل إليها عن طريق المسح بالعينة لا تختلف اختلافاً جوهرياً عن نتائج المسح الشامل في حالة المجتمعات النوعية المتجانسة، شرط أن تختار العينة بطريقة علمية صحيحة وتكون ممثلة للمجتمع الذي سحبت منه.

تعرف العينة على أنها: "مجموعة من الأفراد مشتقة من المجتمع الأصلي ويفترض فيها أن تمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً حقيقياً "صادقاً".¹

كما تعرف كذلك بأنها: " ذلك الجزء من المجتمع الذي يجري اختبارها وفق قواعد وطرق علمية، بحيث تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً"²

حجم العينة ونسبتها: بعد اختيارنا لجامعة محمد الشريف مساعدي بسوق اهراس-الجزائر - حددنا الكليات التي تشملها الدراسة، حتى نضمن تنوعاً في التخصصات ضمن العينة النهائية، وهي كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، كلية علوم الطبيعة والحياة، كلية الآداب واللغات، كلية العلوم الاقتصادية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية العلوم والتكنولوجيا، ثم قمنا بتحديد نسبة العينة الكلية المختارة في هذه المرحلة الأولى (3%) أو ما يعادل 300 طالبا (من أصل مجموع 10735) موزعين على الكليات الست بالتساوي (50 طالبا في كل كلية)، ومعلوم أن هناك عدة صيغ رياضية لحساب حجم العينة، وهي تختلف نوعاً ما في تركيباتها وطريقة عملها، ولكنها تفضي إلى نتائج متطابقة أو متقاربة. ومنها معادلة "هيربرت أركن" (Herbert Arkin)³ وهي:

1- حمدي ابو الفتوح عطيفة: منهجية البحث العلمي و تطبيقاتها في الدراسات التربوية و النفسية، دار النشر للجامعات، القاهرة، 1996، ص 271.

² كمال محمد المغربي: أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ط 1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002، ص 140.

³ - بشماني شكيب: دراسة تحليلية مقارنة للصيغ المستخدمة في حساب حجم العينة العشوائية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 36 العدد (5)، (20 أكتوبر 2014)، ص 90.

$$n = \frac{p(1-p)}{\left(\frac{E}{Z}\right)^2 + \frac{p(1-p)}{N}} \quad \text{حيث:}$$

n : حجم العينة.

N: حجم المجتمع وهو في مثالنا هذا يساوي 10735 طالبا.

P: هي القيمة الاحتمالية لتوفر الخاصية، تتراوح قيمتها بين 0 و 1، إلا أن قيمتها المضبوطة غير معروفة فإن الباحث يجعلها تأخذ القيمة المتوسطة أي 0.5 وهذا لتثبيت الشروط.

E: هي قيمة الخطأ المسموح به والتي تأخذ القيمة 0,05.

Z: هي الدرجة المعيارية التي تختلف باختلاف معامل الثقة، فهي تأخذ قيمة 1,96 عند معامل الثقة 0,95. فإذا طبقناها على مجتمع دراستنا، الذي يبلغ عدده 10735 طالبا، واعتمدنا نسبة الخطأ العيني المسموح به 5%، نحصل على ما يلي:

$$n = \frac{0.5(1-0.5)}{\left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2 + \frac{0.5(1-0.5)}{1600}} \quad n = 357.14 \cong 357$$

3%

ومنه نسبة العينة = $100 \times 357 = 3.32\%$ وبتقريب هذه النسبة للعدد المطلق نجدها تساوي

10735

حجم العينة = $10735 \times 3 \cong 300$ مفردة

100

إذن، تقدير حجم العينة في هذه الدراسة هو: 300 مفردة (طالبا)، وهو يعادل نسبة 3 بالمائة من مجتمع الدراسة، ويتطابق تقريبا مع ما ورد من تقديرات عينية في الجداول الاحصائية. مع مراعاة في المرحلة الثانية توزيع الاستمارات على المستويات المختلفة للطلبة (طلبة السنوات الأولى، الثانية، الثالثة من مرحلة اليسانس وكذلك الأولى والثانية من مرحلة الماجستير) بالإضافة إلى مراعاة متغير الجنس بأن تشمل الدراسة عينة تضم ذكورا وإناثا، معتبرين كما هذه المؤشرات (التخصص، السنة، الجنس) طبقات معيارية.

وحدة العينة: تتكون عينة الدراسة من مجموعة وحدات و تختلف وحدة العينة باختلاف الهدف من البحث، و على ذلك يصبح من الأهمية بمكان تحديدها، ويتوقف تحديد معنى الوحدة، على تحديد الصفات الأساسية التي تتحقق في كل وحدة من وحدات البحث، و جدير بالذكر أنه كلما كان حجم الوحدة كبيرا كلما نقصت دقتها، و كلما كان حجمها صغيرا كلما زادت دقتها.

ووحدة العينة في الدراسة التي نحن بصدددها هي الطالب أو الطالبة بجامعة مُجَدَّ الشريف مساعدية سوق اهراس.

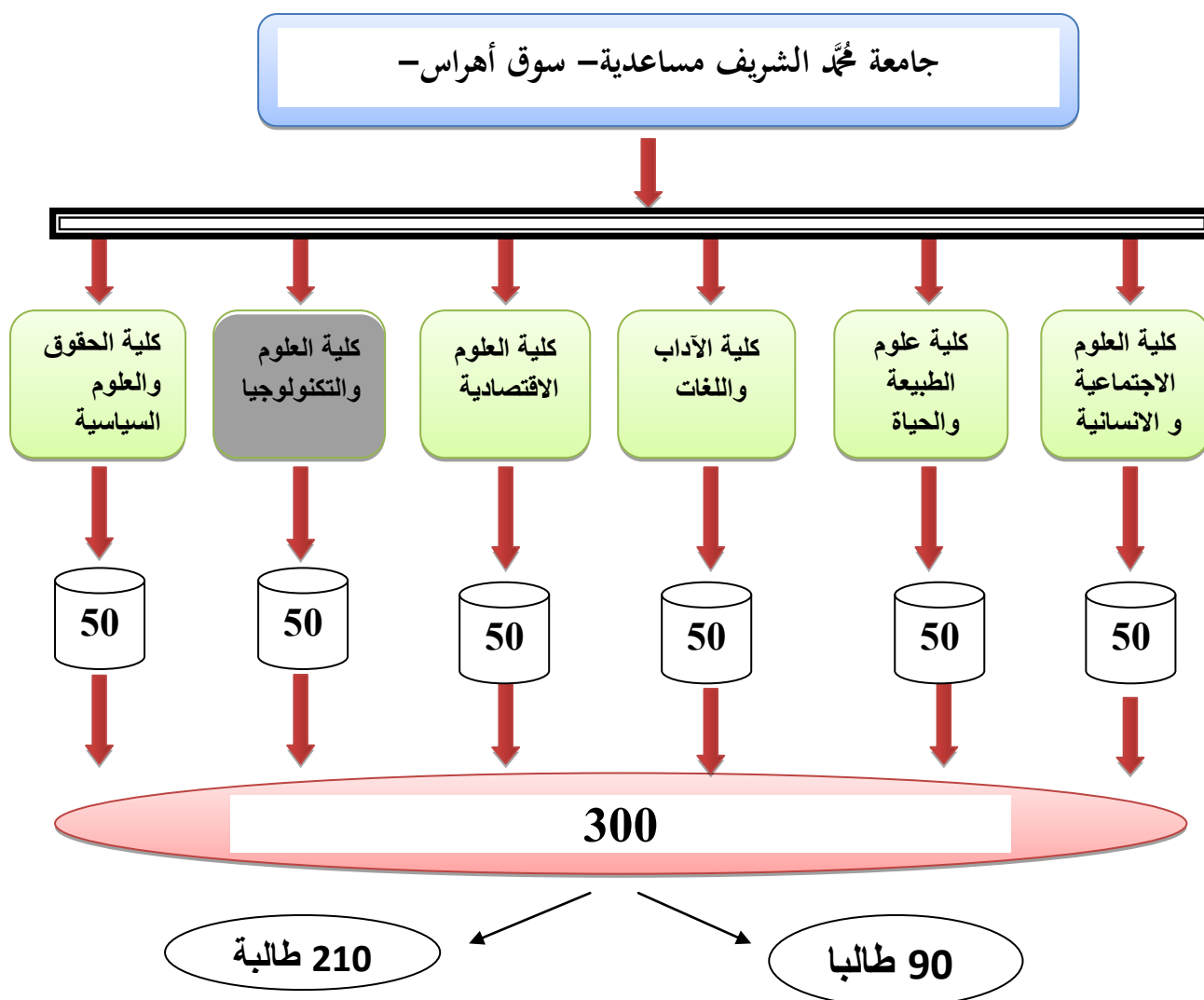
نوع العينة:

انطلاقا من خصائص مجتمع البحث، لجأنا إلى اعتماد العينة متعددة المراحل: في المرحلة الأولى اعتمدنا العينة الطبقية ذات التوزيع المتساوي (50 طالب عن كل طبقة)، باعتبار كل كلية تمثل طبقة وكل طبقة يمثلها 50 طالبا. وفي المرحلة الثانية، تم اختيار 50 طالبة وطالبة من كل كلية بطريقة السحب العشوائي البسيط عن طريق القرعة.¹

مع التأكيد أننا اعتمدنا على التوزيع المتساوي للمفردات بكل كلية نظرا لتقارب المجاميع مع بعضها البعض في كل الكليات ماعدا كلية واحدة، غير أن العدد لم يكن متساو بالنسبة للجنسين، بسبب ارتفاع عدد الإناث عن الذكور، وكذا ارتفاع عدد طلبة الليسانس عن طلبة الماستر، وعليه قدر عدد الطلبة الذكور بـ 90 طالبا، وبالنسبة للإناث 210 طالبة.

ويمكن اختصار طريقة اختيار العينة وحجمها في الشكل الآتي:

¹ فضيل دليو وعلي غربي (إشراف): أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري قسنطينة، 2012، ص 191.



8- منهج الدراسة:

للقيام بأي دراسة علمية والوصول إلى الحقيقة، أو البرهنة عليها وجب إتباع منهج واضح يساعد على دراسة المشكلة وتشخيصها، من خلال تتبع مجموعة من القواعد والأنظمة العامة التي يتم وضعها من أجل الحصول على حقائق، حول ظاهرة موضوع البحث، فالمنهج يعني "الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكل لاكتشاف الحقيقة".¹

يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير و تحليل تقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو

¹ نادية سعيد عيشور: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دط، حسني رأس الجبل للنشر، قسنطينة، 2007، ص 209.

مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع، و ذلك بهدف الحصول على معلومات كافية و دقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها.¹

ويعتبر منهج المسح الوصفي من انسب المناهج في الدراسات الإعلامية، و بخاصة تلك التي يكون موضوعها، كيف يتعامل الجمهور مع الوسيلة الإعلامية و أنماط سلوكه و تعامله معها.²

منهج المسح الذي هو " جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف للمفردات المكونة لمجتمع البحث، ولفترة زمنية كافية للدراسة،³ كما يساعد منهج المسح على مسح الظاهرة " جردها " في إطار واقعها الطبيعي باستخدام العديد من أدوات البحث.

ولما كانت دراستنا تسعى إلى الكشف عن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة في الجزائر والتعرف على عادات وأنماط استخدامهم لها والاشباكات المحققة منها والأثر الذي تركته عليهم. أي كشف وتصوير ظاهرة في إطارها الواقعي. فإن المنهج المسحي هو الأنسب لتحقيق هذه الأهداف. علما أن منهج المسح يعد أكثر المناهج ملاءمة لدراسة الظواهر في إطارها الواقعي، كدراسة الجمهور والتعرف على اتجاهاته ومواقفه.

واعتماد منهج المسح بالعينة في دراستنا يعود بالدرجة الأولى إلى اعتباره أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن مفردات البحث وسلوكياتهم وانعكاسات تلك السلوكيات على حياتهم، كما يعتبر الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عن موضوع البحث، حيث يسمح هذا المنهج بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد مثل السمات الشخصية العامة، وكذلك أنماط السلوك التواصلية وطبيعة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبالتالي يتيح لنا معرفة انعكاسات هذا الاستخدام على حياة الشباب الجامعي.

وعلى هذا الأساس نرى أن المنهج المناسب لدراستنا هو منهج المسح بالعينة، فبالرغم من أن هذا النوع من البحوث يصنف ضمن البحوث الوصفية، إلا أنه سوف لن يقتصر على الوصف الكمي أو الكيفي فقط، بل نتجاوزه إلى التفسير و التحليل، و الوقوف على العلاقات بين المتغيرات عن طريق استخدام الأساليب والعمليات الإحصائية و المقاييس المعتمدة في ذلك.

¹ - سمير محمد حسين: بحوث الإعلام ، الأسس و المبادئ، عالم الكتب ،القاهرة، 1983، ص 123.

² - محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام . عالم الكتب . القاهرة . 1993، ص 122.

³ - أحمد بدر: أصول البحث العلمي ومناهجه ، ط 5، وكالة المطبوعات، الكويت 1981 ، ص 279.

9- أدوات جمع البيانات:

يعتمد نجاح البحث العلمي و تحقيق أهدافه على حسن اختيار الأداة أو الأدوات الملائمة للحصول على البيانات و المعلومات المطلوبة عن الظاهرة محل الدراسة.

وطبيعة موضوع البحث و المنهج المتبع يفرضان على الباحث اعتماد أدوات معينة لقياس الظاهرة ، فدقة البيانات المجموعة تتوقف على حسن اختياره و استعماله لهذه الأدوات .

وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على أداتي الملاحظة واستمارة الاستبيان بشكل أساسي.

أ-الملاحظة:

"إن الملاحظة تقنية مباشرة للتقصي تستعمل عادة في مشاهدة مجموعة ما، بصفة مباشرة وذلك بهدف أخذ معلومات كيفية من أجل فهم المواقف والسلوكات"¹

وهي عبارة عن قيام الباحث بالانتباه والتدقيق تجاه ظاهرة أو حادثة معينة، والهدف التقصي والتحري وسبر الأغوار، ومن ثم التوصل للعلاقات بين المتغيرات، وتحديد نتائج.

إذ قمنا باستخدام هاته الأداة العلمية في بحثنا، من خلال مشاهدة ومراقبة استخدامات الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي؛ وفقا لأهداف وخطة الدراسة التي وضعت مسبقا عند بداية البحث، وقمنا بتسجيل بعض المشاهدات، ومن ثم استنتجنا بعض الأسئلة التي مهدت لصياغة محاور الاستبيان في شكله النهائي بغية التوصل لإجابات مقنعة عن المشكلة العلمية من الناحية التطبيقية.

ب-الاستبيان:

يعرف الإستبيان على أنه "مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد، أو يجرى تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها".²

وهو الأداة الرئيسية والأكثر استخداما في ميادين بحوث الإعلام إذ يمكن تطبيقه على أعداد كبيرة في وقت واحد، ويعرف الاستبيان بأنه: "أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب"¹

¹ - موريس أنجرس، مرجع سابق، ص184.

² إبراهيم أبراش: المنهج العلمي وتطبيقه في العلوم الاجتماعية، دط، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص296.

ويعرف كذلك بأنه: "أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية و مقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة و أهدافها"²

كما عرف بأنه " تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية لتقدم للمبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة و تعريفها من جوانبها المختلفة"³

ويعرفه مُجدد علي مُجدد بقوله: "هو نموذج يحتوي على مجموعة أسئلة توجه إلى الأفراد بهدف الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف أو اتجاه"⁴

و عليه فاستمارة الاستبيان هي أداة تناسب البحوث العلمية التي تستهدف معرفة العادات والأنماط والدوافع من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والاشباعات المحققة منها والأثر الذي تتركه على المبحوثين.

وقد اعتمدنا الاتصال الشخصي كأسلوب للتواصل مع المبحوثين ملء الاستمارة وذلك لعدة أسباب من أهمها:

1- قد تتطلب الاستمارة وجود الباحث لتفسير ما قد يكون غامضاً ويصعب فهمه من الأسئلة من طرف المبحوثين.

2- ضمان الحصول على إجابات من أفراد العينة.

*المراحل المتبعة في تصميم استمارة الاستبيان:

يعتبر تصميم الاستمارة من أهم خطوات نجاح البحث العلمي، إذ تحتاج إلى معرفة ودراية بأصول الاتصال بالأفراد وصياغة الأسئلة⁵، وعليه تم ضبط أسئلة الاستمارة وفق الخطوات الآتية:

بعد تحديد إشكالية الدراسة وأهدافها، والتساؤلات التي أردنا الإجابة عنها، وهي معرفة عادات وأنماط ودوافع استخدام طلبة جامعة سوق اهراس مواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة لديهم والأثر الذي

¹ - J. Francis Rummel and C.Wesley Ballaine : **Research Methodology in Business**, NewYork, Harper Row,1963,p108.

² - مُجدد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية . عالم الكتب، القاهرة، 2000م، ص 353.

³ - أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال .مرجع سابق، ص 220.

⁴ - مُجدد علي مُجدد: البحث الاجتماعي- دراسة في طريق البحث وأساليبه - دار المعرفة الجامعية، مصر لبنان (د س ن)، ص 349، 350.

⁵ - أحمد عبادة سرحان: الإحصاء الاجتماعي، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، 1993م، ص 13.

تتركه عليهم، وذلك بمعرفة: المواقع الاجتماعية المفضلة لديهم والأيام المفضلة لاستعمالها والأوقات وحجم التصفح والظروف المصاحبة لذلك... الخ.

تم إعداد الاستمارة في صورتها الأولية بعد الاطلاع على التراث النظري والدراسات السابقة والمشابهة، وذلك بعد تحديد محاورها الأساسية وما يندرج تحتها من أسئلة، حيث اخترنا أن تكون الأسئلة متنوعة عن العادات والأنماط والأسباب والدوافع المترتبة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والأثر الذي تركته على وعيهم بقضايا وطنية، حيث تعدت 49 سؤالاً، وقد راعينا أثناء صياغتها، بساطة اللغة ووضوح الفكرة والابتعاد عن الأسئلة الغامضة.

تم عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف، البروفيسور فضيل دليو ومجموعة من الأساتذة المختصين ممن تيسر لنا الاتصال بهم واستشارتهم، وهم البروفيسور سعدي وحيدة، البروفيسور غروبة دليلة، البروفيسور نصير بوعلي. إذ أسفرت ملاحظاتهم ونصائحهم على ضبط الاستمارة حيث جاءت كالاتي:

- 1- البيانات الأولية (الشخصية)، اشتملت على 04 أسئلة.
- 2- عادات وانماط استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي، اشتملت على 13 سؤالاً، من (5-17)
- 3- دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي ، اشتملت على 15 سؤالاً، من (18-32)
- 4- الاشباعات المحققة من استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي، اشتملت على 07 أسئلة، من (33-39)
- 5- تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي بالقضايا الوطنية لدى الطالب الجامعي من (40-42) سؤال.

وقد أخضعنا استمارة الاستبيان لاختبارات الصدق والثبات، حيث تعتبر هذه الخطوة أساسية ومهمة في دراسة جمهور وسائل الإعلام، والتي يحاول الباحث من خلالها التأكد من صدق و ثبات تحليله، حيث تصبح أداة القياس - الاستبيان - التي يستعملها الباحث بعد ذلك أكثر مصداقية وإحاطة بجميع جوانب الموضوع محل الدراسة.

1- الاختبار القبلي « prés test » :

تم توزيع الاستمارة التجريبية على 25 طالبا من جامعة سوق اهراس ذكورا وإناثا ومن مستويات مختلفة وذلك بهدف:

- معرفة الأسلوب واللغة ومدى فهم المبحوثين لها.
- التعرف على الصعوبات التي قد تعترضنا في توزيع الاستمارة لاحقا.

وقد أكدت عملية الاختبار القبلي ملاءمة أغلب الأسئلة للاختبار الميداني نتيجة وضوحها وفهمها من قبل أفراد البحث، عدا بعض التعديلات والإضافات وحذف بعض العبارات.

بعد الانتهاء من الإعداد النهائي للاستمارة، وطبعها، قمنا بتوزيعها على المبحوثين، ودام ذلك حوالي ثلاثة أشهر، من 15 مارس إلى غاية 20 جوان 2018م، بعد ذلك بدأنا عملية تفريغ وتبويب البيانات.

10- أدوات التحليل الإحصائي:

من المهم جدا استخدام الأساليب الإحصائية المختلفة في معالجة بيانات دراسة علمية، خاصة من حيث تصنيفها وقياسها وإيجاد العلاقة بينها، مع الأخذ بعين الاعتبار البرامج المعلوماتية المعدة لذلك.¹ ذلك أن الإحصاء هو "أحد الدعامات الرئيسية التي تقوم عليها الطرق العلمية في بحثها للعلوم المختلفة والعلوم المتصلة بالحياة، حيث له تأثير في تحديد وتصميم خطة البحث العلمي لمساعدة الباحثين على جمع البيانات وعرضها وتحليلها".²

وهو أحد فروع الرياضيات التطبيقية التي تفيد في كل من علم الإدارة والإقتصاد، والاجتماع، وعلم النفس و التربية³...

فتقنيات تحليل البيانات لا تهتم فقط بجمع وتنظيم وعرض البيانات الخاصة بدراسة الظواهر، بل تهتم كذلك بتحليلها واشتقاق النتائج العلمية منها عن طريق مقاييس ومتوسطات ومعاملات واختبارات، لنصل إلى نتائج يمكن الاعتماد عليها في ترشيد القرارات وإصلاح المنظومة الحضارية للإنسان.

استخدمت هذه الدراسة المعالجات الإحصائية التي تضمنت التكرارات البسيطة والنسب المئوية والمتوسط الحسابي، واختبار كاي مربع، لمعرفة العلاقة بين السمات الديموغرافية للمبحوثين وتأثيرها على استخداماتهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وحساب درجات التوافق والارتباط وقياس المتوسطات الحسابية لمجموعة البيانات، ودراسة العلاقات الارتباطية بين مفردات الاستمارة ومتغير الجنس والتخصص العلمي، قمنا باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

¹ - فضيل دليو: تقنيات تحليل البيانات في العلوم الاجتماعية والاعلامية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2010م، ص11.

² - سعد الدين أبو الفتوح الشرنوبلي: المفاهيم والمعالجات الأساسية في الإحصاء، مطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، ط1، 2001م، ص15.

³ - غريب سيد أحمد: الإحصاء والقياس في البحث الاجتماعي والمقابلات الإحصائية، ج1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1995م، ص17.

1- المتوسط الحسابي ($\bar{X}$): " moyenne arithmétique " (X)

يدل المتوسط الحسابي في الإحصاء على القيمة الوسطية لمجموعة من الأرقام، وتعتمد طريقة حساب المتوسط على العلاقة بين عناصر المجموعة الخاضعة للتحليل، حيث إنّ المتوسط الحسابي لمجموعة من الأرقام، يساوي ناتج جمع الأرقام مقسومًا على عددها، ويعتبر المتوسط الحسابي نقطة تتوازن بقية الأرقام حولها، ويستخدم المتوسط الحسابي في الإحصاء كقيمة نموذجية مفردة لمجموعة من البيانات.

يعرف المتوسط الحسابي بأنه: " مجموع القيم مقسوما على عددها " هذا في الحالات البسيطة أما في الحالات المبوبة فإنه يحسب من خلال قسمة مجموع القيم S مضروبة في مجموع التكرارات على مجموع التكرارات، وذلك حسب المعادلة الآتية:¹

$$\bar{X} = \frac{\sum (X \times K)}{N}$$

ن

وعليه معادلته هي:²

$$\bar{X} = \frac{\sum (X_i \times f_i)}{n}$$

مجموع القيم الفردية $\times$ تكراراتها عدد الأفراد

حيث أن:

$$\bar{X} = \text{المتوسط الحسابي.}$$

$$X_i = \text{القيمة.}$$

$$f_i = \text{تكرار القيمة.}$$

$$n = \text{حجم العينة.}$$

¹ - سعد الدين أبو الفتوح الشرنوبلي: مرجع سابق، ص 67.

² - عبد الكريم بوحفص: الإحصاء المطبق في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005م، ص 48.

2- معامل ارتباط الرتب " سبيرمان " (ر) : (Spearman's correlation coefficient)

هو قياس لمستوى الارتباط الإحصائي بين متغيرين، انطلاقاً من رتب البيانات الملاحظة، ويعتبر تقنية إحصائية غير معلمية.

ويقاس الارتباط مدى العلاقة بين الظواهر المختلفة (ظاهرتين أو أكثر أو متغيرين أو أكثر) لمعرفة ما إذا كان تغير أحدهما أو مجموعة منها مرتبطاً بتغير الأخرى، فقد يريد الباحث معرفة ما إذا كان هناك علاقة بين درجة تعليم الشخص ومستوى دخله. أو بين الحالة التعليمية والحالة الاجتماعية للناخب مثلاً.

إذ يستخدم هذا المعامل لدراسة الارتباط بين البيانات النوعية، وارتباط الرتب إلى قياس التغير القائم بين ترتيب الأفراد بالنسبة لصفة ما وترتيبهم لصفة أخرى، وتعتمد الطريقة الإحصائية لحساب هذا الارتباط على مربعات فروق رتب كلا المقياسين وهي كما يلي:¹

$$r = 1 - \frac{6 \sum F^2}{n(n^2 - 1)}$$

$$n(n^2 - 1)$$

حيث أن : $r =$ معامل الارتباط. $\sum F^2 =$ مجموع مربعات الفروق بين رتبتي كل حالة.

$n =$ عدد الحالات موضوع الدراسة.

إن قيمة معامل الارتباط محصورة في المجال -1 ، $+1$] وتحدد نوعية الارتباط كالتالي:

قيمة معامل الارتباط نوع الارتباط

$+1$ ارتباط طردي تام

من 0.7 إلى أقل من $+1$ ارتباط طردي قوى

من 0.4 إلى أقل من 0.7 ارتباط طردي متوسط

من صفر إلى أقل من 0.4 ارتباط طردي ضعيف

صفر ارتباط منعدم

من -0.7 إلى أقل من -1 ارتباط عكسي قوى

¹ - سعد الدين أبو الفتوح الشرنوبي: مرجع سابق، ص 142.

من -0.4 إلى أقل من -0.7 ارتباط عكسي متوسط
من صفر إلى أقل من -0.4 ارتباط عكسي ضعيف

3- حساب معادلة دلالة الفرق بين نسبتي مؤيتين (T) أو (ي):

يستخدم اختبار " T " مع جميع الحالات مهما كان حجم العينة، وكاختبار احصائي خاص بالعينات يفترض في أغلب العينات أن تكون موزعة توزيعاً معتدلاً. كما أن بيانات العينة مهما كانت متماثلة، لن تعكس تماماً خصائص المجتمع المستخرجة منه، وذلك بوجود فروق بين خصائص العينة ومعالم مجتمعها والتي يمكن تقديرها على أساس احتمالات أخطاء معينة¹.

وذلك لمعرفة مدى وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية على مستوى من مستويات الثقة، أو مدى تساوي النسبتين المؤيتين المقارن بينهما ، ويعبر عن الفرق بين نسبتي مؤيتين لظاهرة ما بالمعادلة الموالية:²

$$Y = \frac{C_2 - C_1}{\sqrt{\frac{(C_1 + C_2)(C_1 - C_2)}{N_1 + N_2}}}$$

حيث أن:

C₁ = النسبة الأولى. C₂ = النسبة الثانية.

N₁ = حجم العينة الأولى. N₂ = حجم العينة الثانية.

$$C = \text{حجم الخطأ المعياري ومعادلته} = \frac{C_1 N_1 + C_2 N_2}{N_1 + N_2}$$

حيث أن:

¹ - فضيل دليو: تقنيات تحليل البيانات في العلوم الاجتماعية والإعلامية، مرجع سابق، ص 213.

² - عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993م، ص 177.

ن₁ هو المجموع الكلي للعينة الأولى.

ن₂ هو المجموع الكلي للعينة الثانية.

وبعد استخراج قيمة (ي) نقارنها بالقيمة الجدولية عند قيمة 0,01 نسبة الثقة 99%، أو عند قيمة 0,05 نسبة الثقة 95%.

فإذا كانت قيمة (ي) أكبر من القيمة الجدولية، كان الفرق ذا دلالة إحصائية، وإذا كانت قيمتها أصغر من القيمة الجدولية كان الفرق غير دال إحصائياً.

4- حساب معامل ارتباط التوافق (ق):

يستخدم معامل ارتباط التوافق (ق) في حساب العلاقة بين المتغيرات ثنائية التقسيم، غير القابلة للقياس العددي بعد رصدها في صورة جداول تكرارية مزدوجة، عدد خلايا اعمدتها أو صفوفها أكبر أو تساوي اثنين (2) مثل: الحالة الاجتماعية، الجنسية وغيرها.

إن المتغيرات التي لا نستطيع قياسها قياساً كمياً، أي أن معامل ارتباط التوافق يستخدم في حساب العلاقة بين المتغيرات التي يتم وصفها وصفاً كيفياً، ويحسب من المعاملة الآتية :

يعتبر معامل التوافق (ق) من مقاييس التطابق للبيانات التي يمكن وضعها في فئات أي ذات المستوى الاسمي وهو يرتبط بكاي مربع، إذ لا يحسب إلا بعد تطبيق كا²، والاستدلال من هذا الاختبار بأن هناك علاقة بين المتغيرين، في حين من غير الضروري حسابه إذا علمنا من خلال كا² أن المتغيرين المدروسين مستقلين عن بعضهما، باعتبار أن العلاقة تكون غير دالة، ولا استخراج معامل التوافق من قيمة كا² نستخدم المعادلة التالية:¹

$$Q = \sqrt{\frac{K^2}{n + K^2}}$$

- حيث ن هو حجم العينة.

¹ - عبد الله عامر الهمالي: أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، بنغازي منشورات جامعة قار يونس، ط2، 1998م، ص238.

5- حساب كاي مربع (كا²):

يعتبر توزيع كاي تربيع من التوزيعات الإحصائية شائعة الاستخدام، حيث توجد له تطبيقات عديدة بدرجة يمكن معها القول أنه يأتي في المرتبة الثانية للتوزيع المعتدل من حيث كثرة تطبيقاته.

ويعتمد توزيع كا² مثل توزيع t اعتماداً كاملاً على درجات الحرية، فكلما زادت درجات الحرية كلما قل التواء التوزيع واقترب من التماثل.

ولحساب (كا²) نتبع الخطوات التالية:

أ- حساب التكرار المتوقع لكل خلية من الجدول المزدوج وذلك بضرب مجموع الصف × مجموع العمود الخاص بالخلية وقسمة الناتج على المجموع الكلي.

$$\text{ك}^- = \frac{\text{مجم الصف} \times \text{مجم العمود}}{\text{المجموع الكلي}}$$

المجموع الكلي

ب- نطرح التوزيعات التكرارية المتوقعة (ك ن) من التوزيعات التكرارية المشاهدة (ك م) أي:

$$(ك م - ك ن) \text{ ثم نربع القيمة المحصل عليها.}$$

ج- نقسم مربعات الفروق على التكرارات المتوقعة لكل خلية أي:

$$\frac{(ك م - ك ن)^2}{ك ن}$$

ك ن

د- مجموع العمليات السابقة يعطي قيمة كا² المحسوبة أي أن:

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

التكرار المتوقع

هـ- نقوم بحساب درجات الحرية للجدول عن طريق المعادلة الآتية:

$$\text{درجة الحرية} = (\text{عدد الأعمدة} - 1) (\text{عدد الصفوف} - 1)$$

نقوم بعد ذلك بمقارنة (χ^2 المحسوبة) مع (χ^2 الجدولية) عند مستوى ثقة 0,05 أو 0,01، فإذا كانت قيمة χ^2 المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، نقول أن هناك ارتباط معنوي بين المتغيرين، وإذا كان العكس نقول بعدم وجود ارتباط معنوي بينهما.

11- الخلفية النظرية لموضوع الدراسة – المقاربة النظرية:

تستمد هذه الدراسة إطارها النظري من نظرية الاستخدامات والإشباعات لدراسة موضوع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، باعتباره مدخلا اتصاليا سيكولوجيا، وهو من النماذج الهامة في شرح الظواهر المتعلقة بوسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة وخاصة الانترنت، فقد افترض هذا النموذج وجود جمهور نشط له دوافع شخصية و نفسية واجتماعية، تدفعه لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة تتنافس مع غيرها من الوسائل لإشباع احتياجاته.

إن أهمية مدخل الاستخدامات و الاشباعات في دراستنا، تتجلى من خلال دراسة حاجيات الشباب الجامعي التي تتسم بالتنوع والتعدد، فبالإضافة إلى الحاجات الفسيولوجية هناك دوافع مثل التواصل الاجتماعي و اكتشاف الواقع و فهمه، التنشئة الاجتماعية، التسلية والترفيه، فهذه كلها ترتبط بوجود الفرد من النواحي السيكولوجية، الاجتماعية والاتصالية.

في ذات الوقت فإن مواقع التواصل الاجتماعي، ترتبط بكافة احتياجات الطلبة المعرفية والوجدانية وغيرها، و الحاجة إلى الاتصال مع الآخر افتراضيا دليل على التطلع الكامل في أعماق الفرد إلى حياة أفضل، يثرى بها التعاون مع الآخرين في مجالات العلم والمعرفة، فالشباب يتطلع دائما إلى تحقيق ذاته وإشباع حاجياته المادية وغير المادية.

هذه الخلفية النظرية تهم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، حيث تحولت النظرة إلى الجماهير في هذه النظرية من كونها عنصرا سلبيا غير فعال، إلى كونها عنصرا فعالا ونشطا في انتقائها للرسائل والمضامين التي تفضلها من وسائل الإعلام المختلفة، وأن الجمهور يتعرض لهذه الرسائل والمضامين لإشباع رغبات كامنة استجابة لدوافع الحاجات الفردية لديه.

تعني نظرية الاستخدامات والاشباعات في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته وتلبي حاجياته الكامنة في داخله، وفي معنى ذلك، أن الجمهور ليس سلبيا يقبل كل ما تعرضه وسائل الإعلام، بل يمتلك غاية واحدة يسعى إلى تحقيقها، فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون نشطون عن المضمون الذي

يبدو أكثر إشباعاً لهم، وكلما كان مضمون معين قادراً على تلبية احتياجات الأفراد، كلما زادت نسبة اختيارهم له.¹

ويذكر محمد منير حجاب:² "أن هذه النظرية تعد بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال، حيث يزعم المنظرون لهذه النظرية، أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أي الوسائل والمضامين يختار".

وبوجه عام تقسم معظم دراسات الاتصال دوافع التعرض إلى فئتين هما: "الدوافع المنفعية التي تستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام، والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية، والدوافع الطقوسية التي تستهدف تضيئة الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل: المسلسلات، والأفلام، والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة"³

وساهمت الدراسة التي قام بها "هيرتا هيرزوج" Herta Herzog عام 1944، التي استهدفت معرفة أسباب الاستماع إلى مسلسلات "سوب أوبرا" Soapoperas والاشباعات المحققة من جراء هذا الاستماع، في ظهور البوادر الأولى لمدخل الاستخدامات والإشباع، حيث توصلت إلى تصنيف الإشباع إلى عاطفية تتعلق بالتعويض عن النواقص الاجتماعية والنفسية، وأخرى تهتم بتحقيق المتعة وإشباع تحصى تحقيق النصيحة.⁴

وقد تلت هذه الدراسة، دراسة "برلسون" Berelson عام 1945م، والتي استهدفت الكشف عن موقع الصحف لدى القراء والاشباعات المحققة لديهم من جراء القراءة، إذ توصل إلى مجموعة من الإشباعات وهي الحصول على المعلومات المختلفة، وخاصة المتعلقة بالأوضاع العامة، والتي تخص المالية والطقس، والحصول على المكانة الاجتماعية، والهروب من المشاكل اليومية، فضلاً عن كون القراءة هي أداة للتفاعل الاجتماعي.

واستمر الاهتمام بهذه الدراسات، إذ وفي عام 1949 أجرى "ولف وفيسك" دراسة عن أسباب اهتمام الأطفال بالبرامج الهزلية، إذ توصل إلى مجموعة من الوظائف التي تقف وراء اهتمامهم بهذا النوع من البرامج،

¹ - كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والاعلام التطور الخصائص النظرية، ط1، دار المسيرة للنشر، عمان، الاردن، 2011، ص145.

² - محمد منير حجاب: نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص 298.

³ - حسن عماد مكاوي، والسيد ليلي حسين: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2010، ص ص 246، 247.

⁴ - حسن عماد مكاوي، الشريف سامي: نظريات الاعلام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، 2000م، ص 207.

وهي التعمق في العوالم الخيالية، وتصور البطل الذي لا يقهر، والملاحظ على هذه الدراسات هو التركيز على وسيلة اعلامية معينة.¹

وبدأ مفهوم الاستخدامات والاشباعات يتطور مع الدراسة التي قدمها كاتز وبلومر عام 1969 حول الانتخابات العامة البريطانية وأسباب متابعة الجماهير للحملات الانتخابية من عدمها.

وفي سنة 1974 ربط كل من "كاتز وقورفنتش" اختصاصات مدخل الاستخدامات والاشباعات بالأصول النفسية والاجتماعية للاحتياجات والتوقعات من وسائل الاتصال.

إذ يرى كاتز، أن منظور الاستخدامات والاشباعات يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، وهذه الفروض هي:²

- ✓ - يتسم جمهور وسائل الاتصال بالاجابية والنشاط، وأن استخدامه لوسائل الاتصال موجه لتحقيق أهداف معينة.
- ✓ - يختار الجمهور وسائل اتصال محددة لإشباع حاجاته.
- ✓ - تختلف درجة إشباع الحاجات المختلفة للجمهور وفقا لاختلاف وسائل الاتصال.
- ✓ - يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- ✓ - يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما بالتعرف على استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

وقد تطورت هذه النظرية في التسعينات لتغطي ثلاثة مجالات أساسية هي:³

- ◀ دور البحث عن الاشباعات في التعرض لوسائل الاتصال .
- ◀ العلاقة بين الاشباعات والأطر التفسيرية التي تدرك من خلالها الجمهور مضمون وسائل الاتصال.
- ◀ العلاقة بين مضمون وسائل الاتصال الجماهيري والاشباعات.

¹ - Jean-pierre Meubier : **introduction aux théories de la communication**, 2édition, bueck université, 2004,p37

² - Katz, Blumler & Gureviteh: **Utilization of Mass Communication. In the Uses of Mass Communication: Current Prespectives on Grantification Research**. Blumler & Katz. (editors), sage publications, Beverly Hills, London, (1974), pp 11-35.

³ - بسيوني ابراهيم حمادة: **دراسات الاعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام** ، ط 1 ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2008.

ويذكر "مكاوي والسيد" أن نظرية الاستخدامات والاشباع تحقق ثلاثة أهداف رئيسية هي:

- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

وترتكز نظرية الاستخدامات والاشباع على مجموعة من العناصر الأساسية التي تشكل محور النظرية وهي:¹

1- افتراض الجمهور النشط: إذ يؤكد باحثو الاستخدامات والاشباع أن أفراد الجمهور ايجابيين ونشطين، وليس مستقبلين سلبيين لوسائل الإعلام، وهذا عكس ما كانت تفترضه النظريات السابقة - التي تنتمي إلى مدخل التأثيرات- أن الجمهور سلبي في التعامل مع وسائل الإعلام ولا يستطيع تحديد ما يريد وفق احتياجاته ودوافعه.

وقد حدد "جونتر" أبعاد مفهوم الجمهور النشط في النقاط الآتية:

- ❖ الانتقائية: "selectivity" فالجمهور حسب مدخل الاستخدامات والاشباع لديه القدرة على اختيار الوسائل والمضامين التي تحقق حاجاته ودوافعه النفسية والاجتماعية والتي تعكس اهتماماته وتفضيلاته المختلفة، بالإضافة إلى أنه يستطيع أن يدرك ويتذكر بشكل انتقائي ما يتعرض له من رسائل.
- ❖ العمدية: "intentionality" حيث يوجه جمهور وسائل الاعلام المضمون الذي يتعرض له لخدمة دوافعه وأهدافه وحاجاته المختلفة.
- ❖ المنفعة: "utility" استخدام جمهور وسائل الاعلام للوسائل والمضامين الاعلامية مرهون بما يعود عليه من اشباع للاحتياجات المختلفة التي يشعر بأنه في حاجة اليها.
- ❖ عدم السماح بفرضية التأثير: "imperviousness to influence" الجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أحد كما يؤكد باحثو هذه النظرية، وأنه ايجابي ونشط ويوجه اختياراته بناء على

¹ - مديحة جيطاني: استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الاسلامية-دراسة في العادات والانماط والاتجاهات-مذكرة ماجستير غير منشورة-قسم

اصول الدين، فرع الدعوة والإعلام، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الاسلامية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009-2010م، ص32-33.

احتياجاته، وعلى ذلك فالتأثير القوي لوسائل الاعلام على الجمهور مستبعد، والأقرب هو التأثير المحدود لوسائل الاعلام.

❖ الاستغراق: "involvement" وهذه سمة تؤكد ايجابية الجمهور الذي يندمج ويتوحد مع النماذج التي تقدم في وسائل الاعلام ويتأثر بها.

ويرى "palmgreen" أن الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاثة محركات هي:

- الانتقاء: وهو خطوة سابقة لعملية التعرض فيختار الجمهور الوسيلة والمضمون الذي يناسبه.
- الاستغراق: خطوة تحدث أث"ناء التعرض، وذلك من خلال الاندماج فيما يتم التعرض له.
- الايجابية: هذه الأخيرة تعني الدخول في المناقشات والتعليق على مضمون الاتصال، وهذا يشير الى تذكر المضمون وزيادة حجم المعلومات لدى الفرد في هذه الحالة، ويشعر الفرد بأنه حقق نوعا من الاشباع لحاجاته كزيادة المعلومات لديه بعد التعرض لوسائل ورسائل الاعلام، وتؤكد هذه الابعاد والعناصر الخاصة بايجابية الجمهور أن هذا الجمهور قادر على تحديد إهتماماته واحتياجاته ودوافعه من استخدام لوسائل الاعلام.¹

2- الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام: انتهى "جون جونسون" إلى أن أعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفرادا معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة، وشركاء في بيئة ثقافية واحدة.

وقدمت العديد من الدراسات الدليل الامبريقي على دور العوامل الديموغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الاعلام، مثل ارتباط هذا التعرض بالنوع والسن والمهنة والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي.

3- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام: هناك وجهات نظر مختلفة حول هذا الافتراض فأصحاب الاتجاه الاول يرون أن الدوافع حالات داخلية يدركها الجمهور ويعيها بشكل مباشر، وأنه يستطيع تحديد النتائج التي يهدف الى الحصول عليها من وسائل الاعلام.

أما أصحاب الاتجاه الثاني فيرون أنه يصعب ادراك الدوافع بشكل مباشر من قبل الجمهور، ويستدل على هذه الدوافع من خلال معتقدات وسلوكيات أعضاء الجمهور.

1- مرزوق عبد الحكم العادلي: الاعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والاشباع، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004،

وأصحاب الاتجاه الثالث انتقدوا الرؤيتين السابقتين، ورأوا أنه من الصعب التوصل للدوافع، لأن الحاجات الأساسية للفرد ربما تؤثر في تعرضه لوسائل الإعلام وقد تكون هذه الحاجات أساسية لدرجة أنه لا يمكن معرفتها، على أساس أنها محددات للتعرض لوسائل الإعلام وعليه لا يمكن التوصل إلى هذه الدوافع.

وأصحاب الاتجاه الرابع ومنهم "Babrow" رأوا أن تعرض الجمهور لوسائل الاعلام ليس بالضرورة أن يكون مدفوعا، بل قد يكون سلوكا اعتياديا.

وبشكل عام فإن دوافع التعرض كما قسمها "Roben" تنقسم إلى فئتين هما:

أ-الدوافع الوظيفية (النفعية): وتعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون، ولوسيلة اتصالية معينة لاشباع حاجاته من المعرفة والمعلومات.

ب-الدوافع الطقوسية: وتستهدف تضيئة الوقت، التنفيس والاسترخاء، والهروب من الروتين اليومي والمشكلات.

4- توقعات الجمهور من وسائل الاعلام: تقدم نظرية القيمة المتوقعة تفسيراً واضحاً لدوافع تعرض الجمهور لوسائل الاعلام فالفرد يختار من بين بدائل وسائل الاعلام الوسيلة والمضمون طبقاً لقيمتها في اشباع حاجياته حسب توقعه لهذه القيمة.

وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الاعلام وفقاً للفروق الفردية، وكذلك وفقاً لاختلاف الثقافات.

5- تعرض الجمهور لوسائل الاعلام: "أشارت دراسات عديدة إلى وجود ارتباط بين البحث عن الاشباع والتعرض لوسائل الاعلام، وتعتبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الاعلام عن نشاطه، وقدرته على اختيار المعلومات التي تلبي احتياجاته".¹

اشباعات الجمهور من وسائل الاعلام: اهتمت دراسات الاستخدامات والاشباعات منذ السبعينيات بضرورة التمييز بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض لوسائل الاعلام، والاشباعات التي تتحقق بالفعل، ويفرق " لورنس وينر" بين نوعين من الاشباعات هما:

¹ - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سابق، ص 247.

أ- اشباعات المحتوى "Content Gratification": تنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الاعلام وتنقسم بدورها إلى نوعين:

✓ اشباعات توجيهية: وتتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.

✓ اشباعات اجتماعية: ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

ب- اشباعات العملية "Process Gratification": وتنتج عن عملية الارتباط والاتصال مع وسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل وتنقسم إلى نوعين:

✓ اشباعات شبه التوجيهية: وتتحقق من خلال تخفيف الاحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة.

✓ اشباعات شبه اجتماعية: وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الاعلام، وتزيد هذه الاشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة احساسه بالعزلة. تطورت نظرية الاستخدامات والاشباعات خلال العقدين الاخيرين بالنظر إلى الانتقادات التي تعرضت لها، مما أدى إلى ظهور اتجاهات جديدة في محاولة لعلاج هذه السلبيات ومنها نذكر:

- الاتجاه الذي يهتم بالربط بين دوافع الاستخدام وأنواع الاشباع وطبيعة المضمون ونوع الوسيلة الاتصالية.

- اتجاه يهتم بتأثير العوامل النفسية والاجتماعية عند تعرض الافراد للوسائل: مثل المتغيرات الشخصية والسياق الذي يتم فيه التعرض والنشاط الاجتماعي والتفاعل الشخصي مثل ما قام به "Maccoby" في دراسته عن تأثير الظروف الشخصية والنفسية والاجتماعية مجتمعة على قبول الطفل في العائلة.

- اتجاه يهتم بدراسة العوامل المتداخلة بين دوافع الاستخدام لوسائل الاعلام وبين سلوكيات واتجاهات تلك الوسائل وهذا ما قام به كل من: **Rubin** سنة 1983 و **Morly** سنة 1986 و **Swaanson** سنة 1987م حيث أشارت تلك الدراسات إلى وجود علاقة قوية بين دوافع الاستخدام وانماط الاشباع.

لذلك يقول "رونجرين وزملاؤه": أن بحوث الاستخدامات والاشباعات بدأت تدخل مرحلة جديدة تتحدد في وجود نظرية عامة قابلة للبناء والاختبار.

ومما سبق ذكره نستنتج أن أهمية مقارنة الاستخدامات والاشباعات في دراستنا هذه، تتجلى من خلال اتجاهاتها ومراكزها سالفه الذكر، والتي ترتبط بتحديد عادات وأنماط ودوافع تصفح الطلبة الجامعيين في الجزائر لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة والاشباعات التي يحققونها من ذلك في إطار تأثير المتغيرات الشخصية والنفسية والاجتماعية والعوامل المتداخلة في ذلك، و بما يشرح ويوضح طبيعة العلاقة بين جمهور الطلبة ودوافع استخدامهم لمضامين مواقع التواصل الاجتماعي، والاشباعات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي يحققونها من ذلك الاستخدام، حيث أضحت هذه الشبكات ظاهرة اتصالية قوية في عصرنا الحالي.

12-الدراسات السابقة:

للدراستات السابقة دور مهم في إنجاز البحوث العلمية، إذ تعتبر أرضية صلبة في تأسيس البحث وإعداده، بغرض الاستفادة منها، والتوجه إلى جوانب أخرى لم تتعرض لها تلك الدراسات وذلك بهدف الزيادة في رصيد المعرفة العلمية، وتأتي أهمية الدراسات السابقة انطلاقاً من المواضيع التي تناولتها، والتي لها ارتباط بالمشكلة العلمية التي يقوم بدراستها الباحث، بحيث تمثل قاعدة معرفية أولية لها، وتمثل نتائج الدراسة الحالية إضافة مباشرة إلى نتائج الدراسات السابقة، لذلك تظهر أهميتها أكثر في تطوير المشكلة العلمية أو الفروض البحثية وصياغة الإطار النظري وتفسير النتائج الخاصة بالبحث.

كما تعد الدراسات السابقة ذات أهمية علمية في البحث العلمي لأنها تبصر الباحث بموضوعه وتكشف له الجوانب الغامضة وأوجه التشابه والاختلاف.¹

كما يتفق الدارسون لمنهجية البحث العلمي، أن الباحث يمكنه أن يوظف محتوى هذه الدراسات لإثراء الفصول النظرية الخاصة بمتغيرات الدراسة، مع الاستفادة من جوانب مختلفة تحتويها تلك الدراسات، كما يمكن أن تساعد في تحديد الإجراءات المنهجية، خاصة فيما يتعلق بالمنهج والعينة.

ولما كان البحث العلمي تراكمياً ومتجدداً، أي أن الباحث قد لا يكون السباق في تناول هذا الموضوع وإنما سبقه إلى ذلك باحثون من قبله، كان لزاماً عليه أن يجعل من جملة النتائج التي توصلوا إليها، قاعدة وأساساً ينطلق منه في وضع الفرضيات الخاصة ببحثه ومناقشة النتائج التي يتوصل إليها على ضوء النتائج التي خلص إليها سابقوه.

¹ - محمد عبد الحميد: مرجع سابق، ص 92.

وانطلاقاً من هذه الأهمية ارتأينا أن نستفيد من هذه الخطوة العلمية، من خلال عرض جملة الدراسات السابقة و المشابهة لدراستنا، وتحديد كيفية استغلالها واستثمارها في بحثنا، وقد تحصلنا بعد عملية البحث على جملة من الدراسات الجزائرية، العربية والأجنبية سنقوم بعرضها فيما يلي:

أولاً-الدراسات الجزائرية:

1-الدراسة الأولى: لكسيرة اسمهان، حول موضوع: "الشباب الجزائري والهوية الافتراضية"¹ - دراسة

ميدانية لعينة من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك-

صاغت الباحثة الاشكالية الآتية:

ما خلفيات تبني الشباب الجزائري لهوية رمزية افتراضية ضمن فضاء "الفايسبوك"؟ وفي محاولة لتفكيك تراكيب هذه الإشكالية؛ طرحت الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهي سمات وخصائص اشباعات الهوية الافتراضية ضمن فضاء الفايسبوك؟
- وما العوامل والخلفيات الكامنة وراء تبني الشباب الجزائري لهوية افتراضية؟
- كيف ينظر مستخدمو الفايسبوك إلى ذواتهم في خضم مجتمع افتراضي يسمح بالتخفي خلف ستار هوية رمزية؟
- أيمكن لنا أن نعتبر تخفي المستخدم خلف هوية افتراضية مجالا لكشف حقيقة هويته؟

وتأكيداً على ضرورة انتقاء الاحتمالات الممكنة، اقترح كإجابة مؤقتة الفرضيات الأربعة الآتية:

- يتميز موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك بسمات تقدم للمستخدم اشباعات لا يمكن الحصول عليها إلا في كنف هوية افتراضية.
- هنالك عوامل وخلفيات ذاتية تدفع بالشباب الجزائري إلى الانخراط خلف هوية افتراضية؟
- يشعر مستخدمو الفايسبوك في خضم هوية رمزية أنهم في مركز يسمح لهم بممارسة حريتهم المطلقة في التعبير.

¹- كسيرة اسمهان: الشباب الجزائري والهوية الافتراضية" - دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك- أطروحة

دكتوراه غير منشورة في علوم الاعلام والاتصال تخصص تكنولوجيا وسائل الاعلام والمجتمع، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2017-2018م.

- تشكل ظاهرة تخفي مستخدمي الفايسبوك من الشباب الجزائري خلف هوية إفتراضية منبرا للتعبير عما لا يستطيعون التعبير عنه صراحة في العلن.

وهدفنا الدراسة إلى محاولة البحث عن أهمية التفاعل الافتراضي والكشف عن أبعاد الهوية الافتراضية، وكذا التعرف على أهم المعايير والخلفيات التي تدفع بالشباب الجزائري إلى بناء هويته الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

إضافة إلى التعرف على سمات الهوية الافتراضية والحدود الفاصلة بينها وبين الهوية الحقيقية. وتحديد طبيعة العلاقات الاجتماعية التي تتشكل في خضم المجتمعات الافتراضية، وأثرها على العلاقات الحقيقية داخل المجتمع. كما سعت إلى الكشف عن الانعكاسات المترتبة جراء استخدام الفايسبوك في كنف هوية رمزية.

وتتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف خصائص وظروف مشكلة الدراسة وصفا دقيقا وشاملا، معتمدا في هذا على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص النتائج والدلالات بشأن الظاهرة المدروسة، وبما أن هذه الدراسة تقتصر على مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك- فقد اختار الباحث العينة القصدية، أين يقوم باختيار مفرداتها بطريقة تحكّمية ومباشرة. حيث بلغ عدد المفردات في هذه الدراسة 150 مفردة، حيث تم التركيز تحديدا على فئة الشباب دون غيرها من الفئات الاجتماعية الأخرى وهذا لكونهم الأكثر استخداما للفايسبوك في الجزائر.

وقد تمت الاستعانة بالاستمارة حتى يتسنى للباحثة الكشف عن خلفيات تبني الشباب الجزائري هوية رمزية افتراضية ضمن فضاء "الفايسبوك"، ومن حيث التصميم اشتملت هذه الأداة على أربعة محاور تتماشى وفقا للأسئلة المطروحة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة نذكر:

➤ أكبر نسبة من المبحوثين هويتهم المنشأة عبر موقع الفايسبوك تحمل معلومات حقيقية في حين قلة فقط من المبحوثين الهوية المصرح عنها عبر الصفحة لا تحمل معلومات حقيقية عنهم ومن خلال ربط ذلك مع انعكاس صفحة المستخدم عبر موقع الفايسبوك على هويته الحقيقية فنجد أن النسب متقاربة جدا مع الهوية المصرح عنها من قبل المبحوثين والتي تتوافق مع معلوماتهم الحقيقية بـ 82%.

◀ تأكد من خلال تحليل المعطيات الميدانية أن الشباب الجزائري يستخدمون هويتهم الحقيقية في اشتراكاتهم عبر موقع الفايسبوك وهذا ما يعكس تمسكهم بذواتهم والمحافظة عليها حتى داخل الفضاء الافتراضي.

◀ الشباب الجزائري واقعي إذ نجده يفضل العلاقات الواقعية المباشرة التي تقوم بتعزيز صداقاتهم عبر الواقع.

◀ إن تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجزائري في ممارسة هويته الحقيقية وإعادة رسم حدود هذه الهوية عبر هذا الفضاء الذي صاحب ظهوره العديد من الانعكاسات خاصة على مستوى هوية الشباب وكذا على مستوى العلاقات الاجتماعية مما ساهم في التغير الاجتماعي.

◀ توصلت الدراسة إلى إبراز عناصر الهوية التي تتشكل عبر الفضاء الرقمي والمتمثلة في الهوية الافتراضية والتي تبقى غامضة كمفهوم يمزج بين السمات الشخصية ومستويات عرض الذات للمستخدمين الشباب، وصعوبة التطابق بين الهوية الحقيقية والافتراضية مما يؤدي إلى نماذج متعددة من المستخدمين.

◀ توسيع علاقات الصداقة عامل مهم يثبت حاجة المستخدمين لموقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك إلى التواصل وتكوين علاقات اجتماعية حتى وإن كانت افتراضية. فالولوج إلى العالم الافتراضي هو بهدف بناء وتكوين العديد من العلاقات الافتراضية، والتعرف على أشخاص جدد والتواصل معهم في شؤون الدراسة والعمل وكذا التواصل مع الأهل والأقارب.

2- الدراسة الثانية: لنوال بركات"، حول: "انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية"¹ دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين.

طرحت الباحثة الإشكالية الآتية: ما هي عوامل وانعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات التي تربط المستخدمين الجزائريين مع محيطهم الاجتماعي؟ وتفرعت إلى التساؤلات التالية:

- ✓ ما هي طبيعة استخدام الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ✓ ما هي عوامل إقبال الجزائريين على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ✓ ما هي انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الأسرية والقرابية الجزائرية؟

¹ نوال بركات: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين

الجزائريين، أطروحة دكتوراه غير منشورة تخصص علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015، 2016.

✓ ما هي انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط علاقات الجيرة في المجتمع الجزائري؟

✓ ما هي انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية بين زملاء الدراسة و / أو العمل في المجتمع الجزائري؟

هدفت الدراسة إلى تحديد أسباب إقبال الجزائريين على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية في المجتمع الجزائري. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي واعتمدت على الملاحظة البسيطة المباشرة والاستبيان كأداتين لجمع البيانات، وجه الاستبيان إلى عينة قصدية من المستخدمين الجزائريين لموقع الفيسبوك وقوامها ألف مفردة، ومن أهم النتائج المتوصل إليها نذكر:

-لقد شكلت بعض العلاقات والروابط الاجتماعية لدى العديد من المستخدمين بديلا متميزا عن العلاقات الواقعية بكل أبعادها، حيث أنه وفي عالم افتراضي كامل يعبر فيه المستخدم على ما يجول في خاطره بحرية مطلقة، وفي عالم افتراضي كامل، يسعى المستخدم لإبراز تواجدته وإبداء رأيه للحصول على المعلومات والأخبار وتمضية الوقت.

- استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي أن تمد المستخدمين بقنوات جديدة للمشاركة في الأنشطة الاجتماعية، وروابط جديدة لتكوين نمط علاقات اجتماعية تتميز بالافتراضية اللامحدودة يختلف نمطها عن تلك العلاقات الاجتماعية الواقعية.

الدراسة الثالثة: للباحثة هالة دوغمان عن "مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم: العلاقة بين الواقعي والافتراضي"¹ دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجزائريين المستخدمين لموقع الفيسبوك

انطلقت الدراسة من سؤال جوهري مفاده: ما هو أثر استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على قيم الشباب الجامعي المستخدمين لموقع الفيسبوك؟ تفرعت عن التساؤل الرئيسي العديد من التساؤلات الفرعية:

1. ما هي الدوافع التي تكمن وراء استخدام الشباب الجامعي الجزائري لموقع الفيسبوك؟

2. هل ساهم موقع الفيسبوك في تعزيز القيم لدى الشباب الجامعي الجزائري؟

¹ - هالة دوغمان: مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم: العلاقة بين الواقعي والافتراضي، دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجزائريين المستخدمين لموقع الفيسبوك، أطروحة دكتوراه علوم غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017، 2018م.

3. ما مدى ارتباط الشباب الجامعي الجزائري بقيمتها في استخداماتهم لموقع الفيسبوك؟

4. هل استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيسبوك أدى إلى ابتعادهم عن قيمهم؟

وقد اعتمدت الباحثة على استخدام منهج المسح بالعينة، كما اعتمدت على أداة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، إضافة إلى أداتي المقابلة والملاحظة على عينة قوامها 400 طالب.

وأيضاً تم الاعتماد على أدوات البحث العلمي والمتمثلة في الاستبيان والملاحظة.

- اعتمدت الباحثة على عينة من الطلبة الجزائريين، للتعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم لديهم. وخلصت الباحثة إلى جملة من النتائج منها:

- لموقع الفيسبوك أثر إيجابي في تعزيز قيمة الصدق في المعاملات لدى الطلبة المبحوثين.

- يستخدم أغلب المبحوثين موقع الفيسبوك، وسبب الإقبال المتزايد يرجع إلى الدردشة.

- يعد موقع الفيسبوك بمثابة فضاء افتراضي يفتح للأفراد مجالا للتواصل وتكوين علاقات اجتماعية مع العديد من المستخدمين.

الدراسة الرابعة: لعبدش صونية بعنوان: "الشبكات الاجتماعية على الانترنت"¹ دراسة مسحية لمستخدمي الفايس بوك من طلبة جامعات الجزائر العاصمة (201 و 3).

حاولت هذه الدراسة فهم واقع استخدام الفايسبوك لدى طلبة كليات جامعات الجزائر العاصمة 1 و 2 و 3، وهي دراسة مسحية وصفية، على عينة حصصية قوامها 500 طالب وطالبة، حيث تم الاعتماد فيها على أداتي الاستمارة والملاحظة بالمشاركة، لجمع البيانات من المبحوثين.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها ما يلي:

- صرح أغلبية الطلبة على أنهم تعرفوا على الفايسبوك عن طريق وسائل الاتصال الشخصي، ويستخدمونه من 3 إلى 5 سنوات. علما بأن "الصفحة الرئيسية هي أهم تطبيقات الفايسبوك المستخدمة من قبلهم.

¹ - عبدش صونية: الشبكات الاجتماعية على الانترنت - دراسة مسحية لمستخدمي الفايس بوك من طلبة جامعات الجزائر العاصمة 201 و 3، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2015م.

- لا يولون اهتماما كبيرا لاستخدام المجموعات والمشاركة فيها، في حين أنهم يقومون بتحديث حالتهم على الأقل مرة إلى أربع مرات في الأسبوع.
- يستخدمون أساسا "الأحرف اللاتينية للحديث بالعربية الدارجة على الفايسبوك و أن الطلبة ليسوا مدمنين على استخدام الموقع.
- كشفت نتائج البحث أن: " الحاجات الإدراكية " و " الدوافع المعرفية " هي أهم الحاجات والدوافع التي عبرت عنها العينة.
- لاحظت الباحثة أن العلاقة بين استخدام الفايسبوك ورأس المال الاجتماعي لم تكن واسعة لدى أفراد العينة، علما بأن الكثير من الطلبة لا يتقنون في أصدقائهم الفايسبوكيين.
- لا تنفي الباحثة كون نسبة معتبرة من مجتمع بحثها يحسون بـ " الانتماء والولاء " إلى المجتمعات الافتراضية على الفايس بوك، وهذا يعود أساسا إلى التمكن من الحديث والتعبير في كل المواضيع دون قيود.
- اعتبر أغلب المبحوثين أن العلاقات الاجتماعية الافتراضية عبر الفايسبوك، فرصة للعلاقات الاجتماعية التقليدية، لكونها أساسا تعمل على توسيع الشبكة الاجتماعية للأفراد والقضاء على العزلة.
- بينت الدراسة زيادة وتفاعل غالبية الطلبة مع محتوى الصفحات الاجتماعية على الفايسبوك، وقد نقصت مدة الذين يقومون بنشر مضامين إعلامية وأخبار مهمة.
- لا يقوم أغلب المبحوثين بإفشاء ذاته على الفايسبوك، كما يعتبرون إعدادات الخصوصية غير كافية لحماية معلوماتهم، لذا فالنسبة الغالبة منهم تستخدم هويات مستعارة.

3-الدراسة الخامسة: لريحانة بلوطي بعنوان "دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد¹ - دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفايسبوك أنموذجا"

استهلتها الطالبة بالتعريف بالموضوع وتقديمه ثم طرحت إشكالية مفادها: ما هي دوافع استخدام الهوية الافتراضية على الشبكات الاجتماعية؟ وما أثرها على الفرد؟ وتفرعت هذه الإشكالية إلى عدة تساؤلات خاصة بالاستخدامات وبالشباعات والتي تمثلت فيما يلي:

¹-ريحانة بلوطي: دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد - دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفايس بوك أنموذجا، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2014 - 2015 .

- ما هو المقصود بالهوية الافتراضية؟

- ماهي عادات تعرض الجزائريين لموقع الفايسبوك؟

- ما هي أنماط وطرق استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية تحديدا جمهور الفايسبوك؟

- ما هي دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية؟

- ما هي الاشباكات المحققة من وراء استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية؟

ما هو الأثر الذي يحدثه استخدام الهوية الافتراضية في التواصل داخل الشبكات الاجتماعية على مستوى الفرد؟ و هل الهوية الافتراضية هي محاكاة للهوية الحقيقية والعالم الافتراضي انعكاس للعالم الحقيقي عبر شبكات التواصل؟ وتهدف الدراسة حسب ما تمت الإشارة إليه إلى:

* التوصل إلى معرفة أسباب ودوافع استخدام الفرد للهوية الافتراضية في تواصله عبر الشبكات الاجتماعية.

* التعرف على تطبيقات الويب والوسائل الاتصالية الحديثة ومنها إعلام الشبكات الاجتماعية أو الإعلام الاجتماعي.

* التعرف على ماهية المجتمع الافتراضي والحدود الفاصلة أو الحدود الرابطة بينه وبين المجتمع الحقيقي.

* التعرف على مفهوم الشبكات الاجتماعية ودورها وتفعيل الحياة الاتصالية للأفراد والمجتمعات.

* محاولة التوصل إلى معرفة الهوية الافتراضية والحدود بينها وبين الهوية الحقيقية لمستعمل الشبكات الاجتماعية.

* الكشف عن الإشباع الحقيقي من وراء استخدام بيانات هوية افتراضية لدى جمهور الشبكات الاجتماعية.

* معرفة الأثر المترتب عن استخدام الفرد لهوية افتراضية في تواصله مع غيره في شبكات التواصل الاجتماعي سواء بالإيجاب أو بالسلب على مستوى هويته الحقيقية وتعاملاته مع الأفراد داخل المجتمع الذي يعيش فيه.

وتندرج هذه الدراسة ضمن إطار الدراسات الوصفية التي تتمحور بالأساس حول دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية، ومعرفة الاشباع المحققة من وراء إخفاء الهوية الحقيقية في التواصل مع الآخرين، والوصول إلى معرفة أثرها على الفرد، أما منهج الدراسة فقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي، الذي يهدف إلى وصف ظاهرة استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية بطريقة كمية واستخلاص مجموعة من النتائج بناء على المعلومات المحصل عليها من أفراد العينة.

أما الأداة التي استخدمتها الباحثة في هذه الدراسة تمثلت في الاستبيان من خلال طرح الاستمارة كأداة لجمع البيانات حول موضوع دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية، وتم توزيع 200 استمارة على مستخدمي الفيسبوك.

وقد توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها ما لها علاقة بموضوعنا والمتمثلة في:

- ينخرط المستخدمون في الفيسبوك مع المجموعات الافتراضية المختلفة، والتي تكون ذات توجه متنوع لديهم بنسبة 21%، ويستخدم أكثر من نصفهم أسماء مستعارة أو مركبة من اسم حقيقي وآخر مستعار، وتكون دلالات هذه الأسماء مختلفة إما حروف مختصرة لأسمائهم أو مقتبسة من أسماء شخصيات مشهورة فنياً أو تاريخياً أو رياضياً.

- كما يوفر المبحوثون بياناتهم المتمثلة في السن، الجنس، مكان العمل والإقامة، والمستوى الدراسي وغيرها. وقد تتطابق مع بيانات هويتهم الحقيقية وقد تختلف عنها، لذا يخفي بعضهم سنه وجنسه من الظهور على الجداريات الخاصة بهم خوفاً من المضايقات والإحراج أو بداعي رفض المبدأ أساساً وبعضهم مبرره التسلية والترفيه.

- كما يلجأ 21.74 % إلى عدم وضع صورهم الحقيقية على الفيسبوك، خاصة الإناث منهم نظراً للخوف من قرصنة واختراق حساباتهم أو تجنباً للمضايقات التي تلحقهم من الجنسين.

وبالتالي كان مبرر المبحوثين الأساسي في عدم التصريح بهويتهم الحقيقية والتواصل من خلال استخدام هوية افتراضية، هو الخوف من القرصنة والاختراق قم تجنب المضايقات والإحراج وبدافع الحرية في التواصل، وكذا التواصل دون أن يتعرف عليهم الغير.

أما عن أثر الهوية الافتراضية على الفرد، فانقسمت إلى شقين أحدهما إيجابي وتمثله ثلاثة أبعاد، حيث مكنت الفرد من الحديث بكل حرية أثناء التواصل مع الغير دون التخلي عن القيم والمبادئ الاجتماعية التي يملكها، كما ساعدت في تعزيز الأخلاق الحمودة لديه.

4-الدراسة السادسة: لمريم نريمان نومار بعنوان: "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية"¹ - دراسة عينة من مستخدمي موقع فيسبوك في الجزائر

هدفت الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية، من خلال دراسة عينة من مستخدمي موقع فايسبوك في الجزائر، وانطلقت من طرح التساؤلات التالية :

1. ما هي عادات وأنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي لدى الجزائريين؟
2. ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين الموقع فايسبوك؟
3. كيف يؤثر استخدام فايسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واعتمدت على الملاحظة والاستبيان كأداتين لجمع البيانات، وجه الاستبيان إلى عينة قصدية من المستخدمين الجزائريين لموقع فايسبوك وقوامها 280 مفردة، كما تكون الاستبيان من ثلاث محاور، تناول المحور الأول عادات وأنماط استخدام فايسبوك لدى الجزائريين وضم 12 سؤالاً، والمحور الثاني حول الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع فايسبوك وضم 11 سؤالاً، والمحور الثالث حول فايسبوك والعلاقات الاجتماعية وضم 16 سؤالاً تم اختيار عباراته على أساس فتوي حيث تضمن أربعة أبعاد أساسية :

- ❖ البعد المتعلق بتأثير الاتصال عبر موقع فايسبوك في الاتصال الشخصي وجهها لوجه.
- ❖ البعد المتعلق بتأثير استخدام فايسبوك على التفاعل الاجتماعي للمستخدمين مع عائلاتهم ومعارفهم.
- ❖ البعد المتعلق باستخدام فايسبوك والحفاظ على العلاقات الاجتماعية وتوسيعها - البعد المتعلق بتأثير استخدام فايسبوك على الانتماء الاجتماعي.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

-نجح موقع فايسبوك في تجسيد ثقافة الكترونية تواصلية جديدة بين الأفراد، أنتجت مشاعر جديدة حيث أصبح الأفراد يتواصلون عن طريق فايسبوك أكثر من تواصلهم وجهها لوجه، وأصبحوا يقضون وقتاً أكثر في الحديث مع أصدقائهم، فسمح لهم ذلك بنقل آرائهم واتجاهاتهم والتعبير عن مشاعرهم بطريقة أفضل.

¹ - مريم نريمان نومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية -دراسة على عينة من مستخدمي موقع فايسبوك في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، قسم العلوم الإنسانية، جامعة باتنة، الجزائر، 2011 - 2012 .

- يؤثر استخدام موقع فايسبوك على التفاعل الاجتماعي للمستخدم مع عائلته وأصدقائه ومعارفه، فقضاء وقت طويل في تصفح الموقع ووضع المشاركات والرد على التعليقات، يجعل المستخدم ينسى نفسه مع تراجع المشاركة في مختلف النشاطات الاجتماعية.

- ساهم موقع فايسبوك من جهة أخرى في توسيع العلاقات الاجتماعية والحفاظ عليها، فقد نجح هذا الموقع في أن يجمع عددا كبيرا من أصدقاء المدرسة والرفاق، وسهل التواصل مع الأقارب خاصة منهم الذين يقطنون في مناطق بعيدة.

- يؤثر استخدام موقع فايسبوك على الانتماء الاجتماعي، فبعد اندماج الفرد وإلغاء المسافات فيما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن المستخدم يعبر عن شعوره بالوحدة والعزلة عن محيطه الاجتماعي، وأيضا الشعور بالفراغ الاجتماعي والعاطفي، مما يخلق حالة من التباعد النفسي والاجتماعي بينه وبين من تربطه بهم علاقات اجتماعية، فيبدأ بالانسحاب من الواقع ليهرب من مكان آخر يلبي من خلاله حاجاته ورغباته، أو قد يكون ذلك بسبب افتقاد المستخدم لهذه الإشباعات في الواقع بسبب خلل ما في علاقاته الاجتماعية، كما يمكن اعتبار قلة تواصل المستخدم مع عائلته وأصدقائه وتراجع مشاركته في النشاطات الاجتماعية، أحد المؤشرات عن اغتراب المستخدم عن مجتمعه، وتظهر هذه التأثيرات خاصة بالنسبة للمستخدمين الأصغر سنا، فمجرد إحساسهم بالانتماء مع أصدقاء افتراضيين أكثر من أصدقاء الواقع وشعورهم بالراحة وقت التواصل وسيطيا أكثر من الاتصال وجها لوجه من شأنه أن يؤثر سلبا على نفسياتهم وسلوكياتهم.

الدراسة السابعة: لرمضان الخامسة، حول "استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي"¹، دراسة مسحية حول جمهور الشبكات الاجتماعية.

هدفت إلى الكشف عن الاستخدامات والإشباعات التي يحصل عليها الشباب الجامعي الجزائري من خلال المواقع الاجتماعية على الانترنت وعلاقتها بانتشار قيم العولمة الثقافية لديهم، حيث تم اعتماد منهج المسح الاجتماعي، ونظرا لضخامة مجتمع البحث، فقد تم استخدام المسح عن طريق العينة، واستخدمت أداة الاستمارة لجمع البيانات، أما العينة فبلغ حجمها (100) مفردة، وقد تم اختيارها عن طريق العينة العنقودية وذلك بتقسيم جامعة بسكرة إلى كليات، ثم سحب مفردات العينة على مستوى كل كلية بطريقة الحصص المتساوية بين الإناث والذكور، والشباب الذين يسكنون عاصمة الولاية وخارجها، وكذلك استخدام العينة

¹ - الخامسة رمضان: استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي - دراسة مسحية حول جمهور الشبكات الاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال، جامعة بسكرة، الجزائر، 2011 / 2012 .

القصدية في سحب المفردات من خلال انتقاء مستخدمي المواقع الاجتماعية على مستوى كل كلية، ومن أهم النتائج المتوصل إليها نذكر:

- يستخدم أغلبية أفراد العينة المواقع الاجتماعية بكثافة، حيث أن استخدام هذه المواقع هو نشاط أساسي لدى أغلبية أفراد العينة، خاصة عند الإناث أكثر من الذكور.

- يعد فايسبوك ثم يوتيوب أكثر المواقع الاجتماعية على الانترنت استخداما من طرف الشباب الجامعي الجزائري، كما تعتبر الدردشة من أهم الأسباب التي تجعل الشباب الجامعي يقبل على الشبكات الاجتماعية على الانترنت وبنسبة أقل تحميل الملفات.

- يمثل الترفيه والحصول على معلومات ومعارف، أهم الدوافع التي تجعل الشباب الجامعي يقبلون على استخدام المواقع الاجتماعية.

- إن الحديث عن التفاعل يعد رأيا مستبعدا، خاصة وأن نسبة كبيرة من أفراد العينة أجابت بأنها تقوم بالاطلاع والتعليق ثم المرتبة الثانية الفئة التي تكتفي بالاطلاع ثم الفئة النشطة التي تقوم بالنشر.

- يجمع أغلبية أفراد العينة على أن المواقع الاجتماعية تحمل قيما غربية، واتفقوا على أن أهم القيم الغربية الإيجابية التي تروج لها هي الحرية، أما السلبية فهي الإباحية الجنسية.

- يرى أغلبية أفراد العينة أن المواقع الاجتماعية غير ناجحة في ربط علاقات حقيقية وقوية. يتجسد انتشار قيم العولمة الثقافية الغربية في تفضيل أغلبية أفراد العينة من بين المظاهر الثقافية الغربية للماديات المتمثلة في السيارات، المنازل...، ثم السلوكيات والتصرفات ثم الأغاني.

- يرى الأغلبية أن ملفات الفيديو على المواقع الاجتماعية تحمل قيما سلبية تضر بثقافة المجتمع الجزائري، وعلى الرغم من ذلك، فقد أجابت الأغلبية منهم أنهم لا ينوون التخلي عن استخدام هذه المواقع مستقبلا.

* قراءة في الدراسات السابقة الجزائرية: (مجال تركيز هذه الدراسات، الاستفادة منها، أوجه التشابه والاختلاف)

في ختام عرضنا لمجمل الدراسات السابقة المحلية التي لها علاقة بموضوع دراستنا، نجد أنها قد تناولت في مجملها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمحور بحث، كما ركزت بعضها على تأثير هذه المواقع -خاصة الفايسبوك- وانعكاساتها على الفرد والمجتمع.

وقد سلطت هذه الدراسات الضوء على بعض الجوانب المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية، حيث أكدت بعضها على نقاط أهمها: دوافع استخدام الفايسبوك ومعرفة انعكاسات وتأثيرات ذلك على العلاقات

الاجتماعية خاصة منها الافتراضية، كما تتفق دراستنا الحالية مع تلك الدراسات في تناول شبكات التواصل الاجتماعي كمواضيع هامة فرضت نفسها أمام العديد من الباحثين والدارسين.

وبالتالي الدراسات السابقة المحلية، تتقاطع مع موضوعنا الحالي في جزئية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي التي تعد من الجزئيات المهمة في هذا البحث. إلا أنها تختلف عنها، في تطرقنا إلى محاولة معرفة الدوافع الكامنة وراء اللجوء إلى استخدام هذه الشبكات الاجتماعية والاشباعات المحققة من ذلك الاستخدام عند الشباب الجامعي، وتجاوز ذلك إلى معرفة الأثر المترتب عن هذا الاستخدام على الطالب الجزائري، خاصة على مستوى العلاقات الاجتماعية الافتراضية. كما أن بعضها يتقاطع مع دراستنا في المدخل النظري للدراسة ما دفعنا إلى الاستزادة أكثر من خلال توظيف بعض الدراسات المشابهة من حيث التراث النظري المستخدم، والذي ساعدنا في ضبطه وصياغته خاصة بإحالتنا للعديد من المراجع المهمة في ذلك، ودعم الجانب التطبيقي عند تحليل وتفسير البيانات والأرقام الإحصائية لخدمة النتائج النهائية للموضوع محل الدراسة.

كما تعد الدراسات السابقة الجزائرية التي تم التطرق إليها، مرجعا هاما لموضوعنا المطروح، حيث مكنتنا من توظيف الرصيد المعرفي وحتى المنهجي المستخدم في تأصيل الدراسة، بالإضافة الى كونها ساهمت في توجيه البحث إلى الرواق المعرفي السليم، بطريقة تضمن الوصول إلى نتائج تحمل الصبغة العلمية الأكاديمية.

2/ الدراسات الأجنبية العربية:

الدراسة الثامنة: للباحثة فاطمه صالح الخطيب، بعنوان: " آثار شبكات التواصل الاجتماعي على طلبة جامعة اليرموك وعلاقتها بالرقابة الذاتية من وجهة نظرهم أنفسهم".¹

هدفت هذه الدراسة التعرف على مستوى آثار شبكات التواصل الاجتماعي على طلبة جامعة اليرموك وعلاقتها بمستوى الرقابة الذاتية أثناء استخدامهم لتلك الشبكات من وجهة نظرهم، ولتحقيق هدف الدراسة، تم بناء أداتين للدراسة (أداة آثار شبكات التواصل الاجتماعي، وأداة الرقابة الذاتية)، وقد تم التحقق من صدقهما، وثباتهما، وتكونت عينة الدراسة من طلبة جامعة اليرموك، مرحلة البكالوريوس المسجلين للفصل الصيفي 2015-2016، حيث بلغت عينة الدراسة 712 طالبا وطالبة حسب نسبة وجودهم في المجتمع الأصلي، واستخدم المنهج الوصفي المسحي الارتباطي لمناسبته لهذا النوع من الدراسات.

¹ - فاطمه صالح علي الخطيب: آثار شبكات التواصل الاجتماعي على طلبة جامعة اليرموك وعلاقتها بالرقابة الذاتية من وجهة نظرهم أنفسهم، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم الادارة وأصول التربية، كلية التربية، جامعة اليرموك، 2017م.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن المتوسط الحسابي العام لتقديرات المستجيبين نحو آثار شبكات التواصل الاجتماعي الايجابية والسلبية على طلبة جامعة اليرموك جاءت بدرجة متوسطة، كما أظهرت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقديرات المستجيبين لآثار شبكات التواصل الاجتماعي الايجابية على طلبة جامعة اليرموك ككل تعزى لمتغيرات، الجنس، والكلية، ومستوى دخل الأسرة، وأيضاً أظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في آثار شبكات التواصل الاجتماعي الإيجابية على طلبة جامعة اليرموك ككل تعزى لمتغير معدل الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي، لصالح الطلبة الذين يستخدمونها بمعدل أكثر من ثلاث ساعات يومياً، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقديرات المستجيبين لآثار شبكات التواصل الاجتماعي السلبية على طلبة جامعة اليرموك ككل تعزى لمتغيري الكلية، ومستوى دخل الأسرة.

كما بينت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آثار شبكات التواصل الاجتماعي السلبية على طلبة جامعة اليرموك ككل تعزى لمتغير الجنس، ولصالح الإناث، وأيضاً وجود فروق في آثار شبكات التواصل الاجتماعي الذين يستخدمونها بمعدل أقل من ساعتين يومياً، كما أن المتوسط الحسابي العام لتقديرات المستجيبين لجميع المجالات التي تقيس مستوى الرقابة الذاتية عند استخدام التواصل الاجتماعي من قبل طلبة جامعة اليرموك ككل جاءت بدرجة مرتفعة، وإيضاً عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الرقابة الذاتية عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة جامعة اليرموك ككل تعزى لمتغيري الكلية، ومستوى دخل الأسرة، وأيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الرقابة الذاتية عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة جامعة اليرموك ككل تعزى لمتغير الجنس، وكانت الفروق لصالح الإناث.

الدراسة التاسعة: للباحث آل رشيد معضد بن عبد الهادي: "مواقع التواصل الاجتماعي وإسهامها في تشكيل الرأي العام تجاه قضايا الأمن الوطني السعودي"¹

تحددت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي: ما مدى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام تجاه قضايا الأمن السعودي؟

وهدفَت الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بقضايا الأمن الوطني السعودي، والتعرف على مؤشر الرأي العام الذي تشكله مواقع التواصل الاجتماعي تجاه القضايا الدينية، والتعرف على

¹ - آل رشيد معضد بن عبد الهادي: مواقع التواصل الاجتماعي وإسهامها في تشكيل الرأي العام تجاه قضايا الأمن الوطني السعودي، أطروحة

دكتوراه غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العدالة الجنائية، قسم الدراسات الأمنية، 2016.

مستوى إسهامها في تشكيل رأي عام تجاه قضايا الانتماء الوطني السعودي الأمنية والاجتماعية والاقتصادية السعودية، والتعرف على وجهة النظر الاستكشافية لبعض ذوي الخبرة من نخب المجتمع السعودي، حول أهم مهددات الأمن الوطني السعودي المؤثرة على الرأي العام في مواقع التواصل الاجتماعي.

واستخدم الباحث العينة العشوائية العنقودية، من خلال رصد جميع المواد الإعلامية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختارة (يوتيوب وتويتر وفيسبوك) التي تتطرق لقضايا الأمن الوطني السعودي، كما استخدم الباحث المنهج الوصفي من خلال المدخل الكمي مستخدماً أسلوب تحليل المضمون.

وتوصل إلى مجموعة من النتائج:

- بروز المواد المنشورة التي تتناول قضايا التطاول على الإسلام، والقضايا الطائفية، والإرهاب، وقضايا أزمة السكن بالدرجة الأولى في المواد المنشورة عن قضايا الأمن الوطني السعودي في مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر، فيسبوك، يوتيوب).

- أن الكثير من مشاركي موقع تويتر يفتقدون للعلم الكافي في جانب التشريع ومصادره، وعدم تأثر مشاركي فيسبوك وموقع اليوتيوب بالمنشورات السلبية التي تتناول على مصادر التشريع.

أن المشاركين في (تويتر) يمثلون أعداداً كبيرة جداً ليس لديها توجهات محددة مشتركة، وأن المشاركين في (فيسبوك) يشكلون مجموعات متجانسة من حيث القيم الاجتماعية والثقافية.

- تأثر مشاركي اليوتيوب بالمواد السلبية المنشورة التي تدعو للتعصب.

- وجود مؤشر على تأثر مرتادي موقع تويتر وموقع اليوتيوب بالفكر الإرهابي، ووجود مؤشر على تأثر مرتادي الفيسبوك بالجرائم الجنائية، وتأثر مرتادي تويتر وفيسبوك بما يطرح حول قضية أزمة السكن.

- أن مهدد الإرهاب جاء في المرتبة الأولى على جميع مهددات الأمن الوطني السعودي من حيث قوة التأثير على الرأي العام، وجاءت قضايا الانتماء الوطني السعودي في المرتبة الأولى على باقي القضايا من وجهة نظر الخبراء.

الدراسة العاشرة لعلاء العقاد بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني - دراسة ميدانية-¹

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني، والكشف عن جوانب مهمة في علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالمشاركة السياسية للشباب الفلسطيني.

وتندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، و الاستبيان كأداة لجمع المعلومات من عينة الدراسة الميدانية، والتي تمثلت في عينة عشوائية منتظمة من طلبة كل من: (الجامعة الإسلامية، وجامعة الأزهر، وجامعة الأقصى، وجامعة القدس المفتوحة)، واستندت على ثلاثة مداخل نظرية (مدخل الإعلام الجديد وآفاق التواصل الاجتماعي، ونموذج الحضور الاجتماعي، ومدخل المجال العام). وكان من أبرز نتائج الدراسة:

1- إن الحراك السياسي الذي جاء استجابة لدعوات موقع التواصل الاجتماعي، قد أخذ أشكالا متعددة ومتنوعة في مقدمتها المشاركة في الاحتجاجات والمظاهرات، تلاها حضور مؤتمرات ولقاءات سياسية، ومن ثم حضور فعاليات وطنية، وبفارق كبير جاء الحراك المتمثل في المشاركة في فعاليات دعم السلطة والمشاركة للتصويت بالانتخابات.

2- تصدر هدف الدفاع عن الوطن ضد الاحتلال وعدوانه، أول أهداف الحراك السياسي للشباب الذي جاء كاستجابة لدعوات مواقع التواصل الاجتماعي، تلاه هدف الضغط على صناع القرار، ومن ثم هدف محاربة الحصار ضد غزة، والتضامن مع الأسرى في السجون الإسرائيلية. وكان في أقل مرتبة هدف تحقيق أهداف شخصية.

3- جاءت الظروف الأمنية كأهم المعوقات التي تحول دون قيام الشباب الفلسطيني بدورهم في المشاركة السياسية بالشكل المطلوب، تلاه بفارق بسيط معوق انشغال الشباب الفلسطيني بإهتمامات أخرى، ومن ثم معوق صعوبة التواصل مع الناشطين السياسيين الذين قد يدفعوهم للمشاركة الفعلية، وفي مراتب أقل جاءت معوقات أخرى كمحدودية الثقافة السياسية، واعتقاد بعض الشباب بعدم جدوى المشاركة.

¹ - علاء العقاد: دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني -دراسة ميدانية- رسالة ماجستير غير منشورة،

معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، القاهرة، مصر، 2014م.

الدراسة 11: لحنان الشهري بعنوان: "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيسبوك وتويتر نموذجاً"¹

هدفت هذه الدراسة التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر والتعرف إلى طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع. واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة الدراسة والتي تمثلت بـ(150) طالبة من جامعة الملك عبد العزيز تم اختيارهن بطريقة عمدية، واستخدمت الدراسة أكثر من نظرية وهي (النظرية التفاعلية الرمزية - نظرية انتشار المستحدثات لروجرز - مدخل الاستخدامات والإشباع - نموذج التأثير القوي لوسائل الاتصال). وكان من أبرز نتائج الدراسة:

1- أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك وتويتر، هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع، وأشارت النتائج كذلك أن الطالبات استفدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة والبحث عن صداقات جديدة والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانياً.

2- بينت الدراسة أن لاستخدام الفيسبوك وتويتر العديد من الآثار الإيجابية، أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي فيما جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية.

3- توجد علاقة ارتباطية عكسية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي، وبين أسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات.

4- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة بين متغير عدد الساعات وأسباب الاستخدام ومعظم أبعاد طبيعة العلاقات الاجتماعية، في حين أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات.

الدراسة 12: لآلاء مخلوف بعنوان: "استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لليوتيوب والإشباع المتحققة منه"²

هدفت الدراسة التعرف إلى استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لليوتيوب والإشباع المتحققة منه، وتندرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واستخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي

¹ - حنان الشهري: أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيسبوك وتويتر نموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب قسم الاجتماع-جامعة الملك عبد العزيز، الرياض، السعودية 2013م.

² - آلاء مخلوف: استخدامات طلبة الجامعات الأردنية في اليوتيوب والإشباع المتحققة منه، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، عمان، الأردن، 2013م.

والتحليلي، والاستبيان كأداة لجمع المعلومات من عينة الدراسة والتي تمثلت (300) مفردة من الطلبة في جامعة اليرموك في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع. وكان من أبرز نتائج الدراسة:

1- ما نسبته (88%) من أفراد عينة الدراسة من طلبة جامعة اليرموك يستخدمون موقع مشاركة الفيديو اليوتيوب.

2- الدوافع المتمثلة في التسلية وشغل أوقات الفراغ، وزيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية، والحصول على مقاطع ولقطات فيديو نادرة، شكلت ما يمكن أن يسمى بالدوافع الملحة لدى المبحوثين لاستخدام اليوتيوب.

3- كشفت الدراسة أن إشباعات "مراقبة البيئة" تقدمت على غيرها من الإشباعات الأخرى وبمتوسط حسابي مقداره (3.9)، جاءت بعدها إشباعات التسلية"، وبمتوسط حسابي مقداره (3.7)، تلتها إشباعات التفاعل الاجتماعي، وبمتوسط حسابي مقداره (3.2)، وأخيراً "إشباعات المشاركة في الرأي مع الآخرين"، وبمتوسط حسابي مقداره (2.7) وهذه النتيجة تكرر أهمية موقع اليوتيوب في إبقاء الأفراد على اتصال ومراقبة البيئة وإشباع حب التسلية لديهم بالإضافة إلى ملء أوقات الفراغ.

الدراسة 13: لأحمد المنصوري بعنوان: "عادات استهلاك التواصل الاجتماعي في دولة الإمارات، دراسة في استخدامات واتجاهات مغردي تويتر¹

هدفت الدراسة إلى وصف استخدام الإماراتيين لتويتر كوسيلة اتصال جديدة ومؤثرة، ووصف عادات استهلاك تويتر وأهم اتجاهات واهتمامات ودوافع المستخدمين، وشارك فيها عينة مكونة من (854) مفردة من الجنسين بمختلف الأعمار، ومن أهم نتائج الدراسة ما يلي:

* الاستخدام اليومي لتويتر: حوالي 95% يدخلون حساباتهم يومياً، ومن يقضي ساعة 28% وبين ساعتين وثلاث حوالي 40%، و 4 ساعات فأكثر 29.5%

* عدد المشاركات في تويتر: 46,5% حدهم الأقصى 5 مشاركات يومياً، 29.1% من 6 إلى 15 مشاركة، 12,6% يضعون من 16 إلى 50 مشاركة يومياً، 3,4% يضعون أكثر من 50 مشاركة يومياً، 7.7% يكتفون بالمتابعة فقط.

¹ - أحمد المنصوري: عادات استهلاك التواصل الاجتماعي في دولة الإمارات، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاتصال الجماهيري، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الإمارات، 2012م، مركز المزملة للدراسات والبحوث، متوفر على موقع:

* الاستخدامات والإشباع لتويتر: الاستخدامات المعرفية جاءت بالنسبة الأعلى 98% من المشاركين ، فهم يستخدمون تويتر لأنه يلي فضولهم واهتماماتهم العامة للحصول على المعلومات، بينما حصل من يعتبر تويتر مصدر موثوق للمعلومات والأخبار 34%.

* أثبتت الدراسة أن الأفراد البالغين هم الأكثر مشاركة في تويتر، وأن الدافع الأكبر لاستخدامه هو الاتصال والتفاعل الاجتماعي ثم الحصول على المعلومات لتحقيق الذات، وأخيرا للاستخدام الترفيهي.

الدراسة 14: لحسنى عوض وعنوانها " أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب"¹ تجربة مجلس شبابي عمار القدس نموذجاً.

هدفت هذه الدراسة إلى إعداد برنامج تدريبي وإعداد صفحات على موقع الفيس بوك لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب الفلسطيني في القدس، ولمعرفة مدى وجود فروق فردية ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية قبل تطبيق البرنامج وبعده، وأستخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج شبه التجريبي، وهي الطريقة التي لا يتم فيها اختيار أفراد المجموعات التجريبية والضابطة عشوائياً، للتعرف على فعالية البرنامج التجريبي وأثره في تنمية المسؤولية الاجتماعية، وتكون مجتمع الدراسة من جميع الشباب من المرحلة العمرية (15-25) سنة، المنتمين لمجلس شبابي عمار، واختار الباحث (18) شاباً، (9) ذكور، و (9) إناث بطريقة قصدية، وهم الذين خضعوا للبرنامج التجريبي، واستخدم الباحث وسائل متعددة في إنجاح البرنامج.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- وجود فروق فردية ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية قبل تطبيق البرنامج وبعده.

- أظهرت أيضاً عدم وجود فروق فردية ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الذكور والإناث في المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية بعد تطبيق البرنامج.

الدراسة 15: لمحمد المنصوري بعنوان: "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين"² دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية أنموذجاً.

¹ - حسنى عوض: أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، تجربة مجلس شبابي عمار القدس نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القدس أبو ديس، برنامج التنمية الاجتماعية والأسرية، القدس، فلسطين، 2012م.

² - محمد المنصوري: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية أنموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة في الإعلام والاتصال، مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2012م.

إنطلقت هذه الدراسة من أربعة تساؤلات هي كالآتي:

- ماهو شكل المواقع الإجتماعية الفيس بوك أنموذجا الخاص بقناة العربية ؟
- ماهي أوجه التشابه والاختلاف بين شكل المواقع الإجتماعي الفيس بوك وبين شكل المواقع الألكترونية (العربية نت القناة العربية ؟
- ماهو مضمون المواقع الإلكتروني العربية نت أنموذجا الخاص بقناة العربية؟
- ما الفرق بين مضمون المواقع الإلكترونية (العربية نت) وبين مضمون المواقع الإجتماعية (الفيس بوك) القناة العربية؟

ومن الأهداف التي سعت الدراسة إليها هي محاولة:

- ✓ الكشف عن شكل المواقع الإجتماعية الفيس بوك أنموذجا الخاص بقناة العربية.
- ✓ المقارنة بين شكل المواقع الإجتماعية (الفيس بوك) وبين شكل المواقع الإلكتروني (العربية نت) القناة العربية.
- ✓ الكشف عن مضمون الموقع الإلكتروني (العربية نت) أنموذجا الخاص بقناة العربية.
- ✓ المقارنة بين مضمون الموقع الإلكتروني (العربية نت) وبين مضمون الموقع الإجتماعي الفيس بوك القناة العربية.

ولأهمية الدراسة والأهداف المرجوة منها، إستخدم الباحث منهج المسح الوصفي، كذلك إعداد قائمة بموقع العربية الإجتماعي (الفيس بوك) وقائمة بموقع العربية الإلكتروني (العربي نت) واستمارة تحليل الشكل واستمارة تحليل المضمون.

وتوصل الباحث من خلال تحليل النتائج إلى إستنتاجات أهمها:

- 1-أن مواقع العربية الإلكترونية والإجتماعي أنهما يقدمان مادة إخبارية متنوعة (سياسية، إقتصادية، إجتماعية، ثقافية، رياضية) وغيرها تجعلهما من المواقع التي تحظى بالقبول والرضا من شرائح متعددة في مجتمعاتنا العربية، لإلتزامها إلى حد ما بمبادئ العمل الصحفي والأسس والقيم التي تحكم عمل الوسائل الإعلامية، وتضعها من ضمن المواقع العربية المرضية و الأكثر زيارة.
- 2-اتضح من خلال الدراسة إن البعض يأخذ على موقعي العربية الإلكتروني والإجتماعي الإنتقائية في تناول وتغطية أخبار وأحداث ربيع الثورات العربية، وما يدور في المنطقة.

3- تبين من خلال الدراسة مكانة وأهمية الإعلام الجديد أو البديل، والدور المتميز الذي تلعبه المواقع الاجتماعية كوسيلة إعلامية متطورة قياسا بما تقوم به المواقع الإلكترونية من دور إعلامي بارز على حساب الصحف الورقية.

5- خلصت الدراسة إلى نتيجة توضح مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المتلقين، وإنه لم يعد بإمكان متصفح الإنترنت الإستغناء عنها، لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة ومعلومات ومعارف مفيدة ومتنوعة ومحادثة ودرشة مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة والعمل، وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو وإضافة إلى أنها حالا مفتوحا لتبادل الآراء والتعليقات على الآراء والردود على تلك التعليقات، وخلق صداقات افتراضية جديدة وثقافة وترفيه.

قراءة في الدراسات السابقة العربية: (مجال تركيز هذه الدراسات، الاستفادة منها، التشابه والاختلاف معها)

اتفقت أغلب الدراسات السابقة مع دراستنا من حيث نوع الدراسة والمنهج المستخدم -البحوث الوصفية - المنهج المسحي وأداة جمع المعلومات استمارة الاستبيان.

- ومن حيث الإطار النظري للدراسة، نجد نظرية الاستخدامات والإشباعات، واتفقت أغلب الدراسات العربية من حيث موضوع البحث: "شبكات التواصل الاجتماعي".

أما عناصر الاختلاف: فقد اختلفت الدراسة التي نقوم بها عن الدراسات السابقة من حيث:

- موضوع الدراسة: استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر - دراسة ميدانية -
- عينة الدراسة: "طلبة جامعة محمد الشريف مساعدي سوق اهراس" والفترة الزمنية للدراسة وكذا المكان الجغرافي الذي أنجزت فيه.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة العربية:

استفدنا من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة بشكل دقيق وبلورة الخطة المنهجية للدراسة، والتعرف على المنهج والأدوات المستخدمة والاختيار الأمثل لأداة الدراسة، كما ساعدتنا هذه الدراسات في صياغة تساؤلات البحث بما يتلاءم مع أهداف الدراسة الميدانية، ودراسة المشكلة من زوايا محددة لم يتم بحثها بعد في الدراسات السابقة، كما استفدنا منها في إعداد الاستبيان وتقسيمه وتحديد الدوافع والإشباعات والمقترحات في استمارة الاستبيان، وتم توظيف نتائج هذه الدراسات في تعزيز مصداقية بعض نتائج دراستنا.

معظم الدراسات أكدت على الدور الإيجابي الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في التقارب بين المستخدمين، من خلال تقديم الأخبار والمعلومات وتبادل الثقافات، والخروج على سلطة الرقيب وإتاحة المجال لإبداء الرأي وحرية الاختيار، والدور المتميز الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك، تويتر، واليوتيوب)، في منطقتنا العربية.

وقد اقتربت بعض الدراسات من هذه الدراسة في تأكيد الدوافع والاشباع المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى جمهور المتلقين، وهو الهدف الذي نسعى للوصول إليه في هذه الدراسة، واختلفت بعض الدراسات عن هذه الدراسة، كون أغلبها ركز على موقع "الفيس بوك" ولم يتطرق إلى باقي شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، ما عدا دراسة واحدة تم التطرق إلى موقع (تويتر).

وإن أغلب الدراسات التي تناولت الفيس بوك، ركزت على الجانب السلبي فقط، بينما نسعى من خلال هذه الدراسة أن نقدم تحليلاً موضوعياً لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الشباب الجامعي الجزائري، ولكل مقومات الإعلام الجديد ومفصله، بنظرة بحثية محايدة، بعيداً عن الميول والرغبات والاتجاهات والتأثيرات السياسية والاجتماعية.

الدراسات الأجنبية غير العربية:

الدراسة رقم 16: لشان وفانغ Chan, and Fang بعنوان "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الإعلام التقليدي بين الشباب في هونغ كونج"¹

هدفت هذه الدراسة إلى فحص استخدامات كل من مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام التقليدي، بالإضافة إلى وصف تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التقليدي بين الشباب في هونغ كونج، واستخدمت الدراسة مناهج البحث النوعي والوصفي والتصميم الاستطلاعي، وشارك في الدراسة عينة تكونت من الشباب الجامعي في هونغ كونج عددهم (405) مفردة، ومتوسط أعمارهم ما بين (21-22) عاماً، وتمثلت الأداة الرئيسية في جمع البيانات في استبيان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام التقليدية.

وتم التوصل إلى النتائج التالية:

¹ - Chan, K. and Fang, W : Use Of Social Media And Effects On Traditional Media Among Young People In Hong Kong, Young Consumers, V8(N4),2017.

- أن الشباب الجامعي من المبحوثين يقضون ما بين 3-7 ساعات يوميا على الإنترنت، مقابل ما بين نصف ساعة إلى 3 ساعات في التعرض للإعلام التقليدي.

- أظهرت النتائج، أن مواقع التواصل الاجتماعي، كانت مفضلة على وسائل الإعلام التقليدية بالنسبة للشباب الجامعي، وكانت استخدامات الشباب الجامعي المواقع التواصل الاجتماعي من أجل: الترفيه والمعلومات والحصول على الأخبار والدراسة، بينما كان استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدي هي: الأخبار والترفيه.

- أظهرت النتائج أيضا أن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي هي سلبية في معظمها على الإعلام التقليدي.

الدراسة رقم 17- لوكين، هاربيرغر وجانكو Junco, R, Heiberger G, Loken E بعنوان: "أثر موقع التواصل تويتر على مشاركة الطلبة في الجامعات على تحصيلهم الأكاديمي"¹

وهدف الدراسة إلى الكشف فيما إذا كان استخدام موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" لأغراض تربوية يؤثر على مشاركة وعلاقات طلبة الجامعات في الولايات المتحدة الأمريكية، واستخدمت المنهج التجريبي وطبقت على عينة قوامها (120) مفردة باستخدام الاستبيان.

وأشارت النتائج إلى:

- أن الدراسة التجريبية قد حققت مستوى أكبر وبشكل دال احصائيا في المشاركة والعلاقات الكلية.

- كما اشارت النتائج إلى أن الطلبة يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من أجل التواصل بشكل كبير مع أعضاء هيئة التدريس حول العديد من القضايا الأكاديمية.

- أوصت الدراسة بأن استخدام "تويتر" كأداة تعليمية من قبل أعضاء هيئة التدريس، قادر على ادخال هيئة التدريس في أدوار أكثر فاعلية و تفاعلية مع الطالب.

الدراسة رقم 18: لنيكول إليسون Nicole B. Ellison ، شارل ستانفيلد Charles Steinfield، كليف لامب Cliff Lampe بعنوان: "مزايا الأصدقاء عبر الفيسبوك: الرأسمال الاجتماعي واستخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي"²

¹ - Junco, R, Heiberger G, Loken E : **The effect of Twitter on colleges students engagement and grades**, Journal of computer assisted learning, 27(2). 2010.pp 119-132

² - 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, Volume 12, Issue 4, 1 July 2007, PP 1143–1168. Online <https://academic.oup.com/> le 10-06-2020 16.00h

هدفت الدراسة إلى فحص العلاقة بين استخدام الفيسبوك - بصفته الشبكة الاجتماعية الأكثر شعبية - وتكوين وتعزيز الرأسمال الاجتماعي، فبالإضافة إلى تحديد نوعي الرأسمال الاجتماعي التجسيري والترابطي bonding and bridging social capital، وظفت الدراسة بعدا آخر للرأسمال الاجتماعي يحدد قابلية الفرد في أن يبقى متصلا بأعضاء جماعة افتراضية محددة مسبقا، وهذا ما اسمته الرأسمال الاجتماعي المعزز أو المحافظ عليه maintained social capital.

اشتملت الدراسة على 286 طالبا جامعيًا، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية وثيقة بين استخدام الفيسبوك والأنواع الثلاثة للرأسمال الاجتماعي، كما توصلت الدراسة إلى أن استخدام الفيسبوك يتفاعل مع معايير الرفاه النفسي psychological well-being. واقترحت الدراسة أنه يمكن للفيسبوك أن يكون ذا فائدة عظيمة للمستخدمين الذين يعانون من نقص في تقدير الذات أو ضعف في معدلات الرضى عن الحياة.

الدراسة رقم 19: لأرين كاربنسكي (Aren Karbnsky) بعنوان " اثر استخدام موقع " فيس بوك " على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعات " ¹

تمحورت مشكلة الدراسة بالإجابة على السؤال الرئيس التالي: ما أثر استخدام موقع فيس بوك على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعات؟ وطبقت الدراسة على (219) طالبا جامعيًا، واستخدم المنهج الوصفي التحليلي، والاستبانة كأداة دراسة للحصول على المعدلات العامة للطلبة أفراد العينة. واستخدم برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss) من أجل معالجة البيانات، حيث أظهرت النتائج أن (79%) من الطلاب الجامعيين الذين شملتهم الدراسة، اعترفوا بأن إدمانهم على موقع الفيس بوك "أثر سلبيا على تحصيلهم الدراسي، كما أن الدرجات التي يحصل عليها طلبة الجامعات المدمنين على شبكة الانترنت وتصفح موقع "فيس بوك" أكبر الشبكات الاجتماعية على الانترنت أدنى بكثير من تلك التي يحصل عليها نظراؤهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع، كما أظهرت النتائج أنه كلما ازداد الوقت الذي يمضيه الطالب الجامعي في تصفح هذا الموقع كلما تدنت درجاته في الامتحانات.

كما بينت النتائج أن الأشخاص الذين يقضون وقتا أطول على الإنترنت يخصصون وقتا أقصر للدراسة مشيرًا، إلى أن لكل جيل اهتمامات تجذبه، وأن هذا الموقع يتيح للمستخدم " الدردشة " وحل الفوايزر، وإبداء رأيه في كثير من الأمور والبحث عن أصدقاء جدد أو قدامى.

¹- Aren, Karbiniski: **Face book and the technology revolution**, NY Spectrum Publications, 2010.

الدراسة رقم 20: للباحث ماثيو كوشن و ماسا هيرو ياماموتو Kushin& Masahiro Yamamoto
Matthew J"

بعنوان: "استخدام طلبة الجامعات للوسائل الاجتماعية واتخاذ القرار الانتخابي في انتخابات 2008"¹

وهي دراسة مسحية أجريت على عينة من الشباب الجامعي الأمريكي في مقاطعة نورث ويست قبيل أسبوعين من إجراءات الانتخابات في نوفمبر 2008م، وسعت الدراسة إلى استكشاف أدوار استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي في التأثير على عملية اتخاذ القرار السياسي لدى الشباب .

ومن أهم ما توصلت إليه هذه الدراسة:

- أثبتت وجود علاقة إيجابية بين كل من استخدام (استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية - التعبير على الانترنت - استخدام مصادر الانترنت التقليدية) والكفاءة السياسية.

- المبحوثين الذين يولون انتباها أكبر للمعلومات المقدمة في الحملة عبر مصادر الانترنت التقليدية كانوا أكثر فاعلية وكفاءة سياسية.

- استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية و التعبير على الانترنت واستخدام مصادر الانترنت التقليدية إيجابيا ساهم في الانغماس السياسي للمبحوثين.

- وأن مصادر الانترنت التقليدية كمواقع الأخبار ومواقع المرشحين والمواقع الحكومية، ساهمت بدور أكبر في تسهيل المشاركة السياسية بين الشباب في الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2008م.

الدراسة رقم 21: لكالبيدو ورفاقها (Kalpidou, et al) بعنوان: "العلاقة بين استخدام شبكة فيس بوك (Facebook) وتقدير الذات و الرضا عنها والتوافق العاطفي والاجتماعي لدى طلبة الجامعة"²

هدفت هذه الدراسة للكشف عن العلاقة بين استخدام شبكة فيس بوك (Facebook) وتقدير الذات و الرضا عنها والتوافق العاطفي والاجتماعي. تكونت عينة الدراسة من (70) طالبا من طلبة الجامعات في بوسطن، حيث استخدم الباحثون استبانات تضمنت مقاييس لطبيعة استخدام فيس بوك (Facebook)

¹ - Matthew J. Kushin & Masahiro Yamamoto, "Did Social Media Matter"? College Student Use of Online Media and Political Decision Making in the 2008 Election, Paper Presented to Association for Education in Journalism & Mass Communication. Boston, USA, 2009

Online: <http://www.allacademic.com/meta/p375251 indexhtml>.

² - Kalpidou, M., Costin, D. and Morris, J. Morris : The relationship between Facebook and the well-being of undergraduate college students, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking. Volume14, Number4, 2011, pp 183-189.

من عدد الأصدقاء وكثافة الاستخدام، كما تضمنت مقاييس لتقدير الذات والتوافق الاجتماعي والإنفعالي. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى:

- وجود علاقة سلبية بين عدد الأصدقاء على الشبكة والتوافق الاجتماعي والأكاديمي لدى طلبة السنة الأولى، وأن الإفراط في الوقت الذي يقضيه هؤلاء على الشبكة يقترن بتدني تقدير الذات لديهم.

- كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن عدد الأصدقاء على الشبكة لدى طلبة السنوات العليا يقترن إيجابياً بالتوافق الاجتماعي، وهذا يعزى إلى تطور العلاقات الاجتماعية عند هؤلاء بعد قضاء سنوات في الجامعة.

الدراسة رقم 22: لبينم (Bynum) بعنوان " استثمار الوسائط الاجتماعية من أجل زيادة فرص مشاركة الطلاب"¹

هدفت الدراسة إلى التعرف على الطرق المثلى للاستفادة من وسائل الإعلام الاجتماعي - متمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي - في تحسين اندماج الطلبة في مرحلة التعليم الثانوي في العملية التعليمية. وقد تم استخدام المنهج الوصفي النوعي لإجراء الدراسة، حيث أجريت مقابلة مفتوحة مع عينة الدراسة التي تكونت من (10) مديري ومدرسي مدينة "بيكر سفيلد" في ولاية كاليفورنيا.

وقد اعتمد الباحث على تحليل أجوبة العينة بشكل نوعي، وتوصلت الدراسة إلى أنه توجد معوقات كثيرة تحول دون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (على أساس أنها لمكون الرئيس للإعلام الاجتماعي)، في المراحل التعليمية الثانوي، وكان من أهم هذه المعوقات هو موقف الإدارة التعليمية التي تحجب صلاحية استخدام الإنترنت عن الحرم المدرسي داخل المعامل، في حين يستخدم الطلبة الإنترنت عن طريق أجهزتهم المحمولة. والنتيجة أن المدرسين هم الذين يجرمون. كما أن المعوق الرئيس الثاني هو آراء المدرسين السلبية نحو تكوين أي علاقة مع الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي. كما توصلت الدراسة إلى أن استخدام الشبكات الاجتماعية أصبح ضرورة، لكن وفق ضوابط تجعل من التواصل بين المدرس و الطالب مريح ورسمي.

الدراسة رقم 23 : للباحث كايت هامبتون وزملائه (Keith N. Hampton and al) من جامعة بنسلفانيا لصالح مركز الأبحاث الأمريكي PEW و American life project بعنوان: "مواقع الشبكات الاجتماعية وحياتنا"²

¹ - Bynumm,S: **Utilizing Social Media to increase Student Engagement**. Unpublished master's thesis .Calerifonia State University,USA, 2011.

² - Keith N. Hampton and al : **social networking sites and our lives**, Pew Research Center's Internet & American Life Project,2011, [online]

انطلق البحث من محاولة دراسة التأثير الاجتماعي لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية مثل: facebook , my space , linkedin و twitter.

حيث طرحت الإشكالية التالية:

هل عزلت الشبكات الاجتماعية الأشخاص وقطعت علاقاتهم الاجتماعية؟ أم أنها ساعدت في ربطهم بآخرين؟ وقد قرر كل من مركز أبحاث "pew" للانترنت و American life project دراسة الشبكات الاجتماعية من خلال مسح شامل لها وكيف ارتبط استخدامها بمفهوم الثقة، التسامح، الدعم الاجتماعي، المجتمع و المشاركة السياسية.

وكانت نتائج الدراسة ما يلي:

من خلال العينة المدروسة تبين أن 79% من البالغين الأمريكيين يستخدمون الانترنت و تقريبا نصف عددهم أي حوالي 47% من أصل 59% من مستخدمي الانترنت يستخدمون على الأقل موقع واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية، وهذا ما يقارب ضعف نسبة البالغين الذين استخدموا الشبكات الاجتماعية في 2008 والتي كانت حوالي 26% من أصل 34% من مستخدمي الانترنت. أضف إلى ذلك أن متوسط عمر هؤلاء البالغين المستخدمين للانترنت قد تغير من 33 سنة إلى 38 سنة في 2010م، وحوالي نصفهم هم في عمر 35. و 56% من المستخدمين هم إناث.

-ومن خلال المسح اتضح أن Facebook هو الشبكة الاجتماعية الأوسع استخداما حيث 92% من العينة يستخدمونه، في حين يستخدم 29% موقع my space، و 18% يستخدمون linkdIn في حين 13% يستخدمون موقع twitter.

-هناك فرق كبير في طريقة استخدام الأشخاص لمختلف مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث أن 52% من مستخدمي "الفيسبوك" و 33% من مستخدمي twitter يلجؤون إليهما بصورة يومية في حين 7% من مستخدمي my space و 6% linkdln يفعلون ذلك.

أما متوسط استخدام "الفيسبوك" في اليوم الواحد فأسفرت النتائج أن:

- 5% يحدّثون صفحتهم الشخصية.

- 22% يعلقون على صفحات الآخرين الشخصية و على ما ينشرونه.

- 20% يعلقون على صور الآخرين.

- 26% يحبون المضمون الذي يضعه الآخرون.

- 10% يرسلون رسائل خاصة للمستخدمين الآخرين.

كما توصلت الدراسة إلى أن العلاقات الاجتماعية في أمريكا أصبحت أكثر حميمية مما كانت عليه قبل عامين، وأن استخدام "الفيسبوك" ساعد بشكل كبير في إيجاد علاقات وثيقة بين الأفراد. و جزء صغير فقط من مستخدمي "الفيسبوك" في أمريكا لم يلتقوا بأصدقاءهم على "الفيسبوك" من قبل.

الدراسة رقم 24: للباحث كزيو "Xu" بعنوان "كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على استخدام طلاب الجامعات الصينية لوسائل الإعلام التقليدية"¹

هدفت الدراسة إلى استكشاف مفاهيم طلاب الجامعات الصينية حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية كمصدر للحصول على الأخبار، واستخدمت الدراسة منهج البحث النوعي ذو تصميم المقابلات شبه البنائية، وشارك في الدراسة عينة تكونت من 25 طالبا وطالبة في السنة النهائية لبرنامج دراسة الإعلام قسم صحافة في الصين، تم اختيارهم عبر أسلوب العينة العمدية، وشارك جميع الطلاب أفراد العينة في مقابلات شبه بنائية للإجابة على تساؤلات الدراسة، وتمثلت الأدوات المستخدمة في جمع البيانات في المقابلات شبه البنائية.

وأسفرت النتائج عن ما يلي:

- ظهور أفكار رئيسية طرحها الطلاب المشاركون، تبرهن على تفوق مواقع التواصل الاجتماعي على الإعلام التقليدي كمصدر للأخبار، وهي: اندثار الإعلام التقليدي، والتنافسية بين الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي، ومواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للحصول على الأخبار، والرقابة.

- كما أظهرت استجابات المفحوصين وجود تأثير سلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على الوسائل التقليدية للأخبار.

¹ - Xu, T : **How has the Social Media Sites Impacted Chinese University Students Use of Traditional Media?**, PhD Thesis, University of Sheffield, UK, 2015.

قراءة في الدراسات السابقة الأجنبية: (جوانب التركيز فيها، حدود التقاطع والاختلاف معها)

يتضح لنا من خلال الدراسات السابقة الأجنبية أن لها علاقة بموضوع دراستنا، حيث تناولت في مجملها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب الجامعي، كما ركزت بعضها على تأثير هذه المواقع خاصة الفاييس بوك وانعكاساتها على الفرد والمجتمع .

وقد سلطت هذه الدراسات الضوء على بعض الجوانب المتعلقة بموضوع دراستنا حيث أكدت بعضها على نقاط أهمها:

- ✓ التعرف على الطرق المثلى للاستفادة من وسائل الإعلام الاجتماعي.
- ✓ محاولة فهم التأثير الاجتماعي لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية.
- ✓ الكشف عن العلاقة بين استخدام شبكات التواصل وتقدير الذات والرضا عنها والتوافق العاطفي والاجتماعي.
- ✓ استكشاف أدوار استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي في التأثير على عملية اتخاذ القرار السياسي لدى الشباب.

✓ محاولة معرفة أثر استخدام موقع فيس بوك على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعات.

هذه الدراسات الأجنبية تتقاطع مع موضوعنا الحالي، في جزئية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي التي تعد من العناصر المهمة في هذا البحث. إلا أنها، تختلف عنها في تطرقنا نحن إلى محاولة معرفة العادات والأنماط والدوافع الكامنة وراء اللجوء إلى استخدام هذه الشبكات الاجتماعية، والاشباكات المحققة من ذلك الاستخدام عند الشباب الجامعي الجزائري، وتجاوز ذلك إلى معرفة الأثر المترتب عن هذا الاستخدام.

كما تتقاطع دراستنا الحالية مع تلك الدراسات، في تناول شبكات التواصل الاجتماعي كمواضيع هامة فرضت نفسها في الدراسات الاعلامية الحديثة خاصة لدى فئة الطلبة الجامعيين.

وقد استفدنا من هذه الدراسات أكثر في الجانب المتعلق بنتائجها، التي استثمرناها في قراءة البيانات، وتفسير العلاقات الارتباطية بين المتغيرات السوسيوديمغرافية وبعض المحاور التي تم طرحها في استمارة الاستبيان.

الفصل الثاني

الإعلام الجديد والمجتمع الافتراضي

تمهيد

المبحث الأول: الإعلام الجديد، التطور، السمات والخصائص

1- الإعلام الجديد والمفاهيم المشابهة

2- خصائص الإعلام الجديد

4 - ظواهر الإعلام الجديد

5- أنواع الإعلام الجديد

6- تحديات الإعلام الجديد

7- الإعلام الجديد وتأثيراته على الشباب

المبحث الثاني: المجتمع الافتراضي

1 - مفهوم المجتمع الافتراضي

2- عوامل ظهور المجتمعات الافتراضية وتطورها

3- سمات وخصائص المجتمع الافتراضي

4- الفضاء الافتراضي في المجتمع الجزائري

5- كيفية المشاركة داخل المجتمعات الافتراضية

6- شباب الإنترنت والمجتمع الافتراضي

7- المواطنة الافتراضية

8- مظهرات المجتمع الافتراضي وانعكاساته على الهوية الحقيقية

خلاصة

تمهيد:

يشهد عالمنا المعاصر اليوم تعاظما لقيمة ما أصبح يعرف بالإعلام الجديد، إذ تتزايد قيمته في السنوات الأخيرة شيئا فشيئا، ذلك لأنه كسر كل الحواجز المكانية والزمانية بين البشر، ووسع من دائرة الاستقبال، وصار الجميع سواسية في التعرف على ما يحدث في العالم والتواصل مع الثقافات المختلفة واكتساب معارف جديدة، وطرح القضايا ومناقشتها وتحليلها بكل حرية. كما ساهم بقوة في رفع منسوب الوعي لدى الشعوب عامة والشباب بصفة خاصة، لما يمتاز به من السرعة في الانجاز والدقة والكفاءة في الأداء والمرونة في تبادل المعلومات وتداولها، إلى تغيير جديد لأنماط العيش في المجتمع.

وعرفت المجتمعات البشرية تطورا مهما في المجال التكنولوجي، إذ مع ظهور الاعلام الجديد، ظهرت معه أنواع جديدة من الجماعات سميت بالمجتمعات الافتراضية، أو مجتمعات العالم الثاني، حيث يستطيعون من خلال ذلك المجال، تحقيق ما لا يستطيعون تحقيقه في حياتهم المحدودة والمقيدة بالزمان والمكان والقواعد والتنظيمات. وهذا العالم مشابه للعالم الواقعي من حيث وجود الأفراد والتفاعل بينهم من خلال تكوين علاقات في زمان واحد، إلا أن العالم الافتراضي يختلف عن العالم الواقعي من حيث المكان، وفي هذا الفصل سنركز حديثنا عن هذا النوع الجديد من المجتمعات وخصائصه في المجتمع الجزائري.

1- المبحث الأول: الاعلام الجديد، التطور، السمات والخصائص

1/ الاعلام الجديد والمفاهيم المشابهة:

ظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الاخير من القرن العشرين، ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدها مجال الاتصال والإعلام، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية، وأحدثت Newmedia تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام. والمقصود بوسائل الإعلام الجديدة ببساطة هي وسائل الإعلام الرقمية، وذلك لتفريقها عن (Interactive) التفاعلية (Internet) والشبكية Digital وقد جاءت وسائل الاعلام الجديد لتحد من سيطرة وسائل الإعلام التقليدية (المطبوعة والمسموعة والمرئية)¹

يعرف قاموس التكنولوجيا الرقمية Iligh-tech dictionary الإعلام الجديد بأنه: "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر و الوسائط المتعددة".

ويعرف ليستر الإعلام الجديد بأنه: "مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من تزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام و الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو".

ويعرفه قاموس الكمبيوتر Cornputing Dictionary عبر مدخلين هما:²

1- أن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي والانترنت، وهو يدل على استخدام الكمبيوتر الشخصي والنقل بالإضافة إلى التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق، ويخدم أي نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي Digital convergence إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو، في الوقت الذي يمكن فيه أيضا معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي و غيرها مباشرة من أي كمبيوتر.

¹ - terry flew : **New media: an introduction**, Oxford University Press, London, 2008, PP 9-28

² - علي خليل شقرة: الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014، ص ص 51، 52.

2 - يشير إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم.

إن الإعلام الجديد "New Media" أو الإعلام الرقمي "Digital Media" هو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية، التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده، من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين أينما كانوا.

والإعلام الجديد هو المرحلة الأكثر تطوراً - حتى الآن - على الصعيد التقني، وكل ما أضافه من مزايا عائد إلى استغلال التطور التقني ليس إلا. من حيث قدرته على ردم الفجوة المعلوماتية من خلال إتاحة المعلومة والرأي على نطاق أوسع وبكفاءة أعلى، باستثمار الوسائل الاتصالية الحديثة.¹

كما يعد بديلاً يمثل استقلالاً عن المسيطر، ليس الغربي فحسب، وإنما المحلي كذلك. وبعبارة ثانية، تعتبر هذه الرؤية أن الإعلام الجديد هو إعلام يتجاوز سيطرة المؤسسة الإعلامية التقليدية، المحكومة بدرجة عالية من الهيمنة السياسية أو الاقتصادية، لتستثمر التطور التقني الراهن لصالح إعلام متحرر، يعبر عن الأفراد، والجماعات الصغيرة المهمشة.²

ومن خلال دراسة تعاريف الاعلام الجديد يمكن استنتاج أن هناك مصطلحات ومفاهيم مترادفة كتسميات لهذا الاعلام، فهو:

- **إعلام الكتروني:** لاستخدامه الوسائل الالكترونية في بثه للبرامج والأخبار والمعلومات.
- **إعلام جديد:** قياساً بالإعلام التقليدي الذي كان جديداً في وقت سابق، فهذا الإعلام باعتماده وسائل وممارسات إعلامية غير معروفة سابقة سمي بالإعلام الجديد.
- **إعلام بديل:** حيث أصبح له شعبية وجمهور اتخذه بديلاً عن الإعلام التقليدي بسبب ميزاته وخصائصها.

¹ - المحارب، سعد بن محارب: الإعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية، الإعلام الجديد أولوية الوسيلة، ورقة مقدمة في المنتدى السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، الرياض، 2012، ص 04

² - بيلى، أوجا جوديس، وبارت كاميرتس، ونيكوكارينتيير، فهم الإعلام البديل، ترجمة: علا أحمد صلاح ط1، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، 2009، ص40.

- **إعلام تفاعلي:** وذلك بإتاحة الفرصة والمساحة أمام الجمهور للتفاعل مع المواد المنشورة عبر وسائله المختلفة والتعليق عليها بشكل فوري.
- **إعلام مجتمعي:** لتمتعته بخاصية مشاركة أفراد المجتمع بمنع محتواه، خاصة مع انتشار الوسائل التي تساعد على ذلك، مثل الكاميرات المختلفة وأجهزة الموبايل، والتي أتاحت المجال أمام المواطن العادي ليصبح صحفياً، ينتج ويبث الأخبار والمعلومات مسموعة ومرئية ومقروءة.
- **إعلام رقمي:** لاعتماده على التكنولوجيا الرقمية مثل مواقع الويب، والفيديو والصوت والصوص، والتي تقوم بنقل كافة المعلومات والصور الرقمية (الالكترونيا).
- **إعلام شبكي:** لأنه يقوم على بث بعض المحتويات على الشبكات عبر روابط معينة، يمكن الدخول إليها والتجول عبرها والاستفادة من محتواها¹.

بالإضافة إلى وجود العديد من التسميات والمصطلحات تستعمل كمرادفات لمصطلح الإعلام الجديد، كصحافة المواطن (Citizen journalism)، صحافة التطوع، الصحافة الشعبية، صحافة الهواة (Amateur Journalism)، إعلام النحن، (We Media) أو الصحافة القائمة على النقاش Conversation Journalism ويسمى (أندروليونارد) Andrew Ionnard بصحافة المصدر المفتوح (open source Journalism)، ويسمى كذلك الصحافة التشاركية².

2- خصائص الاعلام الجديد:

الإعلام الجديد إعلام ديناميكي تفاعلي، يجمع بين النص والصوت والصورة، حيث يتميز بالخصائص التالية:

- تكنولوجيا الإعلام الجديد غيرت بشكل أساسي أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه، فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل (active) يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه. إن كثرة من الأبحاث التي تدرس أنماط سلوك مستخدمي وسائل الإعلام الجماهيري، توضح أن معظم أولئك المستخدمين لا يلقون انتباهاً كبيراً لوسائل الإعلام التي يشاهدونها أو يسمعونها أو يقرؤونها، كما أنهم لا يتعلمون الكثير منها، وفي واقع الأمر فإنهم يكتفون بجعل تلك الوسائل تمر مروراً سطحيًا عليهم، دون تركيز منهم لفحواها، فمشاهدي التلفزيون مثلاً قد يقضون ساعات في متابعة برامج التلفزيون، ولكنها غالباً ما تكون متابعة سلبية، بحيث لو سألهم بعد ساعات بسيطة عن فحوى ما شاهدوه، فإن قليلاً منهم سيتذكر ذلك.

¹ - علي خليل شقرة: مرجع سابق، ص 54، 53.

² إبراهيم بعزيز، التظليل الإعلامي كيف يقوم الإعلام بتسطيح ثقافة الجماهيري وتغيب الوعي، دارا لكتاب الحديث، ط1، القاهرة، 2015، ص 183.

فالإعلام الجديد من ناحية أخرى، غير تلك العادات بتحقيقه لدرجة عالية من التفاعل بين المستخدم والوسيلة¹.

- كما أدت تكنولوجيا الإعلام الجديد إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة، والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لعللاقة لكل منها بالأخرى، بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل. فجريدة "نيويورك تايمز" مثلاً أصبحت جريدة إلكترونية بكل ما تحمله هذه الكلمة من معنى، فهي تستخدم الأقمار الصناعية لإرسال صفحاتها إلى عدة مراكز طباعة في نفس الوقت وتستخدم الكمبيوتر في كافة عملياتها، بل أنه يمكن قراءتها مباشرة على الإنترنت (www.nytimes.com). كما أن التلفزيون والإنترنت اندجما أيضاً بشكل شبه كامل، وهكذا نجد أن جميع وسائل الإعلام الجماهيري الحالية أصبحت وسائل إلكترونية بشكل أو بآخر.

- خاصية أخرى هامة لتكنولوجيا الإعلام الجديد، هي أنها جعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها، فالشبكة العنكبوتية العالمية مثلاً، جعلت بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالإنترنت أن يصبح ناشراً وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر، هناك أيضاً على الإنترنت عشرات الآلاف من مجموعات الأخبار التي يمكن لمستخدميها مناقشة أي موضوع يخطر على بالهم مع عدد غير محدود من المستخدمين الآخرين في أنحاء متفرقة من العالم، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب والمدونات إضافة إلى انتشار أجهزة الهواتف الذكية المزودة بالكاميرات الرقمية والقدرة على الارتباط بالإنترنت من أي مكان، أدت إلى رفع سقف حرية التعبير والحصول على المعلومة والقدرة على الاتصال بشكل غير مسبوق².

- الإعلام الجديد هو إعلام متعدد الوسائط، حيث أنه أحدث ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي الذي يتضمن على مزيج من النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو. وهذا المحتوى متعدد الوسائط انتشر بشكل هائل خلال السنوات الماضية بشكل خاص عبر ما يعرف بصحافة المواطن، وكان له تأثيرات اجتماعية وسياسية وتجارية كبيرة تستلزم التدبر والدراسة.

- تفتتت الجماهير (media fragmentation) ويقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات امام المستهلك ووسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم موزعاً بين العديد من الوسائل، مثل المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، والهواتف الذكية وألعاب الفيديو الإلكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون.

¹ - علي عبد الفتاح كنعان: الإعلام والمجتمع، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 164.

² - المرجع نفسه، ص 165.

- غياب التزامية: ويقصد به عدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت، فالمتلقي بإمكانه الحصول على المحتوى في أي وقت يريده¹.

- الكونية: البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال، هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونياً عبر الحدود الدولية جيئة وذهاباً، من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه في أجزاء على الألف من الثانية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم².

3- ظواهر الاعلام الجديد:

ومن أهم الظواهر التي صاحبت الإعلام الجديد:

- 1- كسر احتكار المؤسسات الإعلامية الكبرى.
- 2- ظهور طبقة جديدة من الإعلاميين، وأحياناً من غير المتخصصين في الإعلام، قد يتفوقون على أهل الاختصاص الأصليين.
- 3- ظهور منابر جديدة للحوار.
- 4- ظهور إعلام الجمهور إلى الجمهور.
- 5- ظهور مضامين ثقافية وإعلامية جديدة.
- 6- مشاركة المجتمع في تسليط الضوء على قضايا إعلامية.
- 7- نشوء ظاهرة المجتمع الافتراضي والشبكات الاجتماعية.
- 8- تفتت الجماهير وانتقال الإعلام من حالة الجماهير العريضة لوسائل الإعلام التقليدية، إلى مرحلة الإعلام الفئوي والإعلام المتخصص³.

4-أنواع الاعلام الجديد:

يضع "ريتشارد ديفيس" Richard Davis و"ديانا اوين" Diana Owen في كتابهما المشترك «الاعلام الجديد والسياسة الأمريكية» الاعلام الجديد وفق ثلاثة أنواع هي¹:

¹- المرجع السابق: ص 166.

² سميرة شيخاني: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق المجلد 26، العدد الأول+ الثاني (2010): ص ص 147، 148.

³- ماهر عودة الشمالية وآخرون: مرجع سابق، ص 22.

النوع الأول: الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة: يعود وفق هذا التصنيف الى مجموعة من الاشكال الصحفية في الاذاعة والتلفزيون والصحف، ويشير الى راديو وتلفزيون الحوار Talk Radio TV الذي يرجع الى حقبة الثلاثينات من القرن الماضي، وبرامج الحوار الحية Talk Show وبرامج الاخبار الحية Live shows. ويشمل التجديد في حالات أخرى، نموذج برنامج اوبرا Oprah Winfrey. وقد بادر معظمها باستخدام التكنولوجيات الجديدة، وطبقوا أساليب مستحدثة في بناء موضوعاتهم وتقديمها.

النوع الثاني: الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة: تمثله الوسائل جميعها التي نعيشها الآن التي تعمل بواسطة الكمبيوتر. وتشمل شبكة الإنترنت والبريد الالكتروني وغيرها. وهي الوسائل التي مكنت من التبادل الحي والسريع للمعلومات ومن التواصل بين الطرفين وحققت للمواطنين اسماع أصواتهم للعالم. وجاوزت العوائق المكانية والزمانية والحدود بين الدول، التي كانت تعيق حركة الاعلام القديم. وتتصف هذه الوسائل بدورها الفعال في تسهيل التفاعل الجماهيري وتقديم مصادر لا حدود لها.²

النوع الثالث: الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة: هنا تزول الفوارق بين القديم والجديد، فقد أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدودا اصطناعية، وحدثت حالة تبادل للمنافع بين الإعلام القديم والجديد، ويستخدم الكثير من الممارسين للعمل الإعلامي الذين يعملون في الوسائل التقليدية، الوسائل الجديدة لاستكمال أدوارهم الاعلامية المختلفة. وكما يعترف الأفراد، تعترف المؤسسات القديمة أيضا بأهمية الاعلام الجديد، فصحف كبيرة مثل "واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز" لديها مواقع ضخمة على شبكة الانترنت، وتتواصل برامج التلفزيون المختلفة ونشرات الأخبار مع الجمهور بأدوات الاعلام الجديد، وتكمل مشروعها الاعلامي وتدير استطلاعاتها عبر الوسائل المستحدثة.

5-تحديات الإعلام الجديد :

تفرض وسائل الاتصال الجديدة تحديات مختلفة، كما تثير إشكاليات مجتمعية عديدة، فالتكنولوجيا الحديثة، قد أحدثت تحولات جذرية في عملية الاتصال والأطراف القائمة عليها، كما أثرت في جميع جوانب الحياة "بدءا من

¹ - بشرى جميل اسماعيل: مدخل الاعلام الجديد المفهوم والنماذج، مجلة الباحث الاعلامي، العدد 14، ت 1، 2، ك 1، كلية الاعلام، جامعة بغداد 2011، ص 18 نقلا عن:

Jay David Bolter, Richard Grusin , **Remediation: Understanding New Media**, The MIT Press
1 st edition, 2000.

² - عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد، المفاهيم والوسائط والتطبيقات، ط 1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008م، ص 40.

المواعيد الغرامية إلى جني الأموال، والحصول على العناية الصحية وغيرها من الجوانب الأخرى¹ المتعلقة بأنشطة الحياة اليومية بتفاصيلها الدقيقة.

وتمثل التغييرات الراهنة التي تحدث في تكنولوجيا الاتصال في العصر الحديث، المرحلة الثالثة الكبرى من التحولات التي تمت في هذا المجال؛ فقد أخذت الأولى مكانها في منتصف القرن التاسع عشر، حين تم إدخال الطاقة البخارية في طباعة الصحف، واستخدام الورق الخشن "pulp" رخيص الثمن، وحدث التحول الثاني مع بداية القرن العشرين، وتمثل في البث الإذاعي عبر الأثير من خلال جهاز الراديو عام 1920، ثم التلفزيون عام 1939، أما التحول الثالث في هذه الوسائل الذي لا يزال يحدث حتى اليوم، فقد تمثل في المرحلة التي بدأ فيها جهاز الكمبيوتر يتوسط عملية الاتصال (computer mediated communication) ويزداد الاعتماد على هذا الجهاز في المراحل المختلفة لعملية إنتاج المعلومات، وتوزيعها على نطاق واسع من جمهور المستهلكين المنتشرين في مختلف أرجاء العالم كخدمة مجانية، أو مدفوعة الثمن.

أما فيما يتعلق بموقف الباحثين إزاء التطورات الحاصلة في مجال وسائل الاتصال الجديدة، فعادة ما يتمثل في اتجاهين، فالبعض يرى أنها لا تعني شيئاً يذكر، في حين يذهب آخرون عكس ذلك تماماً، ويتنبؤون بأن المستقبل يخص هذا النوع من الوسائل، وبأنها سوف تحل محل الوسائل القديمة² التي مآلها وفقاً لـ "بافليل" Pavlil - الانقراض، كما حدث للدينامصورات، في حين قدم "ديزارد" Dizard رؤية وسطاً في هذا المجال، قامت على تحليل الواقع الاتصالي الحالي، والمقارنة بين الوسائل الجديدة والقديمة، وانتهت إلى أن هناك ثلاثة أنماط اتصالية بارزة :

الأول، تمثل في وسائل الاتصال التقليدية التي ستظل لسنوات عديدة مكون اتصالي غاية في الأهمية، سواء من حيث إمكانية وصولها إلى الجمهور، أو تأثيرها عليهم.

أما الثاني، فيتألف من وسائل الاتصال الإلكترونية المتطورة، التي تقوم في الأساس على الإفادة من بيئة المعلومات الجديدة، وتتنافس بدرجة حادة مع وسائل الاتصال القديمة.

في حين يتمثل النمط **الثالث** والأخير، في تلك الأصناف الجديدة من وسائل الاتصال الشخصية التي تشكل بوساطة جماعات من الناس، من ذوي الاهتمامات المشتركة، ومن يستخدمون هذا النمط الاتصالي إما للوفاء

¹ - Pavlik, John. V., & Dennis, E. E. (Eds.): **New Media Technology Cultural and Commercial Perspectives**, Boston: Allyn and Bacon, 1996, p.1

² - Coffey, Steve, & Stipp, Horst, "**The Interactions between Computer and Television Usage**", Journal of Advertising Research, 37(2), 1997, p 1.

باحتياجاتهم المهنية، وإما لتلبية حاجاتهم للحصول على المعلومات، ومن ثم فإن كل واحد من هذه الأنماط الاتصالية، وبخاصة تلك التي تستخدم أنواعاً من وسائل الاتصال المتطورة، يستحق التدقيق فيه على نحو منفصل والعناية به أكثر، وذلك من خلال دراسته إما منفرداً، وإما في ضوء علاقته بالأنماط الاتصالية الأخرى، لمعرفة جوانبه المختلفة، وتوضيح العواقب التي يمكن أن تنشأ عنه، أو تترتب عليه¹.

6- الإعلام الجديد وتأثيراته على الشباب:

إن وسائل الإعلام الجديد كغيرها من منجزات العلم الحديث هي سلاح ذو حدين، فيمكن أن تكون نافعة ومفيدة كما يمكن أن تكون ضارة وقاتلة، وذلك لقدرتها الكبيرة على التأثير في سلوك مستخدميها. ومن هنا يمكننا القول أن الإعلام الجديد الذي صنعته الثورة التقنية له محاسنه ومساوئه، فهو وسيط لنقل الثقافات وتبادل الأفكار وتقييمها وساحة للتداول والنقاش، ووسيلة عرض وتسويق إنتاج المبدعين، وميداناً لإجراء البحوث والدراسات واتجاهات الرأي، كما أنه وسيط لنشر الأفكار الخاطئة ووسيلة لنشر الإشاعات والتحريض والتشهير، وطبيعي أن أي منتج تبرز سلبياته في بداية الاستخدام وتتلأشى مع توجه الناس للانتفاع منه². ومما لا شك فيه أن الإعلام الجديد أدى "من الأدوار ما لم يكن باستطاعة الإعلام التقليدي أدائه، بسبب تنوع وسائله وتعدد وسائطه ومحتواه الذي ساهم المتلقي في صنعه وإنتاجه، ولم يعد هذا المتلقي للإعلام سلباً اتجاهه، وبالتالي كان لهذا الإعلام دور كبير في ترسيخ قيم الحرية والديمقراطية التي كانت نادرة الوجود في الإعلام التقليدي³.

وقد ارتبط تفعيل أنماط التواصل والتبادل بين الأفراد إلى تسارع وتيرة عملية التثاقف بين الشعوب، مما ساعد على ظهور ممارسات ثقافية جديدة على المجتمعات المسلمة، تضعها أمام رهانات حقيقية في ظل الانفتاح الاعلامي الكبير، الأمر الذي يجعل الشباب المسلم يقف أمام نماذج ثقافية مختلفة.

ويمكننا إجمال تأثيرات الإعلام الجديد على الشباب المسلم في النقاط الآتية⁴:

1- التأثير العقدي من خلال تقديم مفاهيم مخالفة للدين الإسلامي، إذ أن السلوك الإنساني القويم منبعه العقيدة السليمة والتصورات الصحيحة، ومن هنا كانت قيمة التوحيد هي قمة القيم الإسلامية وأساسها جميعاً، حيث

¹- عبد الرحمن محمد سعيد الشامي: الإعلام الجديد والإعلام القديم: التحديات والفرص، المجلة العربية للعلوم الانسانية، مجلد 32، العدد 125، مجلس النشر العلمي، الكويت، 2014 م، ص 115.

²- جمال محمد أبو شلب، الاتصال والإعلام والمجتمع المفاهيم والقضايا النظرية، دار المعرفة، مصر، 2005، ص 513.

³- علي خليل شقرة: مرجع سابق، ص 08.

⁴- حليلة الشيخ: وسائل الإعلام الجديد وأثرها في الشباب المسلم، مجلة اللغة والاتصال، المجلد 12، العدد 19، مخبر اللغة العربية والاتصال، جامعة أحمد بن بلة وهران 1، مارس 2016م، ص 216

تأتي في قمة الهرم ثم تشتق منها بقية القيم، والعقيدة الصحيحة القويمة تلزم صاحبها بأنماط سلوكية إيجابية محددة ومرغوب فيها، وتبعده عن أنماط سلوكية سلبية غير مرغوب فيها.

2- زعزعة روح انتماء الشباب لأمتهم، بحيث يرتبط فكره وسلوكه بالنموذج الغربي وبقيمه.

3- التأثير الأخلاقي الذي يتنافى مع أخلاق الإسلام، مثل: العري والدعوة إلى ممارسات أخلاقية تتنافى مع الفطرة الإنسانية، وبالتالي زعزعة القيم الإسلامية لتحل محلها قيم المجتمعات الغربية بما تشتمل عليه من انحرافات سلوكية تهيمن عليها المصلحة الذاتية.

4- الاستخفاف بأفكار العنف والجريمة من كثرة مشاهدتها مما قد يؤدي إلى تقبلها وممارستها.

5- نشر حب الاستهلاك مقابل حب العمل والإنتاج، من خلال الإعلانات لمختلف المنتجات المفيدة وغير المفيدة على السواء.

6- غياب التفاعل الاجتماعي الحقيقي، إذ أن التواصل لا يتحقق بطريقة طبيعية وإنما يتحقق عبر أسلاك ووسائل تقنية.

7- تعزيز الفردية، فبدلاً من أن يقوم الفرد بنشاط حقيقي داخل أسرته، ينعزل أثناء استخدامه لمختلف تقنيات الإعلام الجديد، مما يتسبب في فقدان صلته بمجتمعه، ويضعف من عزله ومن تنامي الشعور بالرفض الاجتماعي والانفصال عن قيم المجتمع، في ظل التأثير بالثقافات الوافدة عبر الوسائط الاتصالية.

8- انخفاض المستوى الدراسي بسبب تضييع الوقت في المكالمات والرسائل، ومشاهدة اليوتيوب.

9- ارتباط الشباب أكثر بالعوالم الخيالية التي تسهم تكنولوجيات الإعلام الجديد في صنعها. "ومن المؤشرات المقلقة والدالة على الأزمة القيمية المعاصرة، ما نسمعه ونشاهده من انتقال الجريمة والبؤس والمخدرات إلى عالم الطفولة البريئة، حتى أصبحت في بعض بلدان العالم ظاهرة مؤلمة ومفزعة تتطلب التدخل السريع وإطلاق صفارات الإنذار، ورفع مؤشر الخطر إلى أعلى درجات اللون تحذيراً من خطر داهم يمس وجود الإنسان وحقيقة حياته"¹.

10- تسبب تقنيات الإعلام الجديد في بعض الأضرار الصحية الناشئة عن قلة الحركة والجلوس لفترات طويلة أثناء استخدام الوسائط المختلفة. وقد أكدت بعض الدراسات العلمية، التأثيرات السلبية للهاتف المحمول مثل الصداع، التعب، ضعف الذاكرة وطنين الأذن.

¹ - ماجد زكي الجلال: تعلم القيم وتعليمها - تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم، دار المسيرة للطباعة والنشر، عمان، الأردن،

2007م، ص 17.

2-المبحث الثاني: المجتمع الافتراضي

1- مفهوم المجتمع الافتراضي:

إن الفضاء الذي يحتضن شبكة الانترنت بمختلف خدماتها وتدفقها الإعلامي وتنوع أنماط الاتصال داخله، أدى إلى تمثل آخر للأدوار التي يعيشها الفرد يوميا، فأنتج هذا الفضاء والذي أستخدم عليه "بالعالم الافتراضي" الذي يعد عالما موازيا للعالم الواقعي، بغض النظر عن الفروق التي تميز كلا منهما عن الآخر، حيث ينشط ضمن هذا العالم الافتراضي أفرادا وجماعات، وتنشأ فيه علاقات اجتماعية بشتى أنواعها.

إذ لم يعد مصطلح "المجتمع الافتراضي" من المصطلحات التي تلفت الانتباه، فقد أصبح استخدامه شائعا بين مختلف الفاعلين، وبرز هذا المصطلح من خلال ثورة التواصل الاجتماعي الحديثة التي أحدثتها الانترنت، وشكل هذا النوع من المجتمعات، عالما رحبا ومفتوحا عمل على إنهاء العزلة الجغرافية التي كانت تقف عائقا أمام التواصل بين البشر، وأوجد بذلك ثقافة جديدة لها قيمها الخاصة وسلوكياتها ومفاهيمها التي بدأت تفرض نفسها على المجتمع الواقعي¹.

ويعد "هاوارد رينجولد" من أوائل المهتمين بدراسة هذا النوع من المجتمعات، حيث قام بدراسات مستفيضة لتحليل خصائصها ومقوماتها وطرق تشكيلها والاشباكات المحققة للمشاركين فيها، وهذه المجتمعات كما يرى (رينجولد) في كتابه الموسوم "الجماعات الافتراضية"، "هي تجمعات اجتماعية تشكلت من خلال الانترنت من أفراد يقطنون في أماكن متفرقة في أنحاء العالم، يتواصلون مع بعضهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني ويتبادلون المعارف والهوايات، وتجمع بينهم اهتمامات مشتركة، ويحدث بينهم ما يحدث في العالم الواقعي أو الفعلي من تفاعلات ولكنها ليست وجهها لوجه، وهي من هذا المنطلق تجمعات مفتوحة لكل من يريد المشاركة في نشاطاتها"².

ويظهر هذا المفهوم بشكل أوضح من خلال التعريفات الآتية التي يقدمها بعض الباحثين لهذا النوع من المجتمعات:

¹ - حلمي ساري: التواصل الاجتماعي، كنوز المعرفة، ط1، الأردن، 2006، ص 134.

² - Rheingold, H : **The Virtual Community**: homesteading on the electronic fronteir, reading, M addison , wesley, 2003, p 58.

كتب الباحث (Rheingold Howard) كتاباً كاملاً حول هذه المجتمعات (1993)، عنوانه بـ "المجتمع الافتراضي" virtual community " وجاء فيه أن: "المجتمع الافتراضي يجمع أشخاصاً من كل أنحاء العالم، يقيمون فيما بينهم علاقات تعاون، تبادل معلومات وخبرات، ويجرون مناقشات ثرية (خاصة في المواضيع الفكرية والعاطفية) أكثر مما هو عليه الحال في الحياة الواقعية"¹

يعرف "سيرجي بروكس" المجتمع الافتراضي بأنه: "مجموعة أفراد يستخدمون بعض خدمات الانترنت الاتصالية (منتديات المحادثة، حلقات النقاش، أو مجموعات الحوار ...) والذين تنشأ بينهم علاقة انتماء إلى جماعة واحدة (lien d'appartenance) ويتقاسمون نفس الأذواق، القيم، و الاهتمامات ولهم أهداف مشتركة."²

يعرفه "مُجد منير حجاب" في معجمه الإعلامي بأنه: "مجتمع يتكون من أشخاص متباعدين جغرافياً، ولكن الاتصال والتواصل بينهم يتم عبر الشبكات الالكترونية، وينتج بينهم نتيجة لذلك نوع من الإحساس بالولاء والمشاركة"³

ومن بين مزايا المكان الافتراضي هو نهاية فوبيا المكان، إن الخوف من المكان دليل على تملكنا لمكان آخر، وعندما ندخل في منظومة المكان الافتراضي نصبح لا نخشى شيئاً، بحكم عدم مقدرتنا على تملك الافتراضي باعتباره فضاء، لذلك وصفت شبكة الانترنت كفضاء افتراضي بأكثر الأمكنة تحررية، وعدم مقدرة أي طرف امتلاكها.⁴

2-عوامل ظهور المجتمعات الافتراضية وتطورها:

جاء ظهور المجتمعات الافتراضية كنتاج عادي ومنطقي لكلّ التفاعلات الحاصلة داخل الفضاء الافتراضي (النقاشات، المراسلات، الاتصالات)، وهذا ما جعلها تتطور بشكل واسع. وقد ظهرت المجتمعات الافتراضية

¹ - أحمد خواجه: المجتمع المدني والمواطنة، حالة المجتمع الافتراضي، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد4، تونس، 2011م، ص41.

² - إبراهيم بعزيز: الاستخدام المفرط لوسائل الاتصال الحديثة من طرف الأفراد : والانعكاسات، ورقة قدمت في المنتدى الوطني الأول لتأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على الأفراد و المجتمعات " جامعة فرحات عباس - سطيف، 2010م، ص67.

³ - مُجد منير حجاب: المعجم الإعلامي، مرجع سابق، ص47.

⁴ - Serge Broulx : **les communautés virtuelle construisent-elle du lien social** ? Colloque international sur l'organisation medias, dispositifs médiatiques, sémiotique et des médiations de l'organisation, Université jean moulin, LYON, 19-20/11/2004.p19.

كنتيجة طبيعية للتطور العلمي والتكنولوجي والاقتصادي الذي لم يكن مستقلاً عن تطوّر قيم المجتمعات وثقافتها. وتحوّل بمقتضى هذا الحال الفعل الاجتماعي من مداره الواقعي-المادي إلى مداره الافتراضي.¹

ويمكن اعتبار حالة التفكك التي أحدثتها قيم ما بعد الحداثة من العوامل التي عززت بروز المجتمعات الافتراضية وتطوّرها، مقابل تراجع دور المجتمعات الطبيعية. يؤكد هاوارد رينجولد: "أن هذه المجتمعات المحلية الافتراضية في جزء منها هي رد فعل واستجابة لجوع الناس وافتقارهم إلى المجتمع المحلي بعد تفرق وتفكك المجتمعات المحلية التقليدية". على صعيد آخر يمكن اعتبار ظهور الاقتصاد اللامادي رافداً من روافد صعود المجتمعات الافتراضية التي اقترن ظهورها بإنتاج المعنى من خلال الطابع التجاري والتسويقي والأنشطة الربحية.

ويرى "دي موور ووايجاند" « de Moor and Weigand »: "أن تلك المجتمعات تمر بمراحل أربعة هي مرحلة التأسيس والتجريب، ثم مرحلة التدشين والانطلاق، ثم مرحلة النمو من الداخل ثم مرحلة النمو من الخارج. لنفترض مثلاً موقعاً للتواصل الاجتماعي بين مجموعة من المدرسين. سوف تكون البداية هي إنشاء الموقع وتجريبه على نطاق محدود، حتى إذا تيقن القائمون عليه من كفاءته أطلقوه. بعد ذلك ينضم مدرسون من خارج المجموعة إلى الموقع فيكون النمو من الداخل. قد يبقى الموقع مغلقاً على هذه الفئة من الناس، لكن الغالب أن يفتح أبوابه لغير أفرادها فيكون النمو من الخارج، وتزايد شعبية الموقع وشهرته وتتشعب أغراضه وغاياته. وسوف نرى تطبيقاً آخر لهذه الخطوات في معرض الكلام عن موقع الفيسبوك لاحقاً".²

وعبر مراحل تطورها، تسعى المجتمعات الافتراضية إلى خلق ما يسميه المهتمون بهذا الشأن الشعور بالمجتمع أو الجماعة أو sense of community (SOC). من أين ينبع الإحساس بالمجتمع أو الجماعة؟ يوجز "ماكميلان وتشافيز" McMillan and Chavis العوامل التي ينشأ من خلالها هذا الإحساس فيما يلي:³

-الشعور بالانتماء "belonging" إلى جماعة من خلال عضويتها ومتابعة ما يحدث فيها وسهولة التفاعل مع أفرادها وأحداثها.

1- مُجّد أمين عيوب: المجتمعات الافتراضية: أنماطها ومشكلاتها، مجلة علوم الاعلام والاتصال (مجلة الكترونية عربية تصدر عن مجموعة من الباحثين) متوفرة على الخط <https://diraset.com/content> (ت د) 2020/06/20 سا 23.00.

2- عبد العال الديري: المجتمعات الافتراضية- التعريف- التطور- الغايات، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، في 2013 متوفر على الخط http://accronline.com/print_article.aspx?id=9683 (ت د) 2020/07/06 م سا 10.00

3- David.w McMillan and David.M Chavis: Sense of community: A definition and theory , Journal of Community Psychology, volume 14, issue1, January 1986, pp 6-23

-الشعور بالقدرة على التأثير "influence/ impact" في تلك الجماعة أو المجتمع الافتراضي من خلال ردود الأفعال التي يتلقاها الفرد من بقية أعضاء الجماعة أو أفراد المجتمع الافتراضي، وكذلك التأثير بما يحدث في ذلك المجتمع.

-تبادل الدعم "support" وإشباع الحاجات النفسية والشعورية، والارتباط الوجداني بأفراد الجماعة من خلال تبادل التهاني والتعازي والمواساة والنصيحة وبطاقات المعايدة وما إلى ذلك.

-الحضور والتواجد availability، وهما نقيض العزلة والغياب اللذين نتجا عن هيمنة القيم المادية وانشغال الجميع بتأمين أسباب الحياة. لا يُتصور أن يبقى المرء طويلاً في مجتمع افتراضي ليس فيه من يتواصل معه فلا يسمع فيه إلا صدى صوته. سوف نلاحظ في باب الكلام عن سمات المجتمعات الافتراضية أن الحضور والتواجد الافتراضي ربما ينتهي إلى عزلة وغياب عن العالم الواقعي.

-الثقة "trust" لا يستطيع الفرد أن يشعر بالانتماء إلى جماعة أو مجتمع لا يثق في أحد من أفرادها ولا يشعر بالأمان فيه. من هنا تبقى المجتمعات الافتراضية في مجملها هشة ما لم تتأسس على علاقات سابقة في العالم الواقعي، وما لم تحفظ سكانها من تطفل المتطفلين واحتيال المحتالين. لا بد أن يبذل أفراد المجتمعات الافتراضية جهداً مضنياً في التحقق من هويات من يتفاعلون معهم، ما لم يكن هناك سابق عهد أو معرفة على أرض الواقع، فعواقب الوقوع في براثن المحتالين قد تكون وخيمة. في سبيل الشعور بالثقة، يلجأ مستخدمو المواقع الاجتماعية وسكان المجتمعات الافتراضية إلى أصدقائهم في عالم الواقع. ومن أسباب الثقة، انتماء الأفراد إلى مؤسسات معروفة حسنة السمعة، ومنها أن يكون هؤلاء الأفراد أنفسهم من الشخصيات العامة. وفي مناقشة الصداقة على "الفيسبوك" مزيد من التفاصيل.

-الخلفية المشتركة "common background": تزداد قوة العلاقات الافتراضية كلما تأسست على خلفية مشتركة في العالم الواقعي، أو على اهتمامات وهوايات وميول مشتركة في العالم الافتراضي. لعلنا نلاحظ أن مواقع التواصل الاجتماعي والخدمات الإلكترونية يتجمع فيها الأفراد من الخلفيات العلمية والمهنية والتجارية المشتركة من منطلق أن "الطيور على أشكالها تقع". وقد تنشأ تجمعات افتراضية حول قضية أو "نجم" من نجوم الفن أو الرياضة أو حول مفكر أو عالم أو شخصية سياسية.

من الملائم هنا أن نلاحظ أن تحقق تلك الأسباب - أي أسباب الشعور بالمجتمع أو الجماعة - في العالم الواقعي يقلل من لجوء الأفراد إلى المجتمعات الافتراضية، فالذين تحفل حياتهم بالعمل والنشاط، ويعيشون حياة

أسرية مستقرة، ولهم علاقات اجتماعية مثمرة ويشعرون بتعاطف المحيطين بهم معهم ويحظون بالقبول في الواقع لا يجدون كثيراً من الوقت للحياة في العالم الافتراضي.¹

ليس هناك ارتباط عكسي حتمي بين الاستقرار والعمل في الواقع وبين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، غير أنّ هناك ارتباطاً واضحاً بين الفراغ وعدم الإشباع النفسي والاجتماعي في الواقع والانهماك في الحياة في العالم الافتراضي.

3- سمات وخصائص المجتمع الافتراضي:

يتسم المجتمع الافتراضي بمجموعة من السمات الآتية²:

◀ المرونة وانحياز فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي، فالمجتمع الافتراضي لا يتحدد بالجغرافيا بل بالاهتمامات المشتركة التي تجمع معاً أشخاصاً لم يعرف كل منهم الآخر بالضرورة قبل الالتقاء إلكترونياً.

◀ لم تعد تلعب حدود الجغرافيا دوراً في تشكيل المجتمعات الافتراضية، فهي مجتمعات لا تنام، يستطيع المرء أن يجد من يتواصل معه في المجتمعات الافتراضية على مدار الساعة.

◀ ومن سماتها وتوابعها أنها تنتهي إلى عزلة، على ما تعد به من انفتاح على العالم وتواصل مع الآخرين. هذه المفارقة يلخصها عنوان كتاب لـ "شيري تيركل" نحن معاً، لكننا وحيدان/ وحيدون: لماذا أصبحنا ننتظر من التكنولوجيا أكثر مما ينتظر بعضنا من بعض؟³. فقد أغنت الرسائل النصية القصيرة، وما يكتبون ويتبادلون على الفيسبوك والبلاتك بيرى عن الزيارات. من 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، بل حقيقة مقلقة تحتاج مزيداً من الانتباه والاهتمام.

◀ لا تقوم المجتمعات الافتراضية على الجبر أو الإلزام بل تقوم في مجملها على الاختيار.

◀ في المجتمعات الافتراضية وسائل تنظيم وتحكم وقواعد لضمان الخصوصية والسرية، قد يكون مفروضاً من قبل القائمين، وقد يمارس الأفراد أنفسهم في تلك المجتمعات الحجب أو التبليغ عن المداخلات والمواد غير اللائقة أو غير المقبولة.

¹ - عبد العال الديري: مرجع سابق.

² - بشرى جميل الراوي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير - مدخل نظري - مجلة الباحث الاعلامي، العدد 18، جامعة بغداد، 2012م، ص 100

³ - أولجا جوديس بيلي، بيلي كاميرتس، نيكوكارننتير: فهم الإعلام البديل، ترجمة: علا أحمد إصلاص، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2009م، ص 56

« أنها فضاءات رحبة مفتوحة للتمرد والثورة بداية من التمرد على الخجل والانطواء، وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسية أحيانا.

« تتسم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية، وتنتهي بالتدريج إلى تفكيك مفهوم الهوية التقليدي. ولا يقتصر تفكيك الهوية على الهوية الوطنية أو القومية، بل يتجاوزها إلى الهوية الشخصية، لأن من يرتادونها في أحيان كثيرة بأسماء مستعارة ووجوه ليست وجوههم، وبعضهم له أكثر من حساب.

ومن سمات المجتمعات الافتراضية ومن توابعها أنها تنتهي إلى عزلة وانفراد، على ما تعد به من انفتاح على العالم وتواصل مع الآخرين. من العجيب أن المجتمعات الافتراضية قد نشأت لأغراض شتى، منها تخليص البشر من عزلتهم تنتهي بهم إلى عزلة جديدة عن عالمهم الواقعي. هذه هي المفارقة الكبرى في المجتمعات الافتراضية، مفارقة كذلك يلخصها عنوان كتاب لشيري تيركل Sherry Turkle هو كتاب:

« Alone Together : Why We Expect More from Technologies than from Each Other » "نحن معا، لكننا وحيدان/ وحيدون: لماذا أصبحنا ننتظر من التكنولوجيا أكثر مما ينتظر بعضنا من بعض؟¹.

4- الفضاء الافتراضي في المجتمع الجزائري:

الحديث عن الفضاء الافتراضي يحيلنا مباشرة إلى هابرماس كمنظر لهذا المفهوم، و أيضا إلى الانترنت كفضاء جديد بديل عن الفضاء التقليدي الذي تحدث عنه هابرماس ووضع له شروطا ومعايير محددة، وترتبط إشكالية مواقع التواصل الاجتماعي بقدرتها على إحياء نموذج الفضاء العمومي التقليدي بمعناه الهابرماسي، والذي يتطلب أخلاقيات معينة وشروط لا بد أن تتوفر في النقاش، ففي الجزائر حديثة العهد بظاهرة مواقع التواصل الاجتماعي، لم تكن بمنأى عن تأثيرات شبكة الفايسبوك والتي احتضنت نشاطات إنسانية مختلفة، منها ما يتعلق بمسائل الشأن العام والمواطن داخل هذا الحيز الافتراضي وما ينجر عنه من سلوكيات وتفاعلات إنسانية مختلفة، خاصة ما يتعلق بمسائل ذات الشأن العام والمصلحة العامة.

ويتميز الفضاء العمومي الجزائري على الفايسبوك ببعض الخصائص منها²:

- بروز نخب شبانية جديدة تتمثل في المشرفين على كبرى الصفحات التي تدير النقاش على الفايسبوك.

¹ - بهاء الدين محمد مزيد: المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية/ كتاب الوجوه نموذجاً، جامعة الامارات العربية المتحدة، 2012م، ص45

² - حمزة هوارى: مواقع التواصل الاجتماعي واشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية- جامعة ورقلة- العدد 20، سبتمبر 2015م،

- تشظي الفضاء العمومي الى مجموعات انطوائية، يغلب عليها الطابع التنافري والعدائي في التعاطي مع قضايا الشأن العام.
- انحصار المجال الخاص لصالح العام.
- سيطرة الطابع الفضائحي في تناول القضايا السياسية بدل النقد والجدل العقلاني الجاد.
- تشكل مجتمع مدني افتراضي بديل تجاوز آليات تهميشه من المجال العمومي التقليدي، وبروز وسطاء جدد بدل وسطاء واقعيين.
- غياب الحوار والجدل والحجاج العقلاني في تناول قضايا ذات الشأن العام، وسيطرة مفردات " اليأس " و"التخوين" والعنف الرمزي.

5- كيفية المشاركة داخل المجتمعات الافتراضية :

تعرف المجتمعات الافتراضية مشاركات عبر الانترنت تكون مستمرة باستمرار الاهتمامات التي تجمع أصحابها، وتتميز بالديمومة في النواحي الاجتماعية و الثقافية والسياسية وغيرها. وهناك المشاركات المتقطعة التي تتواصل مع الاهتمامات المتباينة بشكل غير دوري. وتتعدد وسائل المشاركة في العالم الافتراضي حيث تتوفر المواقع على الملفات الشخصية أو صفحات الويب، وهي ملفات تمكن الفرد من كتابة بياناته الأساسية مثل الاسم والسن وتاريخ الميلاد والبلد والاهتمامات والصور الشخصية، ويعد الملف الشخصي بوابة الوصول إلى عالم الشخص. كما تتوفر العالم الافتراضي على خدمة الاتصال بأصدقاء الواقع، أو الذين يشاركونه نفس الاهتمام في المجتمع الافتراضي. وتمتد علاقة الشخص ليس فقط بأصدقائه، ولكن يفتح العالم الافتراضي فرصة للتعارف مع الأصدقاء بعد موافقة الطرفين، وإرسال الرسائل سواء إلى الأصدقاء الذين في قائمة الشخص، أو غير الموجودين في القائمة¹.

وتتعدد آليات التواصل لبناء المشاركات الفاعلة داخل السياقات الافتراضية من خلال ما يقدمه الإنترنت من خدمات للتواصل، منها خدمة الدردشة الجماعية وتعتبر هذه الدردشة من أبرز الخدمات الافتراضية، فهي أقوى الوسائل التي تستخدم في تشكيل العلاقات الاجتماعية الافتراضية العابرة للحدود. ومن الآليات أيضا المحادثة،

¹ - نعيمة رحمان، وزينب دهمي: الانترنت (العالم الافتراضي) والعنف الرمزي، مجلة علوم الانسان والمجتمع - كلية العلوم الانسانية والاجتماعية - جامعة

مُجد خيضر بسكرة، العدد 11، سبتمبر 2014م، ص 369.

وهي من الخدمات الافتراضية التي تسمح بربط الحواسيب على الإنترنت مع بعضها البعض ثم كتابة رسائل من شخص إلى شخص آخر. وقد تطورت هذه الخدمة لتسمح بتفاعلات عن طريق كاميرا الوجه بالوجه.¹

وتعد القوائم البريدية بوابة للمشاركة أيضا، وهي عبارة عن نظام مجهز بحيث يسمح بتكوين مجموعات من المستخدمين يمكن إرسال رسائل إليهم واستقبال رسائل منهم. كما تحتوي المجتمعات الافتراضية على المجموعات الإخبارية التي يسكن داخلها آلاف من الأفراد، وهي مصنفة في مجموعات مختلفة تغطي تقريبا جميع مجالات المعرفة بحيث يستطيع الفرد طلب أي شيء يرغب فيه.

6- شباب الإنترنت والمجتمع الافتراضي:

جيل الإنترنت، هو الجيل الذي تسيطر عليه الوسائل الرقمية الحديثة، كأجهزة الحاسوب والهواتف المحمولة وأجهزة الألعاب الإلكترونية، التي جعلت العالم عبارة عن قرية صغيرة في متناول يديه، وهو ما أعطى شعور للمستخدمين بالوجود الذي يمكن أن نطلق عليه الوجود الافتراضي.

ويمثل جيل الإنترنت، الشباب والشابات الذين عاصروا انتشار الإنترنت ودخوله في مختلف المجالات، وهو جيل لا يهتم بالوسائل الاتصالية والإعلامية التقليدية، بل يفضل الأجهزة والأدوات الحديثة التي تتميز بالسرعة في إنجاز المهام، وقد أشارت العديد من الدراسات والأبحاث إلى عادات استخدام الجيل للشبكة وطبيعة العلاقات الافتراضية التي تتكون بينهم، ورصدت الدراسات أيضا أن هذا الجيل يشاهد أكثر مما يقرأ، ولديه القدرة على الابتكار والابداع في مختلف المجالات بسبب كمية المعلومات المتاحة التي يستطيع الوصول إليها بسهولة.²

لقد أظهرت الدراسات أيضا أن أدمغة أبناء هذا الجيل تختلف عن أدمغة الجيل السابق، وأن عقولهم مستمرة في التغير بسبب الزيادة في المحفزات الإلكترونية، فضلا عن قدرتهم على القيام بأكثر من مهمة في وقت واحد، والتميز بقدرات بصرية مذهلة في التعامل مع الألوان والقراءة على خلفيات ملونة، فضلا عن سرعتهم في الرد والتواصل والتعبير والتعامل مع مختلف أنواع الوسائط المتعددة. لكن تبقى هناك العديد من المخاوف والانتقادات التي ترتبط بهذا الجيل، فقط رصدت دراسات وبحوث أخرى أن أبناء جيل الإنترنت أقل ذكاء من أبناء الجيل السابق، ويواجهون صعوبة في التركيز على الأشياء، ويعانون من الهوس بالجلوس أمام الشاشات طويلا والإدمان على الألعاب ومواقع التواصل الاجتماعي، ويفتقرون للكثير من المهارات الاجتماعية الطبيعية ولا يملكون الوقت لممارسة الرياضة أو الأنشطة الصحية، ولا يملكون أهدافا واضحة، بل على العكس فهم مشتتون وتائهون

¹ - المرجع السابق : ص 370.

² - حسني رفعت حسني: المجتمعات الافتراضية وجيل الانترنت - المفهوم، السمات، الأنواع، متوفر على الخط

<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp> ت د 2020-06-05 م سا 16.00

ويفتقرون إلى الخجل، ويسرقون وينتهكون القوانين وحقوق الملكية الفكرية¹. أضف إلى ذلك، يعاني أبناء هذا الجيل من مشكلات عديدة أبرزها الفجوة الرقمية التي تتضمن أشكال التفاوت المعلوماتي بين أبناء جيل الإنترنت في العالم الشرقي، وأبناء العالم الغربي، ومشكلة التفاوت الثقافي والسيطرة الرقمية التي تهيمن عليها مصادر تزويد المستخدمين بالإنترنت، إلى جانب الأنظمة السياسية الحاكمة وجماعات الضغط المحلية وقوة الرأي العام وتأثيره.

7- المواطنة الافتراضية:

فتحت مواقع التواصل الاجتماعي المجال أمام ممارسة قضايا المواطنة عبر الإنترنت، والتي أطلق عليها المواطنة الافتراضية، فعند الحديث عن المواطنة لا يغيب البعد السياسي، إذ ارتبطت المشاركات أحيانا بالبحث عن حقوق ووجبات اجتماعية وسياسية، فأصبح هناك ممارسة لحقوق المواطنة في المجتمع الافتراضي، وهناك أيضا قضايا يتم سحبها من الواقع إلى المجتمع الافتراضي الذي يعد بوابة جديدة للعبور وتحقيق المواطنة مع الأخذ في الاعتبار أن قضايا المواطنة الافتراضية عالمية النشأة ومحلية المردود².

كما تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة تفعيل دور المجتمع المدني، حيث أن هناك العديد من منظمات المجتمع المدني كالجمعيات، والمؤسسات التربوية والشركات، قد بنت لها قواعد في المجتمع الافتراضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأخذت تروج لهذه البرامج والسياسات، التي تتبناها وتدعو المستفيدين إلى برامجها ومشاريعها.

8- مظهرات المجتمع الافتراضي وانعكاساته على الهوية الحقيقية:

يبدو أن مظهرات الهوية الافتراضية في الفضاء الافتراضي تعد انعكاسا مباشرا لتمثلات جزء بسيط من الذات الفاعلة في الواقع، سواء من حيث طبيعة قيمها أو تصوراتها التي تؤسس وجودها الاجتماعي والرقمي على حد سواء، بحكم جزءا مهما من تمثلاتها في المجتمع الشبكي قد تكون مزيفة وتعبر عن مثل وتطلعات لا تمت بصلة إلى الواقع لكنها في الوقت ذاته، قد تعكس بعض المضامين التي تبحث لها عن وجود في الواقع، لهذا قد تبرر ممارستها المقنعة أو المزيفة في الفضاء الافتراضي محاولاتها للتخلص من القيود الاجتماعية في الواقع الفعلي، مع

¹- حسني رفعت حسني: مرجع سابق.

²- جرار ليلي أحمد، المشاركة بموقع الفيسبوك وعلاقته باتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو العلاقة الأسرية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة

الشرق الأوسط، كلية الإعلام، عمان، 2011م، ص 99-100

ضرورة الأخذ بعين الاعتبار اختلاف تلك التمثيلات والدلالات باختلاف مواصفات الفئات الاجتماعية، وطبيعة المجموعات الافتراضية التي تشترك فيها، والغايات التي تسعى إليها"¹.

أما فيما يخص المظاهر التي يتجسد من خلالها الأفراد الأنترنتيون يحدد الباحث "مُجّد رحومة" المظاهر الأساسية التي يتمظهر ويتمثل بها أفراد المجتمع الافتراضي في ثلاثة مظاهر:²

المظهر الأول: الكتابي أو النص المكتوب، وهو أكثرها استعمالاً وأهمها على الإطلاق حيث أن نوعية الكتابة وطريقتها وطبيعة الجمل والكلمات المستخدمة والأسلوب الكتابي والرموز المستعملة كلها أمور تحدد شخصية الفرد، وطبيعته، وتمكننا حتى من التعرف عليه وعلى سماته الشخصية إلى حد ما.

المظهر الثاني: "يكون بالصور والرسومات وما يصطحبها من ألوان وخطوط وأشكال متنوعة، وصور شخصية وغيرها، وكل هذه الجزئيات المصاحبة للنص والصوت تلعب دوراً كبيراً في بناء شخصية معينة.

المظهر الثالث: الصفحة الشخصية: وهي فضاء خاص يصممه المستخدم ويضع معلوماته الشخصية فيه.

ارتبط ظهور العلاقات الاجتماعية الافتراضية بظهور شبكات التواصل الاجتماعي، التي تعتبر بدورها من أهم إفرازات الجيل الثاني للانترنت، أو ما بات يعرف بالويب. ويعد الفيسبوك نموذجاً يمثل الإطار العام الذي تتشكل فيه علاقات المستخدمين الجزائريين الافتراضية.

يقول Timothy Leary: "أننا سنسجل في المستقبل القريب علاقات عبر الانترنت، مع أناس قد لا نراهم أمامنا أبداً، فالعديد من الاتصالات والمقابلات ستتم من الآن فصاعداً عبر الشبكة"³

ولا يمكن الحديث عن هوية من دون معرفة المجتمعات التي تتشكل فيها هذه الهوية، ومع أن لكل مجتمع خصوصيته، إلا أن هناك ما يجمع مجتمعات العالم اليوم من ملامح تتزايد اشتراكاً، على الرغم من التباينات الثقافية المتمثلة بالتقاليد عموماً. ويعتبر "أنثوني غيدنز" عالم الاجتماع البريطاني، "أن التحولات الاجتماعية الراهنة تضفي على العصر الحالي سمات تميزه عما سبقه من عصور"⁴

¹ - Georges Fanny : **l'identité numérique sous emprise culturelle**, de l'expression de soi à sa standardisation, les cahiers du numérique, 2011, p 31.

² - إبراهيم بعزيز، **منتديات المحادثة والدرشة الالكترونية (دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع)**، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007، 2008، ص ص 82، 83.

³ -Philippe, Breton : **Le Culte de l'internet: Une menace pour le lien social**, la découverte, Paris. 2000, p 96.

⁴ - عبد الغني عماد: **سوسيولوجيا الهوية، جدليات الوعي والتفكك وإعادة البناء**، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2017، ص 191.

وقد أكد "علي حرب" المفكر العربي، أن العالم اليوم لم يعد كما كان عليه بعد النسق الاتصالي الجديد وثورة المعلومات والتكنولوجيات الحديثة، وما أفرزته من مفاهيم جديدة أثرت بشكل أو بآخر على مناحي الحياة الاجتماعية، خاصة بالنسبة للشباب، فأصبح إقبالهم على هذه التكنولوجيا الحديثة يتزايد بوتيرة متسارعة دون وعي أو معيار يسمح لهم بالتمييز بين إيجابياتها وسلباتها، فالأزمة هي لحظة تغيير واختلال توازن على مستوى الهوية، وحتى على مستويات أخرى كالسلوك والقيم¹.

ويخضع شباب المجتمع المعاصر في تنشئهم لمؤثرات متعددة توجهها مبادئ وأهداف مختلفة، وربما متناقضة ولا سيما أن المجتمع المعاصر يتميز بتعدد مؤسساته ونمط حياته، فوجد الشباب المعاصر نفسه أمام وضع مشتبك ومبعثر، سواء في عالم الاقتصاد أو في النظام التربوي أو الإعلام وغيرها، وهذا كله زاد من عوامل القلق والاضطراب والفوضى لديهم، مما أدى إلى وقوع الشباب في أزمات ثقافية وقيمية تهدد المجتمعات، وتقوض الجهود المبذولة لتنميتها وتقدمها².

وتمر الهوية عبر سيرة دائمة تتوسطها بالضرورة مراحل تتميز بالاستمرار والتواصل أو الانقطاع وبتر كل ما له صلة بهويتنا الوطنية، فالانتقال من مرحلة إلى أخرى يجد الشباب نفسه بين متناقضات من العيار الثقيل، بين الهوية المحلية الوطنية التي تسعى للحفاظ على الموروثات القومية الوطنية، وبين كل ما تقدمه التكنولوجيا المتطورة والعالم الرقمي³.

خلاصة:

وفي ختام هذا الفصل، نشير إلى أن الإعلام الجديد ممثلا في مواقع التواصل الاجتماعي، أدى إلى تغيير جذري واضح في كيفية تشكل النسيج الاجتماعي وبناء العلاقات الاجتماعية، كما تغيرت المعايير التي تقاس على أساسها متانة هذه العلاقات وإمكانية استمرارها، فبعد أن كان في الماضي البعد الجغرافي يلعب دورا كبيرا في تكوين الفرد لعلاقاته، أي أن التقارب الجغرافي والاحتكاك اليومي في مختلف الأماكن السوق، المدرسة، أماكن العمل... هو الذي تكون على أساسه هذه الروابط الاجتماعية، فقد أصبح الأمر مع التطورات الحاصلة في تكنولوجيات الاتصال والانترنت مختلفا تماما، فيمكن لأي شخص أن يتعارف مع أفراد من مختلف أنحاء العالم ويكون معهم علاقة، حتى وإن كان بعيدا عنهم جغرافيا.

¹ - اسمهان كسيرة: الشباب الجزائري والهوية الافتراضية - دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي موقع فايسبوك، أطروحة دكتوراه غير منشورة تخصص

تكنولوجيا وسائل الاعلام والمجتمع، قسم العلوم الانسانية، جامعة عبد الحميد بن باديس غليزان، الجزائر، 2017-2018م، ص 148.

² - المرجع السابق: ص 149

³ - محمد شطاح: التلفزيون والطفل، مجلة المعيار، العدد 7، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، 2003م، ص 91.

ورغم هذا التغير في نمط العلاقات الاجتماعية وكيفية تشكلها، يرى الكثير من الباحثين أن هذا النمط الجديد من الروابط والعلاقات الاجتماعية ما هو إلا امتداد للروابط والعلاقات القائمة الواقعية، أي أنها تخضع تقريبا لنفس المعايير.

الفصل الثالث

مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

المبحث الأول: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي، تطورها، وخصائصها

- 1- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
- 2- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
- 3 - نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي
- 4- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- 5- تصنيفات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي، استخداماتها وأبعادها

- 1- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي
- 2- أبعاد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
- 3- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
- 4- التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي
- 5- التأثيرات الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي

خلاصة

الفصل الثالث

مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

المبحث الأول: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي، تطورها، وخصائصها

- 1- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
- 2- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
- 3 - نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي
- 4- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- 5- تصنيفات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي، استخداماتها وأبعادها

- 1- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي
- 2- أبعاد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
- 3- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
- 4- التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي
- 5- التأثيرات الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي

خلاصة

تمهيد:

وفر ظهور شبكات التواصل الاجتماعي فتحاً ثورياً نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبقة، وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. حيث اختصرت المسافات وحولت الواقع إلى دائرة مليئة بالمستجدات اليومية، مما أتاح الإتصال الواسع والمتفرع رغم بعد المسافات فنتج عنها ثقافات جديدة تختلف عن تلك التي كانت من قبل.

كما وفرت مواقع التواصل الاجتماعي قنوات تواصل جديدة، هي في تطور قد يغير من جوهر العلاقات الاجتماعية التقليدية، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية، لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها خبراء الاتصال، من خلال هذا الفصل سنحاول التعرف على هذه المواقع، نشأتها ومسار تطورها وخصائصها، إضافة إلى أهم هذه المواقع من حيث النوع والأهمية والخدمات التي تقدمها.

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي النشأة، التطور، والخصائص

1- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت التعريفات والرؤى حول ماهية مواقع التواصل الاجتماعي، نوجزها فيما يلي:

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها: "عبارة عن مواقع تم تصميمها لربط الناس ببعضهم البعض في بيئة افتراضية" In virtual Environment، ويعرفها "بويد وإليسون" Boyd and Ellison بأنها: "مواقع تتشكل من خلال الانترنت تسمح للأفراد بإنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت"¹

كما يعرفها الباحث "محمد عواد" بأنها: "تركيبية اجتماعية إلكترونية من أفراد وجماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم العقدة "Node" بحيث يتم إصصال العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات لتشجيع فريق معين أو انتماء لشركة ما أو حمل جنسية بلد في هذا العالم، وقد فصلت هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا، كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص"²

وقد أوجز "Swite" مفهوم الشبكات الاجتماعية في أنها: "منظمة عصرية غيرت في أسلوب الحياة من حيث الأسلوب والإدارة والممارسة"³

وتعرف أيضا بأنها: "مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة...إلخ). كل هذا يتم عن طريق خدمات

¹Boyd, Danah and M, Ellison, Nicole . B: **Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship**, Journal of Computer-Mediated Communication, University of Indiana (2007)Volume 13, Issue 1 . article 11.

²- علي خليل شقرة: مرجع سابق، ص 59.

³O.C.Mcswete: **the challenge of social networks, Administrative theory and praxis**, vol 13, issue 1 , march , 2009 , p 95-96.

التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض" ¹

أما الباحث "زاهر راضي" فقد عرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها" ².

كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الإنترنت، تتيح للمستخدم فيها إنشاء موقع خاص به و من ثم، ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك.

وهو أيضا مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني "للويب"، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، شركة،...)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين و معرفة أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

2-نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

شهدت البشرية عبر تاريخها ظهور العديد من الاكتشافات التي أثرت تأثيرا كبيرا في حياة الناس، فقد شهد القرن الماضي على سبيل المثال ظهور الراديو والتلفزيون والحاسوب، فبالرغم مما أحدثته من تأثير واسع في الجماهير، إلا أن تلك التأثيرات لا تزيد في أهميتها على التي تقوم بها اليوم ثورة الانترنت والشبكات الاجتماعية كالفيس بوك والتويتر، من حيث سرعة الانتشار وتغيير شكل التواصل، وتوزيع المعرفة.

ففي عام 1954 صاغ جون بارز والذي كان باحثا في العلوم الإنسانية في جامعة لندن مصطلح الشبكات الاجتماعية، للدلالة على أنماط من العلاقات تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي، وتلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات كالعائلات والأسر.

بدأ ظهور مواقع التواصل الاجتماعي عبر محطات أساسية ويمكننا القول أنّ المحطة التأسيسية لهذه المواقع ظهرت مع الجيل الأول للويب Web1، حيث "بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل Classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع Six degrees عام 1997، وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وظهر في تلك المواقع الملفات الشخصية

¹ - ماهر عودة الشمايلة وآخرون : مرجع سابق، ص199.

² - عبد العزيز خالد الشريف: الإعلام الإلكتروني، ط1، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص165.

للمستخدمين، وخدمات إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات متشابهة لما يوجد في الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أنها لم تستطع أن تدر أرباحاً مملكتها وتم إغلاقها¹

بعدها ظهرت بعض الشبكات الاجتماعية في الفضاء الافتراضي لكنها "لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و2000"،² حيث ظهرت مواقع كان محور اهتمامها تدعيم المجتمع بربط المواقع الاجتماعية مع مجموعات معينة، مثل موقع الأمريكيين الآسيويين Asianavenue.com وموقع البشر ذوي البشرة السوداء Blackplanet.com، وأغلب هذه المواقع اعتمدت في نشأتها على تقنيات الويب، ولم تحقق نجاحاً كبيراً خلال هذه الفترة الأولى لمواقع التواصل، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب، التي شهدت المرحلة التأسيسية للشبكات.

إلى جانب المواقع سابقة الذكر، ظهرت مواقع أخرى تمثلت في: "موقع Live journal وموقع 1999 Cyworld الذي أنشئ في كوريا، وموقع Ryze الذي كان يهدف إلى تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية. وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء"³.

لكن الانطلاقة الفعلية للمواقع الاجتماعية، جاءت مع انطلاق موقع "الأصدقاء friendster.com" وقد تم تصميمه للتعارف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد نال هذا الموقع شهرة واسعة في تلك الفترة، وفي نفس السنة ظهر في فرنسا موقع Skyrock.com كمنصة للتدوين، ثم تحول إلى شبكة تواصل اجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب.

ومع مطلع سنة 2003م ظهر موقع Myspace وهو من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة والأكثر شهرة، وبالتوازي معه ظهر موقع LinkedIn في الخامس من مايو سنة 2003م، والذي وصل عدد مستخدميه 250 مليون مشترك بنهاية عام 2012م، ثم كانت النقلة الكبيرة في عالم مواقع التواصل الاجتماعي باطلاق الموقع الشهير الفاييس بوك Facebook.com في الرابع من فبراير عام 2004م.

¹ - أحمد عادل عبد الفتاح: التفاعلية والإدماج الرقمي في الإعلام الجديد، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2018، ص147.

² - مروى عصام صلاح: الإعلام الإلكتروني: الأسس والآفاق، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص247.

³ - جبريل بن حسن العريشي وسلمى عبد الرحمن مجد الدوسري: الشبكات الاجتماعية والقيم: رؤية تحليلية، ط1، دار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص24، 25.

وتعد هذه المواقع الثلاثة، أشهر مواقع التواصل الاجتماعي اشتراكا من قبل الجماهير، خاصة في الوطن العربي الذي يعرف أعدادا متزايدة من المشتركين في هذه الشبكات، ومواقع الشبكات الاجتماعية الالكترونية على الانترنت هي مكونة من ملايين من البشر يتصلون ببعضهم البعض، عبر دوائر وشبكات separation أو الدرجات الستة للانفصال¹

وقام فايس بوك في عام 2007م، بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك²

3- نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي:

هناك العديد من المواقع الاجتماعية على شبكة الانترنت تتشابه في خصائصها وتطبيقاتها، وتشكل مواقع (فيس بوك، يوتيوب، تويتر، ماي سبيس، انستغرام، واتس آب، لينكدان، فريندستر، فليكر، غوغل بليس) أشهرها، كما ظهرت الشبكات الاجتماعية العربية، لكنها لا ترقى لمنافسة الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية الأخرى، ويعزز ذلك بعض المؤشرات الرقمية التي تكشف عنها الأرقام المرتبطة بمستخدمي تلك الشبكات. ومن أشهر شبكات التواصل الاجتماعي التي تلقى رواجاً وإقبالا في عالمنا العربي، من كافة فئات المجتمع وخصوصا فئة الدارسين والشباب ما يأتي:

- الفيس بوك: Face Book

أو كتاب الوجوه باللغة العربية، وهو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين، يمكنهم من تبادل المعلومات، والملفات والصور الشخصية، ومقاطع الفيديو والتعليقات، كل هذا يتم في عالم افتراضي يقطع حاجز الزمن والمكان، ويعد موقع الفيس بوك واحداً من أشهر المواقع على الشبكة العالمية، ورائد التواصل الاجتماعي، واتخذ الشباب اليوم منبرا افتراضيا للتعبير عن آرائهم وأفكارهم وتوجهاتهم. كما يعد من المواقع التي تسمح للمشاركين به بالتواصل مع بعضهم البعض عن طريق استخدام أدوات الموقع، وتكوين روابط وصداقات جيدة من خلاله، كما يسمح للأشخاص الطبيعيين بصفتهم الحقيقية أو الأشخاص الاعتباريين كالشركات والهيئات والمنظمات بالمرور من خلاله وفتح آفاق جديدة للتعريف المجتمع بهويتهم.³

¹ - عبد الحميد بسيوني: الديمقراطية الالكترونية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2008م، ص 266.

² - مصطفى يوسف كافي: الإعلام التفاعلي : **Interactif Media**، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص111.

³ - إيهاب خليفة: مواقع التواصل الاجتماعي، أدوات التغيير العصرية عبر الانترنت، المجموعة العربية للتدريب والنشر، ط1، 2016، ص114.

يعتبر الشاب "مارك زوكربيرج" الذي لم يتجاوز الثلاثين من عمره العقل المدبر لهذا الاكتشاف، ففي عام 2003 وفي الثامن والعشرين من أكتوبر استطاع أن يحدد هوية الفيس بوك، بعد انفصاله من موقع (فيس ماش) الذي بدأ بنشر صورة الشاب أو الشابة الأكثر جاذبية في جامعة هارفارد الأمريكية¹. فقد "أخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الانترنت ليجمع زملاؤه في الجامعة (جامعة هارفارد الأمريكية) تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم ولم يعتمد في تصميمه إلى أن يكون موقع تجاري يجتذب الإعلانات أو موقع ينشر أخبار الجمعة ولكن هدفه الأساسي إلى موقع يجمع شمل أصدقائه ويسعد على التواصل بين الطلبة بعضهم بعض²".

لجأ مخترع الفيس بوك "مارك زوكربيرج" إلى اختراق شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي... لكن ونتيجة لهذا الاختراق الذي قام به زوكربيرج، قامت إدارة الجامعة بإغلاق الموقع بعد بضعة أيام من انطلاقه، واتهم بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر، وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد، وكانت هذه التهم كافية لطرده من الجامعة؛ ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر، وفي 4 نوفمبر من عام 2004، قام "زوكربيرج" بتأسيس موقع الفيس بوك على نطاق جامعة هارفارد تحت مسمى "The facebook"³

نجد أنه "منذ انطلاق موقع فيس 2004 بدأت معه مرحلة جديدة من استخدامات شبكة الانترنت، حيث لم تعد وسيلة ترفيه بل أصبحت وسيلة اجتماعية وسياسية قادرة على إشعال الحروب"⁴ فالثورات التي تسمى بالربيع العربي خير دليل على ذلك.

وفي أكتوبر 2007 اشترت شركة مايكروسوفت حصة في الفاييس بوك نسبتها 1.6% بقيمة 240 مليون دولار، حيث قدرت قيمة الموقع آنذاك بنحو 15 مليون دولار.⁵ وبلغت 100 مليار دولار أمريكي عام 2012.

كما "أضافت إدارة الفيس بوك مع مطلع الشهر الخامس من 2016 خاصية جديدة بترجمة التعليقات إلى اللغة الانجليزية والعربية، أو من أية لغة أخرى يكتب بها المتحدث إلى اللغة الانجليزية، وهذه تتيح للأفراد

¹ - كاظم شتون المقدادي: الإعلام الدولي والجديد : وتصعد السلطة الرابعة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص204.

² - مصطفى يوسف كافي: مرجع سابق، ص119، 120.

³ - ليلي أحمد جزار: الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012، ص52.

⁴ - محمد عبد الحميد: المدونات : الإعلام البديل، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2009، ص134.

⁵ - رضا أمين: الاعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2015، ص115

التواصل بعيدا عن معوق اللغة، فضلا عن إضافة خاصية الاتصال المباشر عن طريق الفيس لأكثر من 50 شخصا في آن واحد".¹

وقد أزعج الفيس بوك الكثير من السياسيين عبر العالم، حيث قامت بعض الدول باغلاق الموقع كنتيجة للهجوم المستمر عليها من قبل أعضاء في الشبكة، يدافعون عن قضايا معينة. بالمقابل حقق نجاحا وانتشارا قل نظيره على مواقع التواصل الأخرى، خاصة مع فئة الشباب التي تعد أكثر الفئات استخداما له، لأنهم يمتلكون مهارات حاسوبية، ولهم اطلاع واسع على كفاءات تصفحه.

أسباب الإقبال الكبير على الفيس بوك:²

- ◀ العزلة الاجتماعية: إذ أن جميع الأفراد يعملون خارج المنزل، وفي الوقت نفسه يبحث الأولاد عن مخبرهم بما حدث داخل المدرسة، فيجدون ضالتهم من الشبكات الاجتماعية .
- ◀ مساحة الرأي وحرية الموقف، من المعروف بأن هذه المواقع تسمح لأشخاص بتعبير بحرية عن آرائهم وقضاياهم التي تخصهم.
- ◀ الرغبة في تحسن الظروف المهنية: حيث تعمل بعض الشبكات الاجتماعية على إتاحة فرصة للحصول على وظيفة مناسبة ومن أشهرها موقع (linked in)
- ◀ جمع المعلومات واكتساب الخبرة: تمكن الشبكات الاجتماعية المثقفين خاصة من الحصول على أحدث الاتجاهات الثقافية والتجارية، وقد تكون أحدث من الكتب و الدوريات، مثل موقع (IMedix)
- ◀ الدعاية والإعلان: تعد الشبكات الاجتماعية مراكز دعاية وإعلان مؤثرة، لأنها تولد لدى الشخص الرغبة الملحة لمعرفة ما يتحدث عنه الناس.
- ◀ امكانية انشاء مجموعة «Groups»: يمكن من خلال هذه الخاصية على الانترنت أن ينشأ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.³

¹ - غالب كاظم جواد: الإعلام الجديد.. اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة ، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص84.

² - الدخيل منى: الشبكات الاجتماعية ثورة في عالم الإنترنت ، السعودية عن الإنترنت، 2009. من الموقع

www . mohammed331e4gd8gmtmih k / n- بتاريخ 20 / 09 / 2017 سا 12.00

³ - وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية للنشر والتوزيع، الخرطوم، السودان، 2012، ص 11.

- التويتر : Twitter

يعتبر التويتر من مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيراً والتي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دوراً كبيراً في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، وخاصة في منطقة الشرق الأوسط... وأخذ تويتر اسمه من مصطلح تويت الذي يعني التغريد، واتخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفاً للرسالة الواحدة.¹

وتطلق كلمة أو لفظة تغريدة "على النص القصير الذي يكتبه المشارك لمعارفه من أعضاء المجموعة على الموقع، وكأنهم عصافير تحب بعضها عما يمر بها أو يدور في خلدتها في لحظة الكتابة. ومما تجدر الإشارة إليه، أن الانتماء إلى الموقع مجاني ولا يتطلب غير موافقة من أحد أعضاء المجموعة التي سينتمي إليها، كما هي الحال مع موقع الفيس بوك".²

ونجد أن التويتر قد ظهر "بعد ثلاث سنوات من ظهور الفيس بوك أي عام 2006 كمشروع تطويري بحثي أجرته شركة سان فرانسيسكو، بعد ذلك بدأ الموقع بالانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007".³ وفي أبريل من العام نفسه قامت شركة Obvious بفصل الخدمة عن الشركة، وتكوين شركة جديدة باسم Twitter. بدءاً من ديسمبر 2009 فإن جوجل سوف يقوم بعرض نتائج بحث فورية في محرك بحث جوجل لمدخلات المستخدمين الجديدة في تويتر.

ويمكن للمستخدمين الاشتراك في تويتر بشكل مباشر عن طريق الصفحة الرئيسية للموقع، وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب، حيث تظهر آخر التحديثات بترتيب زمني. تدور التحديثات حول السؤال "ماذا تفعل الآن؟" "What are you doing ?" والتي لا تتجاوز 140 حرفاً. وبعد أن يقوم المستخدم بتحديث حالته ترسل التحديثات إلى الأصدقاء. حيث تقول الكاتبة Diaz Ortiz .Claire "في كتابها "تويتر للأبد": "إن هذا دليل عن كيفية تغيير العالم مع تويتر خطوة، خطوة، تغريده، تغريده، في آن واحد".⁴

¹ - سعد سلمان المشهداني: الصحافة العربية والدولية : المفهوم، الخصائص، المشاكل، النماذج، الاتجاهات، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2014م، ص217.

² - حارث عبود ومزهر العاني: الإعلام والهجرة إلى العالم الرقمي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص148، 149.

³ - كاظم شنون المقدادي: مرجع سابق، ص205.

⁴ - Diaz-Ortiz Claire: **Twitter for Good Change the World One Tweet at a Time**, Jossey-Bass, 1 edition, USA 2011, p123.

لم يتوقف الموقع عند اللغة الإنجليزية فقط، ولكن في أبريل 2008 قام الموقع بإطلاق نسخته اليابانية، وذلك لكثرة عدد المستخدمين من اليابان، ونشاطهم البارز على الموقع، ولقيت النسخة اليابانية استحسان المستخدمين، وتفوقت بشكل أكبر على النسخة الإنجليزية حيث أصبح في الإمكان وضع إعلانات في النسخة اليابانية، على عكس النسخة الإنجليزية التي لا تدعم نظام الإعلانات حتى الآن.

وقد قامت تويتر مؤخراً بإطلاق زرها الخاص بالتشارك عبر شبكتها الاجتماعية، حيث كانت هذه الخدمة تقدم من شركات أخرى أمثال Tweetmeme و Topsy الانطباعات والصعوبات.

لقد أثبت تويتر "بأنه الأفضل في سرعة نقل الأخبار والأحداث ساعة وقوعها ومن موقع الحدث، مثال على ذلك الخبر الذي تداوله العالم أجمع في مطلع عام (2009)، الذي أرسله أحد مستخدمي تويتر مرفقاً بصورة للخبر عن حادث الهبوط الاضطراري لطائرة الخطوط الجوية الأمريكية على سطح نهر (هدسون) يوم 18 كانون الثاني 2009".¹

والملاحظ أن "أعداد المشتركين في الموقع تزايدت أيضاً، ففي 12 مارس 2011 وحده وهو اليوم التالي لزلزال اليابان أضاف الموقع 572 ألف مشترك جديد"² وهذا ما يثبت مدى شعبية هذا الموقع. وقد أصبح جزءاً من نظم وسائل الإعلام المختلفة، حيث يمكن المستخدمين من استقبال تدفق المعلومات الواردة من كل وسائل الإعلام.³

وحسب الإحصائيات التي نشرها موقع "تويتر" في ذكرى تأسيسه الخامسة، فإن هناك أكثر من 106 مليون مستخدم في هذا الموقع؛ عدد يتضاعف بـ 300 ألف مشترك كل يوم. وفي حين تم تحديد عدد حروف التغريدة "tweet" المشاركة على "تويتر" بـ 140 حرفاً، فإن مستخدميه يرسلون أكثر من 55 مليون تغريدة في اليوم، أي 460 تغريدة في الدقيقة وينشط مستخدمو "تويتر" خاصة خلال يومي الخميس والجمعة، وحسب نفس الإحصائيات فإن 20% من مستخدمي هذا الموقع ينشرون 10 تغريدات أو أكثر في اليوم في حين أن 41% من المستخدمين لم ينشروا ولا تغريدة منذ فتحهم حساب على الموقع.

¹ - سعد سلمان المشهداني: مرجع سابق، ص 215.

² - وسام فاضل راضي ومهند حميد التميمي: الإعلام الجديد : تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط 1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، لبنان، 2015، ص 207.

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

وحسب "تويتر" فإنه في شهر مارس 2011 وحده، بلغ متوسط التغريدات التي تم إرسالها حوالي 140 مليون تغريدة. وفي جوان 2011 فإن متوسط التغريدات التي أرسلها مستخدموا "تويتر" هو 200 مليون تغريدة في اليوم.¹

- اليوتيوب: You Tube

يعد اليوتيوب من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي وهو "متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني. تأسس في 14 فبراير سنة 2005 بواسطة ثلاث موظفين سابقين في شركة باي بال هم "تشاد هيرلي" و"ستيف تشين" و"جاود كريم"، في مدينة سان برونو، سان ماتييو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية"²

وهو "موقع الكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني، ويسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة"³

يمكن اعتبار أن "الفيديو المرفوع من قبل "جاود كريم" بعنوان (أنا في حديقة الحيوان) (بالإنجليزية: Me at the zoo)، يعد أول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب، ومنذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الأفلام القصيرة، وشاهدها الملايين من أبناء المعمورة وبكل اللغات، ليصبح الموقع الأكثر مشاهدة على الانترنت ولتشرية شركة جوجل عام 2006 وتضمه لها"⁴

تقول الكاتبة "Jean Burgess": "إن هناك قصة تتحدث عن ثقافة المشاركة، وكيف أصبح العالم على النت على شكل مقطع فيديو"⁵

وبرز موقع اليوتيوب كوسيلة اتصال حيوية في مجال التأثير السياسي في 2008م بعد أن أعلن سبعة من المرشحين للانتخابات الرئاسية الأمريكية حملاتهم الانتخابية عن طريق اليوتيوب، وحققت هذه الحملات

¹ - مريم ناريمان نومان: مرجع سابق، ص60.

² - مروى عصام صلاح: مرجع سابق، ص204.

³ - Lange, P.G, Publicly Private and privately Public: **Social networking on Youtube**. Journal of computer- Mediated Communication, University of Indiana (2007) Volume 13, Issue 1 . article 18.

⁴ - خالد غسان يوسف المقدادي: **ثورة الشبكات الاجتماعية**، دار الفنائس للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013م، ص43.

⁵ - Burgess Jean: **YouTube Online Video and Participatory Culture**, 1 edition, UK Polity, 2009..p555.

مشاهدات كبيرة جدا، كان أغلبها للرئيس أوباما، ويتميز النشر بواسطة اليوتيوب بأنه أكثر صراحة وعفوية مما ينتج في وسائل الإعلام التقليدي¹

ويشهد موقع اليوتيوب إقبالا كبيرا من الشباب والمراهقين خصوصا من الجنسين، ويعتبر موقع اليوتيوب موقع غير رسمي لخلوه تقريبا من الإعلانات، إلا أن الشهرة التي وصل إليها الموقع، تعد مكسبا كبيرا لهؤلاء الذين قاموا بإنشائه وتأسيسه، بحيث أصبح اليوتيوب أكبر مستضيف لأفلام الفيديو، إن كانت على الصعيد الشخصي أو شركات الإنتاج، وأصبح يتردد اسم اليوتيوب عندما تذكر أسماء الشركات التكنولوجية الكبرى الفاعلة على الصعيد العالمي، والتي تحتل موقعا مهما على شبكة الإنترنت.

يقول الباحث عمار بكار: ² "إن نجاح (يوتيوب) له سبب آخر أكثر أهمية، وهو أن الجمهور صار من سرعة الإيقاع وتشتيت الانتباه وتعدد المهام، بحيث صار للفيديو القصير قيمته الأساسية مقابل المادة التلفزيونية الطويلة، التي تستغرق نصف ساعة أو أكثر على شاشة التلفزيون. البرهان على أن قصر الفيديو هو أهم من مسألة المحتوى الشخصي، ثم أن الإحصاءات تثبت بلا شك أن الفيديو القصير الذي يتوافر فيه الإنتاج الحرفي (بروفيشنال) له شعبية أكبر من الفيديو الشخصي بشكل عام".

-لينكدإن: LinkedIn

مع ظهور عدة مواقع للتواصل الاجتماعي العادية، كان لابد من ظهور مواقع متخصصة في أنواع مختلفة من ذلك التواصل، فمنها ما أنشئ لغرض التواصل الشخصي والعائلي، ومنها ما أنشئ بغرض التواصل المحترف، ومن أهم مواقع التواصل المحترف وأكثرها شهرة لينكدإن. فهو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي ذات التخصص بالأعمال Business Related وتسهيل تواصل من يعملون بمجالات مختلفة عبر هذا الموقع، فهو للاتصال المحترف Professional Networking بين من يعملون في قطاعات مختلفة أو ضمن القطاع نفسه أو ضمن المؤسسة أو الشركة نفسها³.

يعتبر لينكدإن من مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالمحترفين، ويتميز هذا الموقع الاجتماعي بخاصية التزكيات، حيث يمكن لمديرك أو زملائك في العمل السابقين تركيتك عن فترة عملك في المؤسسة برفقتهم في السابق⁴، وهذا ما يزيد من فرص حصولك على وظيفة أحسن.

¹ - غالب كاظم جواد: مرجع سابق، ص 84.

² - محمد خيرت يوسف الكيلاني: مؤشرات التقييم الاعلامي، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص 161.

³ - خالد غسان يوسف المقدادي: مرجع سابق، ص 47.

⁴ - ماهر عودة الشمايلة وآخرون: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ط 1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 213.

وتم إنشاء هذا الموقع من قبل "ريد هوفمان" من حجرة الجلوس في بيته، وتم إطلاق هذا الموقع من قبل شركته في عام 2003 للعامة في كاليفورنيا، وقد اشترك في عامه الأول 4500 شخص، كونوا شبكة المعارف من المحترفين بمجال الأعمال، وقد تطور الموقع وزاد من خدماته ليصبح من أوائل المواقع للتعارف المحترف، بل من أهم مواقع التوظيف على شبكة الانترنت¹.

وبحسب شركة "كوانتكاست"، يزوره شهريا أكثر من 42.7 مليون زائر فريد من داخل أمريكا، وأكثر من 117 مليون زائر فريد من أنحاء العالم، وفي مايو 2011 بدأت أسهم لينكدإن" تتداول في بورصة نيويورك، فيما بينت إحصائيات حديثة في بداية العام 2014، أنه قد وصل مستخدمو شبكة لينكدإن" إلى 259 مليون مستخدم نشط حول العالم.²

وبينت إحصائية في منتصف عام 2013 صادرة عن مؤسسة "جو - جلف" المتخصصة في مجال الويب والتطبيقات شبكة لينكد إن" المهدية عن قلة مستخدمي شبكة لينكد إن في الوطن العربي، حيث بلغ عدد مستخدميها 5.8 مليون مستخدم، بنسبة 8.3% من إجمالي عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الوطن العربي.

- انستغرام: Instagram

يعتبر الانستغرام "من مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت حديثا، لكنه استحوذ على اهتمام الجمهور خلال مدة قصيرة مقارنة بالمواقع الأخرى، إذ بدأ موقع انستغرام خدماته في تشرين الأول من عام 2010 ويتيح موقع انستغرام لمستخدميه إمكانية التقاط صور وإضافة فلتر رقمي إليها بحيث تصبح جميلة وجذابة، مع إمكانية مشاركتها في مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، وفي عام 2012 تم شراء موقع انستغرام من قبل شركة "فيس بوك" وبعد هذه الصفقة إلزمت الشركة بتطوير موقع انستغرام وأصبح موقعا مكملا أو ضمن موقع فيس بوك"³

ويتميز الانستغرام بمجموعة من المزايا منها:

- يتميز التطبيق بأنه يمنح المستخدمين إمكانية رفع عدد لا نهائي من الصور.

¹ - خالد غسان يوسف المقدادي: مرجع سابق، ص 47.

² - صلاح محمد أبو صلاح: استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والشبكات المتحركة، دراسة ميدانية،

رسالة ماجستير منشورة، قسم الصحافة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية بغزة، 2014م، ص 84

³ - وسام فاضل راضي ومهند حميد التميمي: مرجع سابق، ص 227.

- يعتبر التطبيق من أفضل الوسائل التي تمنح المستخدمين إمكانية التفاعل مع الأصدقاء، من خلال نشر التعليقات على الصور ومقاطع الفيديو وتسجيل الإعجاب بها.
- يعتمد تطبيق الانستغرام بشكل أساسي على فكرة التتبع، حيث يقوم المستخدم بمتابعة الأشخاص الذين يعجب بصورهم، وستصله تلقائياً كافة صورهم التي يقومون برفعها عبر التطبيق للإطلاع عليها.
- يعتبر الانستغرام التطبيق المثالي لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو، لأنه يعمل بكفاءة وفاعلية على كافة أنظمة تشغيل الهواتف الذكية، والأجهزة اللوحية.
- يسمح التطبيق للمستخدم بمشاركة الصور عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي مثل: الفيسبوك وتويتر..
- يتيح الانستغرام أيضاً للمستخدمين تعديل الصور، حيث يحتوي على العديد من الفلاتر والأدوات التي تسمح بتعديل الصور، وإضافة التأثيرات عليها.
- يحتوي التطبيق أيضاً على أدوات لتعديل الفيديو.
- يمنح التطبيق للمستخدمين إمكانية التبليغ عن التطبيقات المسيئة عن طريق خيار "filag comment"
- تطبيق الانستغرام تصميم فريد ومميز، يضمن سهولة الاستخدام ومجاني.
- يوفر ميزات إبداء الإعجاب بها من قبل الآخرين، وفي خاصية الإعجاب يبلغ عدد الضغوط 8500 ضغطة في الثانية.

-الواتس آب: Whatsapp

يعرف واتس آب (Whats App) بأنه تطبيق ترسل فوري، ومتعدد المنصات للهواتف الذكية. ويمكن بالإضافة إلى الرسائل الأساسية للمستخدمين، إرسال الصور، الرسائل الصوتية، الفيديو، والوسائط. وهو تطبيق ترسل فوري تأسس في عام 2009م من قبل الأمريكي "بريان أكتون" والأوكراني "جان كوم" وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو، ويمكن التطبيق من الربط مع الحاسوب الشخصي في استخدام جميع الخدمات التي يتيحها التطبيق، كما يتصف بكونه متعدد المنصات للهواتف الذكية، ويمكن بالإضافة إلى قيامه بإرسال الرسائل الأساسية للمستخدمين، إرسال الصور، الرسائل الصوتية، الفيديو والوسائط المتعددة الأخرى.¹

¹ - بيتس طوني: التكنولوجيا و التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد، مكتبة العبيكان للنشر، ط1، الرياض، 2007م، ص 27

وإن كان يعاب على هذا التطبيق مثله مثل العديد من تطبيقات التواصل الاجتماعي الأخرى، أن سياسة الخصوصية للمعلومات المتداولة قد تكون محل شك من قبل المستخدمين، لذا ينصح أن يستخدم التطبيق في المجال التعليمي على ما هو مستهدف من تداول للمعرفة دون بث أو نشر أي بيانات شخصية عن مستخدمي هذا التطبيق.

إلا أن تطبيق واتس آب كأحد تطبيقات التواصل الاجتماعي التي من الممكن استخدامها في العملية التعليمية لا يعد شكلاً وحيداً، حيث تعدد التطبيقات الأخرى التي تقدم مميزات متعددة من أجل العمل على نقل ونشر المعرفة البشرية والتواصل المجتمعي للعديد من القطاعات البشرية والتي يعد الجانب التعليمي أحد أشكائها.¹

ونجد هذا التطبيق قد انتشر استخدامه بين الشباب لسهولة التعامل مع هذه التقنية من خلال الهاتف المحمول وإمكانية تشكيل مجموعات التواصل وتحويل الرسائل النصية والصور وإمكانية الحفظ، بل أصبحت الوسيلة الشعبية للتواصل الاجتماعي والمؤثر الفاعل على السلوك الفردي والجماعي. ويسهم الواتس آب كذلك في تداول الأخبار، وفي التعليم والاجتماعات والتوعية والدعوة والإرشاد.²

-ماي سبايس: (Myspace)

أنشئ هذا الموقع سنة 2004م من طرف "توم اندرسون" وبعد الموقع الأول من نوعه لتوحيد المحتويات التي صنعها المستخدمون مثل الرسائل الخطية، المجموعات، الموسيقى ومقاطع الفيديو، يعتبر هذا الموقع شبكة اجتماعية تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الموقع، تقدم خدمات كالمدونات والمنشورات السمعية البصرية والملفات، يقع مقر الشركة الأم في نيويورك³ وقد كان الموقع صاحب أعلى زيادة لمواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية فيما بين (2004 و 2007)، إلا أنه فقد الكثير من زواره منذ إنشاء وتطوير الموقع المنافس وصاحب الترتيب الأول عالمياً Facebook. واستمرت شعبية الموقع بالتراجع، إلى أن اضطرت شركة نيوز كويب إلى بيعه بسعر زهيد جداً قياساً بالمبلغ الذي اشترته به، حيث بيع بمبلغ 35 مليون دولار فقط.

¹ - Karapanos, Evangelos; Teixeira, Pedro; Gouveia, Ruben. Full length article: **Need fulfillment and experiences on social media: A case on Facebook and WhatsApp**. In Computers in Human Behavior February 2016 55 Part B:888-897

² - عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015م، ص50.

³ - فتحي شمس الدين: شبكات التواصل الاجتماعي والتحول الديمقراطي في مصر، ط1، دار النهضة، القاهرة، 2013، ص75.

- موقع فليكر (Flicker):

موقع فليكر هو موقع إلكتروني مدعوم بالإعلانات، وخدماته مجانية لعامة الشعب، يسمح موقع فليكر مرتاديه برفع الصور الرقمية من حواسيبهم الخاصة ومشاركتها عبر الإنترنت مع مجموعاتهم الخاصة أو مع كل العالم، وقد فاز موقع فليكر المتنامي بالكثير من المستخدمين، وذلك بسبب العديد من الميزات القوية، أهمها القدرة على مناقشة الصور على الإنترنت، من قبل المستخدمين، وقد أسس هذا الموقع شركة ludicorp في سنة 2004م، لكن تغير مالكو هذا الموقع العديد من المرات، وفي عام 2005 تم بيع شركة لودي كورب إلى شركة ياهو، وتم نقل جميع محتويات الموقع إلى الولايات المتحدة الأمريكية. وهي الآن مملوكة من قبل شركة SmugMug منذ نيسان 2018 م.

"فليكر" كان نتيجة طبيعية لانتشار الكاميرات الرقمية وسهولة التحميل على أجهزة الكمبيوتر سيما أن أغلبية أجهزة الجوال اليوم مزودة بكاميرات عالية الجودة.¹

كما يتيح الموقع الفرصة للتعرف على المصورين والتواصل معهم والاستفادة من خبراتهم، وقد تم اطلاق تحديث جديد يسهل اظهار الصور الفردية بدقة أفضل، ويسهل عملية الاشتراك للمستخدمين الجدد، كما يسرع عملية عرض الصور. وتتيح وظيفة Session Photo لهذا الموقع للمستخدمين امكانية عقد ندوات افتراضية يصل عدد المشاركين فيها عشرة أشخاص يستطيعون الاطلاع سويا على صور فوتوغرافية على الانترنت، ويستطيعون تبادل الآراء حولها عن طريق الدردشة.²

-موقع فراندستر: (Friendster)

في عام 2002 إنطلق موقع فريندستر Friendster على يد مصممه جواناثان أبرامز Jonathan Abrams كنسخة تجريبية ليشكل نقطة تحول هامة في مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت وإلهامة لبعض المواقع الشهيرة مثل ماي سبيس Myspace.com وغيرها. وبسبب ما شهدته من نجاح منقطع النظير فقد أصبح نموذج للشبكة الاجتماعية الحديثة. هذا وقد ظهر كشكل من أشكال الاتصال الجماعي حيث صمم ليتنافس في تطبيقاته وخدماته مع موقع Match.com الذي يقوم بمضاهاة ذوى الاهتمامات المشتركة مع

¹ - رضوان بلخيري: مدخل إلى الإعلام الجديد، ط1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص16.

² - علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2014م، ص ص 81، 82.

بعضهم البعض بغية صنع علاقات عاطفية بغرض الزواج، فضلاً عن مساعدة الأعضاء في التعرف على أصدقاء جدد وإنشاء اتصال فيما بينهم.

وقد ارتفعت شعبية موقع فريندستر في عام 2004 لتمكنه من تحقيق ما يقرب من 5 مليون حساب شخصي، معظمهم من التيارات الفكرية والمشتغلين بالصحافة، حتى بدأت وسائل الإعلام وخاصة الصحف العامة والمجلات بالتحدث عنه، وقد أدرج ذلك الموقع في الحساب الشخصي للمستخدم 5 عناصر أساسية استخدمت في بناء حسابات الأشخاص داخل مواقع الشبكات الاجتماعية بعد ذلك وهي:

- الاهتمامات وتعريف بشخصية العضو واتجاهاته
- المعلومات الديموغرافية
- قائمة الأصدقاء
- صورة شخصية
- كتابة كلمة تعبر عن الحالة المزاجية.

وبالرغم من نجاح هذا الموقع وإرتفاع شعبيته، إلا أنه واجه عدة مشكلات تقنية واجتماعية ومالية وإدارية؛ فخوادم موقع فريندستر وقاعدة بياناتها لم تكن مجهزة بالسعة الكافية لتواكب النمو السريع والمتقرب، مما أصاب مستخدميه بالإحباط، ونتج عنه عزوفهم عن استخدامه واستبداله بتقنيات البريد الإلكتروني، ولأن النمو العضوي المنظم يعد شيئاً ضرورياً في بناء المجتمعات المتناسكة والمتجانسة، فقد أدى التزايد العشوائي الملحوظ للأعضاء الجدد الذين تعرفوا على الموقع من خلال وسائل الإعلام والصحف والمجلات إلى انعدام التوازن الاجتماعي داخل الموقع، فتضاربت الاتجاهات والميول والآراء المتعلقة بالأعضاء مما أدى إلى حدوث شوشره في الهدف الاجتماعي للموقع، الذي أدى إلى إلغاء خدمة الزواج داخل الموقع.

أما من الناحية المالية فقد سقط الموقع كفريسة لشركات التمويل الإستثمارية، حيث استنفدت الشركة أمواله وأعيد تقييم رأس مالها ليصبح ثلاثة ملايين دولار فقط، ومن ثم فقد ألحق الموقع بشركة "كلينر بيركنز" Byers & Kleiner Perkins Caufield وهي إحدى الشركات التي ساهمت بتمويل موقع فريندستر من قبل، كما كان لتفتيت مجلس إدارة شركة فريندستر سبباً في سوء إدارة الشركة، وانعكس ذلك على موقعها. كل هذه العوامل أدت إلى انهيار الموقع وعزوف عدد كبير من أعضائها عنه عام 2003، وفي 2011 تم إعادة هيكلة الموقع ليصبح شبكة اجتماعية ذات طابع ترفيهي، تركز على الموسيقى والألعاب ونتج عن

ذلك إنحسار دورها كشبكة اجتماعية، وبقيت الحسابات الشخصية للمستخدمين كما هي، وتم تزويدها بأداة لتصدير بياناتهم، كالصور، والرسائل، والتعليقات، والمدونات، والمنتديات والمجموعات. وقد بلغ عدد أعضاء موقع فريندستر 115 مليون عضو حيث يغطي أكثر من 15 دولة في العالم مثل: استراليا، كندا، الصين، الهند، اندونيسيا، اليابان، ماليزيا، الفلبين، سنغافورا، كوريا الجنوبية، تايوان، الإمارات العربية المتحدة، المملكة البريطانية، والولايات المتحدة الأمريكية، كما تغطي دول جنوب شرق آسيا بنصيب كبير في الاستخدام.¹

- لينكرالين linkeralin: شبكة اجتماعية للمحترفين، يضم الموقع قرابة مليون محترف ومخترفة في مجالات متنوعة ويشاركون في مجموعات اهتمام، خاصة متميزة في الموقع من ناحية التزيكات بإمكان مدير أو زملائك السابقين في وظيفة شغلها، تزيكتك عن عملك في الشركة.

Xing : على غرار الموقع السابق هو شبكة اجتماعية للمستخدمين حول العالم.

يمكننا القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي شكلت نقلة في عالم الاتصالات والتكنولوجيا عموما نظرا للخصائص والتقنيات والخدمات التي تقدمها هذه المواقع والتي تتنوع من موقع إلى آخر، فضلا عن التفاعلية التي تتمتع بها هذه المواقع، حيث فتحت أبواب الحوار والتعبير والمناقشات، وسلطت الضوء على مختلف الآراء والتوجهات في كل المجالات.

4- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي :

تشارك الشبكات الاجتماعية في خصائص أساسية، بينما تتمايز بعضها عن البعض بميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها ومن أبرزها:

-الملفات الشخصية أو الحساب الشخصي « User profile »:

يعرف الحساب الشخصي بأنه مجموعة السمات والخصائص المتعلقة بكل فرد والتي تميزه عن غيره داخل الفضاء الإلكتروني، حيث يتكون الملف الشخصي من:²

1- محمود طارق هارون: الشبكات الاجتماعية على الانترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1

مصر، 2017، م، ص 65

2- Kazienko, Przemyslaw, Musial, katarzyna: **Recommendation framework for online social networks** .- Berlin :Springer-Verlag, 2006, pp113-114.

أ- البيانات الثابتة: Static Data وهي تلك البيانات التي يدرجها المستخدم منذ الوهلة الأولى للتسجيل داخل الموقع، والتي تتمثل في البيانات الديموغرافية، والاهتمامات، والبيانات الافتراضية؛ حيث لا يسمح للقائمين على الموقع التغيير فيها أو تحريرها مرة أخرى.

ب- البيانات الديناميكية: Dynamic Data وهي تلك البيانات التي يتحكم فيها الموقع والتي يبرزها للمستخدم نتيجة المشاركة التفاعلية بينه وبين أقرانه بصورة مستمرة مثل: العلاقات، الأنشطة التفاعلية، والبحث والتي تتمثل في إرسال الدعوات للأصدقاء والرد عليها، ومعدل استخدام المدونات، الألبومات، تبادل الملفات، وإنشاء الصفحات العامة والخاصة.

ومن خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، وتاريخ الميلاد، والاهتمامات والصور الشخصية... بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، وبعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي، يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرًا، ومعرفة من هم أصدقاؤه وما هي الصور الجديدة التي وضعها... إلى غير ذلك من النشاطات.

- التفاعلية والمشاركة: Participation تعمل على تشجيع المساهمات وردود الفعل (التعليقات) وتلغي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والمتلقي.

ويتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية، إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية سواء ما تعلق بالرياضة، أزياء، موسيقى أو ما تعلق بموطنه من أحداث سياسية، خرائط أو صور لمدينته، وبعض المعالم الأثرية التي يرغب بتقديمها إلى الآخرين.

- الانفتاح: openness فمعظمها خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة وتبادل المعلومات والتعليقات، ونادراً ما توجد حواجز أمام الوصول إلى المحتوى والإفادة منه بسبب عوامل الحماية¹. لذا نجد أن مواقع التواصل الاجتماعي "تقوم أساساً على المشاركة والتفاعل، ويمثل المتلقي محور العملية الاتصالية، فالنصوص والصور والفيديوهات تتسم بانفتاح البيئة، فهي مرتبطة بوصلات تكميلية تعتمد على إسهامات المستخدمين"²

¹ - مؤيد نصيف جاسم السعدي: الإدماج الاتصالي في الإعلام الجديد، ألفا للوثائق، ط1، قسنطينة، 2019، ص83.

² - مؤيد نصيف جاسم السعدي: الوظيفة الاتصالية لموقع التواصل الاجتماعي.. دراسة في الفيس بوك، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2016، ص156.

- **ألبومات الصور:** توفر مواقع التواصل خاصية إنشاء الألبومات ورفع مئات الصور وإتاحة المشاركات لهذه الصور Tag للإطلاع عليها وإبداء التعليقات، كما يستطيع أي فرد أن يرفع مجموعة من الصور بإمتدادات مختلفة Tif " bmp ، Png ، Jpg . Gif.

- **ملفات الفيديو:** هذه الخاصية توفر للعضو إمكانية رفع ملفات الفيديو الخاصة به ونشرها داخل الصفحة الشخصية لمشاركتها بين أصدقائه داخل قائمة الأصدقاء، كما تتيح بعض المواقع لأعضائها إمكانية تسجيل لقطات فيديو مباشرة عبر الموبايل وإرسالها كرسالة مرئية إلى الموقع لنشرها.²

- **المحادثة: Conversation** تتسم مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن الوسائل التقليدية كونها توفر المحادثة في اتجاهين في جو من التفاعل والمشاركة كل المحتويات المنشورة³، وهذا ما يميزها عن وسائل الإعلام التقليدية "التي تعتمد على مبدأ بث المعلومات ونشرها باتجاه واحد للمتلقين جميعهم"⁴

- **المجتمع: Community** تسمح مواقع التواصل الاجتماعي "للمجتمعات المحلية بتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة، مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أوقضية سياسية، أوللتعلم، أوبرنامج تليفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحتوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا".⁵

- **الترابط: Connectedness** يتيح الارتباط بالعالم الخارجي لموقع محدد من خلال الروابط الفائقة تزويد المستخدم بمواضيع ذات صلة، وهذا ما يعطيه أي المستخدم إحساس بالمجتمع، فكلما زاد الاتصال والترابط بين المستخدمين بعضهم ببعض، وبين المستخدمين زادت التفاعلية.⁶

وهو الحال بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي، وتعد هذه المواقع شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع، والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك.

¹ - وليد رشاد زكي: الشبكات الاجتماعية: محاولة للفهم، مجلة السياسة الدولية، ع1، إبريل 2010م، ص 55.

² - أماني جمال مجاهد: استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة - مجلة دراسات المعلومات - ع8، مايو 2010م، ص13

³ - خالد غسان يوسف المقدادي: مرجع سابق، ص27.

⁴ - مؤيد نصيف جاسم السعدي: الإدماج الاتصالي في الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص84.

⁵ - خالد غسان يوسف المقدادي: مرجع سابق، ص27.

⁶ - أحمد عادل عبد الفتاح: مرجع سابق، ص176.

-الألعاب الجماعية: Multi Users Dungeons تتيح معظم مواقع الشبكات الاجتماعية لأعضائها مجموعة من الألعاب الجماعية يعبر فيها الفرد عن ذاته من خلال تخيل نفسه الشخصية التي يريدها، ويعبر عنها بالرسوم الكرتونية والوصف النصي المكتوب الذي يعبر بها عن نفسه في قصة اللعبة.¹

- غرف الدردشة: Instant Relay Chating هي شكل من أشكال الاتصال المتاحة عبر معظم مواقع الشبكات الاجتماعية، والتي يتم من خلالها الاتصال بين شخصين أو أكثر من خلال الحوارات الكتابية، وتتيح غرف الدردشة داخل مواقع الشبكات الاجتماعية فرصة التحدث إلى جميع الأصدقاء المتواجدين داخل نطاق شبكة الأصدقاء لكل فرد. هذا وقد طورت بعض الشبكات من كفاءة غرف الدردشة الخاصة بها عن طريق إتاحة استخدام ميكروفون يمكن سماع ما يقوله الأعضاء كل منهم للآخر. كما تتيح معظم مواقع الشبكات الاجتماعية إمكانية الانتقال بين الأعضاء والاشتراك في حديثهم أو الاستماع إليهم ودعوة أي شخص للانضمام للمحادثة.

-المرونة والتلقائية: إمكانية فتح تلك الشبكات عن طريق الهواتف المتنقلة، فلا يشترط وجود جهاز حاسوب للولوج لتلك الشبكات المنتجة للأجهزة المحمولة، حيث تتضمن أنظمة التشغيل وتطبيقات خاصة تسمى برامج التواصل الاجتماعي.

كما يتسم التواصل عبر الشبكات الاجتماعية بأنه تلقائي غير رسمي أو متوقع، فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء، وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل، فهو يتسم بالتلقائية بين طرفي الاتصال.

-العاطفة من خلال المحتوى:² ترتبط قوة وخصائص الشبكات الاجتماعية مع ما يعرف بالمشاركة أو التبادل العاطفي، ويظهر ذلك بشكل واضح في تيارات الوعي الاجتماعي، والتي تسمح خصائصها للمستخدم بالتفكير في كيفية المشاركة العاطفية، والناس مجبرون على مشاركة العواطف في فترة زمنية قصيرة وبشكل خفيف في شبكات التواصل الاجتماعي.

5- تصنيفات مواقع التواصل الاجتماعي :

نجد أن مواقع التواصل الاجتماعي تصنف "ضمن مواقع الويب 0.2، لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها، كما تتنوع أشكال تلك الشبكات الاجتماعية وأهدافها،

¹ - علياء سامي عبد الفتاح: الإنترنت والشباب: دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي، دار العلم العربي، ط2، القاهرة، 2011، ص30.

² - Naaman,M and Swaine,F : Network Properties and Social Sharing Of Emotions, Rutgers University School Of Hangzhou, China,2011, pp 19-23

فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم، وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين، مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافكس¹

تقسم مواقع التواصل الاجتماعي "وفق عدد من الأسس المختلفة، فقد تقسم حسب التقنية الفنية التي تبني عليها أو على حسب جنسية الأشخاص، حيث أن هناك العديد من الشبكات التي تنتمي لأماكن بعينها ولأعراق ولأجناس خاصة، أو على أساس الاهتمام الموضوعي لها".² وعموما يمكن تحديد أنواع مواقع التواصل الاجتماعي في ما يلي:

أ- **النوع الأساسي:** يقصد بالنوع الأساسي أو الشبكات الأساسية، تلك الشبكات الاجتماعية التي تتصف بالعمومية والتي تتضمن الملفات الشخصية لمستخدميها وتوفر بعض الخدمات العامة كالمراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والفيديوهات وكذا الروابط والنصوص.³

ب- **النوع مرتبط بالعمل:**

يقصد بها "الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية، وهي تربط أصدقاء العمل بشكل افتراضي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين والتي تحوى سيرتهم الذاتية، وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم".⁴

ج- **شبكات المميزات الإضافية:**

تتيح هذه المواقع الاجتماعية الفرصة أمام أعضائها في توفير مزايا إضافية تتمثل على سبيل المثال في التدوين المصغر Micro blogging مثل موقع التويتر وبلارك.

د- **الشبكات الاجتماعية والأعمال:**

تعتبر خاصية الربط بين الأصدقاء من أهم الخصائص التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي، لكنها لا تقتصر على جمع الأصدقاء فقط، بل أكثر من ذلك إذ تتيح هذه الشبكات الاجتماعية الربط بين "صناع

¹- ليلي أحمد جرار: مرجع سابق، ص38.

²- أحمد عادل عبد الفتاح: مرجع سابق، ص156.

³- جبريل بن حسن العريشي وسلمى عبد الرحمان مُجَدِّ الدوسري: مرجع سابق، ص 35.

⁴- أحمد عادل عبد الفتاح: مرجع سابق، ص156.

الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين بها والمثال الأشهر على ذلك، موقع لينكدإن والذي جمع أكثر من 20 مليون مستخدم وأكثر من 150 حرفة مختلفة¹.

كما أن هذا النوع من مواقع التواصل الاجتماعي قد انتشر مؤخراً لمحاربة البطالة عن طريق تهيئة بيئة عمل مناسبة تركز على الدورات التدريبية الفعالة، كما تستقبل سير ذاتية خاصة بالمشاركين في هذه المواقع وطلبات التوظيف من جانب الشركات.

ويصنف "Alain Lefebvre" الشبكات الاجتماعية في كتابه "الشبكات الاجتماعية" إلى صنفين: الضمنية والصريحة، فالشبكات الاجتماعية الرقمية الضمنية تضم المواقع المجتمعية المهتمة بالمضمون مثل قاعدة التبادل الفيديو، أما الشبكات الاجتماعية الصريحة فهي المواقع التي أنشئت من أجل المستخدمين ولتقديم خدمات لهم مثل المواقع المهنية، كما يمكن للشبكات الاجتماعية الرقمية أن تتكيف مع كل المواضيع الممكنة، مثل البحث عن عمل أو تطوير أعمال التعارف بين الأشخاص، تبادل المعلومات حول موضوع ذي اهتمام مشترك (السيارات مثلاً).

كما تصنف شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية وفقاً للأهداف التي ترمي إلى تحقيقها على النحو الآتي:²

- **شبكات التنشئة الاجتماعية:** وهي الشبكات التي أنشئت من أجل الترفيه والتواصل الاجتماعي بين الأعضاء وغالباً ما تستخدم للعثور وعرض قوائم الأصدقاء الموجودة على الشبكة، مثل الفيس بوك، وماي سبيس.

- **شبكات التواصل الاجتماعي:** وهي الشبكات التي تستخدم من أجل إيجاد علاقات جديدة، وتضم عدداً كبيراً من أسماء المستخدمين غير المعروفة مثل موقع LinkedIn.

- **الشبكات الاجتماعية للإبحار:** وهي وسيلة لمساعدة المستخدمين على إيجاد نوع معين من المعلومات أو المصادر، كما تستخدم من أجل نشر قوائم الاتصال، وقوائم توفير سبل الوصول إلى المعلومات، والموارد المرتبطة بها مثل موقع Digg وهو موقع روابط إنترنت.

كما تصنف شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية تبعاً للوسائل التي تستخدمها على النحو الآتي:

¹- جبريل بن حسن العريشي وسلمى عبد الرحمان مُجدّ الدوسري: مرجع سابق، ص 36.

3- عبد الكريم علي الديبسي، زهير ياسين طاهات: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1، 2013م، ص 71، 70.

- الشبكات الاجتماعية العامة: مثل Facebook و My space.
- المدونات: مثل سكاي بلوغ Skyblog و ويكيبيديا wikipedia.
- أدوات التشارك التسجيلات الفيديو: مثل اليوتيوب YouTube، والصور مثل Flickr، والموسيقى مثل Deezer
- أدوات الدردشة: مثل المنتديات PHPbb، نظم المراسلة الآني Windows Live Messenger
- منصات إنشاء الشبكات الاجتماعية: مثل Ning
- وسائل الإشهار الصغيرة: Twitter والمواقع المشتقة منها مثل twitxr إضافة إلى غيرها من المواقع الأخرى التي تربط شعوب العالم تحت موضوع مشترك.

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي، استخداماتها وأبعادها

1- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي:

توفر شبكات التواصل الاجتماعي العديد من الخدمات لمستخدميها تمثلت أهم هذه الخدمات في ما يلي:

- إمكانية تكوين الملفات الشخصية وصفحات الويب: Profile page

تعتبر هذه الخدمة من أهم الخدمات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي، حيث "توفر للمستخدمين في المواقع عمل ملف خاص بهم يحتوي على جميع البيانات التي قاموا بإدخالها عند تسجيل الدخول على المواقع كالمسن، مكان الإقامة...، الحالة الاجتماعية وتفضيلات المستخدمين المتنوعة كصورهم وملفاتهم المرئية، وتحتوي هذه الصفحات أيضا على مساحة للالتقاء والتواصل مع المستخدمين وقائمة عامة من الأصدقاء"¹.

-الأصدقاء/ العلاقات: Freinds/Connections

ويقصد بها "الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين. الشبكات الاجتماعية مسمى (صديق) على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدائك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى (اتصال أو علاقة) على هذا الشخص المضاف لقائمتك"².

¹ - أحمد عادل عبد الفتاح: مرجع سابق، ص152.

² - مصطفى يوسف كافي: مرجع سابق، ص114.

توفر خدمة الأصدقاء أو العلاقات لمستخدميها إمكانية الاتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم في الواقع أو الذين يشاركنه الاهتمام في المجتمع الافتراضي، وتمتد علاقة الشخص ليس فقط بأصدقائه ولكن تتيح الشبكات الاجتماعية فرصة للتعارف مع أصدقاء الأصدقاء بعد موافقة الطرفين.

- إنشاء مجموعات الاهتمام:

تعتبر هذه الخدمة قديمة نوعاً ما، فهي متاحة على شبكة الإنترنت "منذ وقت بعيد وكذلك مواقع شهيرة تقدم تلك الخدمة مجاناً بعدما كانت تقدم بمقابل مادي في بداية ظهور الخدمة، إلا أنّ تقديم هذه الخدمة من خلال الشبكات الاجتماعية جعل لها مذاق خاص مختلف تماماً، فمن خلال الشبكات الاجتماعية يمكن إنشاء مجموعات اهتمام¹، بحيث تتيح "للمؤسس المجموعة والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمندى حوار مصغر، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء في الاجتماعات من خلال ما يعرف باسم Events ودعوة الأعضاء لتلك المجموعات".²

- خدمة المدونات: Blogs

يسود بين أوساط مستخدمي الإنترنت بصفة عامة ومواقع الشبكات الاجتماعية بصفة خاصة ظاهرة التدوين المصغر، الذي يأخذ شكل الرسائل الصغيرة، حيث يسمح للمستخدمين بنشر تفاصيل حياتهم اليومية على شبكة الإنترنت، و يمكن هذا النوع من الشبكات الاستفادة من الاتصال الدائم بأصدقائه ولا يجعله يعيش بمعزل عن غيره. ومن أمثلة تلك المواقع موقع تويتر، وموقع واين³ www.wayn.com

- إرسال الرسائل :

توفر هذه الخدمة لمستخدميها "إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن".⁴

- ألبوم الصور:

¹ - ياس خضير البياتي: الإعلام الجديد : الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2014، ص380.

² - جبريل بن حسن العريشي وسلمى عبد الرحمان مُجَدِّ الدوسري: مرجع سابق، ص ص 34،35.

³ - محمود طارق هارون: الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية، النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2017م، ص 93.

⁴ - غروية دليلة وغروية سلمى: إشكالية الهوية في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد7، العدد1، 2019، ص42.

تتيح مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين "إمكانية إعداد ألبوم للصور الخاصة به، كما يستعرض من خلالها صور أصدقائه المضامين لديه وصور عائلته ومناسباته الخاصة أو العامة"¹

كما لمواقع التواصل الاجتماعي استخدامات كثيرة منها:

- **استخدامات شخصية خالصة:** فالغالب يستخدم مثلاً شبكات مثل تويتر، فيسبوك، لأسباب شخصية خاصة بالفرد فيكون على اتصال بأصدقائه أو عائلته أو زملاء الدراسة والعمل، كما يشارك الناس من خلال اهتماماته وآرائه الخاصة.

- **استخدامات تجارية:** وهو ما يطلق عليه اصطلاحاً "التجارة الالكترونية" وفي المنصات الاجتماعية تؤمن البقاء على اتصال مع العملاء، والتسويق المنتوجات، حيث أن هذه الشبكات تمثل أكبر سوق تجاري عالمي.

- **استخدامات مهنية شبكية:** عن طريق توسيع التجارة وعقد الصفقات والتواصل مع شركاء آخرين يرغبون بالانضمام لنفس مجال العمل الذي يزاوله الشخص.

- **استخدامات إعلامية:** عن طريق نشر الأخبار، وبث الحوارات ومواكبة التغييرات الطارئة على مستوى العالم لحظة بلحظة، والاستخدامات الإعلامية تكون لها السيطرة نظراً لأنها محل اهتمام الناس، فما من أحد إلا ويهتم بالأحداث التي تمر به أو بمنطقته، أو بالعالم حيث أن أي حدث يقع في مكان ما من العالم يؤثر بطريقة أو بأخرى في مناطق أخرى في العالم.

- **استخدامات ترفيهية:** وقد أصبح الترفيه سمة عصرنا الحالي، خاصة وأن الترفيه أصبح صناعة ضخمة تدر المليارات، مما جعل الناس يتسابقون لمتابعة أحدث المنتجات الترفيهية، وبالطبع فهذه الاستخدامات الترفيهية تعتبر من أبرز استخدامات الإعلام الجديد الذي يعد في جانب منه ترفيهياً بلا منازع.²

- **استخدامات معرفية:** يحتاج الشباب إلى المعرفة الواسعة في مختلف المجالات، فهم يسعون دائماً للمعرفة الواسعة لما يدور حولهم، وما يدور في المجتمعات الأخرى، إذ أن حب المعرفة والمغامرة والحاجة إليها سمة بشرية، فمواقع التواصل الاجتماعي قادرة على تقديم الإشباع المعرفي، وتزويد الشباب عموماً بمعرفة متعمقة بالعالم بما فيه من تنوع في كافة المجالات.

¹ - أحمد عادل عبد الفتاح: مرجع سابق، ص 152.

² علي عبد الفتاح: الإعلام الاجتماعي، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص ص 119-120.

2- أبعاد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

-البعد التعليمي الأكاديمي:

أثار التصور الجديد في ميدان التعليم، خصوصا مع الاقبال المتزايد لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وفي مقدمتها موقعي الفايسبوك (Facebook) واليوتيوب (Youtube)، من قبل أطراف العملية التعليمية العديد من التساؤلات حول مدى نجاعة هذه التقنية، وما يمكن أن تقدمه هذه المواقع لتحسين التعليم عن بعد.

إن القفزة النوعية التي عرفتها تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و ظهور تقنية الويب و التنامي المتسارع في عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في العالم، جعل التربويين يؤكدون على ضرورة الاستغلال الأمثل لهذه التكنولوجيا عامة و شبكات التواصل الاجتماعي خاصة في سبيل خدمة التعليم و تطويره. وترجع أهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بالجامعات خاصة، إلى أن ما يقرب من 90 % من طلاب التعليم الجامعي يقضون معظم وقتهم على هذه المواقع.¹

كما أن التعليم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، يعمل على تحقيق التواصل بين عناصر عملية التعليم والتعلم من خلال الدعم المجتمعي التشاركي حول موضوع التعلم بدرجة عالية من الديناميكية والتفاعلية من خلال نظاما يوفر بيئة تعليمية لا تقتيد بمكان محدد أو وقت معين، وحسب العديد من الباحثين فإن التعلم عن طريق شبكات التواصل يتميز بدرجة عالية من المرونة تسهل ممارسته على مستوى رسمي أو غير رسمي، ففي الوضع الرسمي تقوم منظمة تعليمية بتسهيل وتوصيل التعليم الذي يتم خلال شبكات اتصال بصورة معترف بها، أما في الوضع غير الرسمي فإن الأشخاص يدخلون على الشبكات التعليمية التي تلقي اهتمامهم بهدف التعلم أثناء العمل أو بأهداف إجراء البحوث.²

وقد أشار البعض إلى أن التعلم عن طريق شبكات التواصل يقدم لمؤسسات التعليم كفاءة وأداء أفضل، حيث يمكن إدارة المناهج بدقة عن طريق إدارة مركزية، وفي حالة التعليم المهني يمكن أن تخفض التكاليف للعاملين في المدارس المهنية و كذلك للطلاب، من جانب آخر إن النظر إلى التعلم

¹ - خديجة عبد العزيز علي ابراهيم: واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعات صعيد مصر، مجلة العلوم التربوية، العدد الثالث، الجزء 2، معهد الدراسات التربوية، جامعة القاهرة، جويلية 2014، ص 432.

² - وهيبه بوزيفي: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز العملية التعليمية، الملتقى الوطني لمركز جيل البحث العلمي حول تقنيات التعليم الحديثة، المكتبة الوطنية الجزائرية، يوم 20 ديسمبر 2016

عن طريق شبكات التواصل من وجهة نظر مؤسساتية يغطى حق هذا النهج من التعليم في دوره الفعال كوسيلة تعليم غير رسمية من الممكن تكييفها وفق الظروف المواتية¹

في حين يرى البعض أن الشبكات الاجتماعية ساعدت في حل مشكلة تربوية، تمثلت في افتقاد التعليم الالكتروني للجانب الانساني (تعليم جامد)، حيث أضافت الشكل الإنساني من خلال مشاركة و تفاعل العنصر البشري بالعملية التعليمية، مما ساعد على جذب المتعلمين و زيادة الرغبة في التعلم.

ومن جهة أخرى، أثبتت الدراسات في الصين فاعلية تجربة ادخال شبكات التواصل الاجتماعي في النظام التعليمي، و في هذا الصدد يقول "سيمان تشيونغ"، في كتابه الموسوم بـ "التعليم الهجين" "إن هذه الشبكات لها قدرة كبيرة في إيصال المعلومات إلى ذهن المتلقي بكل سهولة و تلقائية، و إنني أدعو جميع مؤسساتنا التعليمية إلى التوسع في هذه التجربة، و تدقيق النظر في جوانبها النفسية و العملية، فهذا من شأنه إزالة الإحساس بالاغتراب الذي قد ينتاب بعض الطلاب داخل قاعات الدروس، و سيمكن من تجاوز الحواجز التي تفصل أحيانا بين الطلاب و المؤسسات التربوية التي ينتمون إليها، و إن كنا في ذات الوقت لا ندعو إلى التجاوز المطلق للطابع الرسمي لسير الدروس، بل يتم ذلك بطريقة متوازنة تضمن الاستقرار داخل المؤسسات التعليمية.

فقد باتت التكنولوجيات الحديثة - ومن ضمنها شبكات التواصل الاجتماعي - تشكل طرق تفكير الأجيال الرقمية الناشئة، فالتمسك بالطرق التقليدية في التعليم سيؤدي إلى فصل حاد بين الطرق التي يتعلم بها الطلبة في المؤسسات التربوية، وطرق تفكيرهم في العالم الخارجي، لذا لا يتحتم على التربويين التخفيف من حدة هذا الفصل فحسب، بل الاستفادة من قوة تلك التكنولوجيات لتحقيق مكاسب تربوية، إيماناً بحتمية التحول الجوهري في الأنظمة التعليمية لتتكيف مع العالم المحيط.²

¹ - المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، سلسلة دراسات نحو مجتمع المعرفة ، مركز الدراسات الإستراتيجية ، جامعة الملك

عبد العزيز ، العدد 39 ، 2012، ص145

² - Klopfer, E., Osterweil, S., Groff, J and Haas, J: **Using the technology of today in the classroom today**, Cambridge: Massachusetts Institute of Technology, 2009.

لذلك بدأت الدعوات تتعالى لكي تواكب الأساليب التربوية التقدم التكنولوجي السريع، والاستفادة من ميزات شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية في الميدان التربوي؛ لإيجاد بيئات تربوية أكثر ودية، بيئات مرنة تتغلب على عاملي الزمان والمكان، وتفسح المجال للطلبة لأن يكونوا متعلمين نشيطين مشاركين في إنتاج المعرفة بدلا من مستهلكين سلبيين؛ وذلك من خلال استثمار الإمكانيات الكبيرة لتلك الشبكات وما توفره من وسائط متعددة كالصور والفيديو والمحادثة والتواصل المباشر.¹

-البعد القيمي الثقافي:

ترتبط ثقافة الشباب في هذا المسار بتكوين الأنا، أي كينونته والتي هي نتاج للماضي والمستقبل، وهي بهذا تتراوح في شكل صيغ تعادلية تعبر عن التنظيم الدينامي غير المستقر المتنامي الذي ينفعل لمعطيات الوسط الاجتماعي ومتغيرات العصر بهدف التكيف أو التهادن معه، وفي ضوء ذلك كله تتحدد أساسيات هويته وشخصيته الانتمائية.

ويزداد الأمر صعوبة إذا تأملنا ما يمكن أن يحدث من جراء العولمة الثقافية، إذ أنها يمكن أن تقحم المجتمعات رغما عنها وتعمل على تغيير أذواق الشباب وقيمهم وأنماط سلوكهم في اتجاه الأذواق والقيم وأنماط السلوك النابعة من الغرب، ومن ثم فإن ظاهرة عولمة الثقافة هي في الأساس عملية تغريب.²

وتستهدف ثقافة الاختراق التشويش على نظام القيم وتوجيه الخيال وتنميط الذوق وقولبة السلوك وتكريس نوع معين من الاستهلاك لنوع معين من المعارف والسلع والبضائع، كما تستهدف أيديولوجية الاختراق نشر وتكريس جملة أوهام هي نفسها "مكونات الثقافة الإعلامية الجماهيرية في الولايات المتحدة الأمريكية"، وهذه الأوهام هي وهم الفردية، وهم الخيار الشخصي، وهم الحياد، وهم الطبيعة البشرية التي لا تتغير، وهم غياب الصراع الاجتماعي.³

¹-Mazman, Sacide and Usluel, Yasemin : **The Usage of Social Networks in Educational**, World Academy of Science, Engineering and Technology,2009,49,pp 404-408.

²- سامي العيد النجار: دور الصحافة الدينية في مواجهة الغزو الثقافي للشباب، المؤتمر العلمي التاسع للدعوة العالمية للشباب الاسلامي، الشباب والانفتاح العالمي 23-29/08/2001م.

³- حامد سعيد الجبر وآخرون: واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد176 الجزء 2، ديسمبر 2017، ص 81.

وتشهد الحقيقة التاريخية أن قوة المجتمعات وضعفها لا يتحدد بالمعايير المادية وحدها، بل إن بقاءها ووجودها واستمراريتها مرهون بما تمتلكه من معايير قيمية وخلقية، فهي الأسس والموجهات السلوكية التي يبني عليها تقدم المجتمعات ورفيها، والتي في إطارها يتم تحديد المسارات الحضارية والإنسانية ورسم معالم التطور والتمدن البشري، ومن هنا فإن القيم تحفظ للمجتمع هويته وتميزه، ذلك أن القيم تشكل محورا رئيسا من ثقافة المجتمع، وهي الشكل الظاهر من هذه الثقافة التي تعكس أنماط السلوك الإنساني الممارس فيه، ونظرا لتغلغل القيم في جوانب الحياة كافة فإن هوية المجتمع تشكل وفقا للمنظومة القيمية السائدة في تفاعلات أفرادها الاجتماعية، فالمجتمعات تتمايز وتختلف عن بعضها البعض بما تتبناه من أصول ثقافية ومعايير قيمية تشمل نواحي الحياة المختلفة، وتظهر القيم كعلامات فارقة وشواهد واضحة، لتمييز المجتمعات عن بعضها، ومن هنا فإن الحفاظ على هوية المجتمع تنبع من المحافظة على معايير القيمية المتأصلة لدى أفرادها، والتي هي جزء من عمومياته الثقافية، فإذا تزعزعت هذه القيم أو اضمحلت فإن ذلك يكون مؤشرا دالا على ضعف الهوية المميزة للمجتمع وضياعها. وفي ذات السياق، نرى اجتهادات الدكتور عبد الرحمن عزي في طرحه للرأسمال الرمزي الجديد أداة في مقارنة العمل الاعلامي بصفة عامة.¹

-بعد التفاعل الاجتماعي:

مع دخول الإنترنت وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي، وجد الشباب منصة جديدة للتفاعل مع القضايا المستجدة، نقاشا وتحليلا ومشاركة، والتي فتحت الباب على مصراعيه أمام الشباب بما أضافته من نجاح في الدمج بين الهويات الافتراضية عبر شبكة الإنترنت والهوية الحقيقية للمستخدمين.²

وأصبحت وسائل التواصل الاجتماعي من الأدوات المهمة التي أولع بها الشباب، ودخل عالمهم الخاص عالم الفيس بوك والتويتر واليوتيوب وغيرها، فاعتبرت وسيلة للتعبير عن النفس وتبادل الآراء والأفكار، حيث كسرت شبكات الاتصال القيود والحدود الجغرافية وتقاربت الأفكار والأخبار،

¹ - عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر اعلامي متميز، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان 2003، ص149

² - حمودة، أحمد يونس مُجد: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة

ماجستير، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، ديسمبر 2013، ص102

ونمت العلاقات بين الناس على اختلاف ثقافتهم ولغاتهم وبيئاتهم،¹ وقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي الحاضنة المتينة لإبداء آرائهم ومقترحاتهم، بعدما كان يصعب عليهم سابقا إيصال ما يريدون إلى وسائل الإعلام الرسمي.

-البعد السلوكي والوجداني:

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي هي المحرك الأبرز لسلوكيات الكثير من الأفراد، خاصة الشباب منهم، بل وتصنع نشاطهم اليومي والعامل الأكثر تأثيرا فيه، الأمر الذي وصل إلى حد الإدمان، حيث أصبح مصطلح الإدمان شائع ومرتبطة مع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي. بل وأن المراكز المعنية بدراسة المجتمعات والسلوكيات البشرية تهتم بتقديم العلاج لهذا النوع من الإدمان السلوكي الجديد حيث أصبح يؤثر تأثيرا مباشرا على بنية المجتمع.

ويتضمن هذا البعد مجموعة من الأنماط والاستعدادات السلوكية التي تتسق مع المعارف والانفعالات ايجابية أو سلبا فهي تدفعه إلى العمل على نحو ايجابي عندما يمتلك اتجاهات ايجابية نحو بعض المواضيع وتدفعه نحو اتجاهات سلبية اذا كان يحمل اتجاهات سلبية نحو موضوع ما.²

إن استخدام الانترنت من قبل العديد من الناس وخصوصا شرائح المراهقين والشباب أصبح من الظواهر التي يرى الإنسان العادي انعكاساتها السلوكية، مع كل من يتعامل مع هذه الشرائح. فاستخدام المواقع التفاعلية أصبح بديلا للتفاعل الاجتماعي الصحي مع الرفاق والأقارب وأصبح هم الفرد قضاء الساعات الطويلة في استكشاف هذه المواقع المتعددة، مما يعني تغيرا في منظومة القيم الاجتماعية للأفراد، حيث يعزز هذا الاستخدام المفرط القيم الفردية بدلا من القيم الاجتماعية وقيم العمل الجماعي المشترك الذي يمثل عنصرا هاما في ثقافتنا.

وهذا الاستخدام يعبر عن حالة داخلية تؤثر في اختيار الفرد للسلوك أو عدم اختياره حيال موضوع أو شخص أو شيء معين، ويعكس استجابة متعلمة تمتاز بالثبات النفسي، إلا أنها قابلة

¹ - الأشرم، رضا إبراهيم مُجدد: التأثير الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكاليات المنهجية، المملكة العربية السعودية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، مارس - 2015.

² - Steven. Breckler: Empirical validation of affect, behavior, and cognition as distinct components of attitude. Journal of Personality and Social Psychology, 1985 47(6), pp1191-1205

للتعديل والتغيير وفق مبادئ التعلم، وقد تكون هذه الاستجابة قوية أو ضعيفة، كما أنها قد تكون سلبية أو إيجابية، والاتجاهات تتكون من ثلاثة مكونات رئيسية: المكون المعرفي المتمثل في الخبرات والأفكار والمعتقدات، والمكون الوجداني الذي يعكس حقيقة شعور الفرد حيال موضوع ما، والمكون السلوكي المتمثل في ردة الفعل السلوكية حيال الموضوع.¹

من هنا لابد من الالتفات إلى العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات لدى طلبة الجامعات، إذ تتجاوز تلك المؤثرات الجانب المعرفي والوجداني إلى الجانب السلوكي، وتشير الوقائع والأحداث الأخيرة في الوطن العربي على مقدرة الشباب على ترجمة الأفكار والمعتقدات والمشاعر إلى وقائع حقيقية على أرض الواقع. وعليه لا بد من فهم عميق لأثر شبكات التواصل الاجتماعي على اتجاهات طلبة الجامعات والتنادي لتوظيفها بشكل إيجابي من أجل تنمية الشخصية المتوازنة لديهم.

-البعد الترفيهي: من الملاحظ أن مستخدمي المواقع الاجتماعية هي في الغالب من الفئات السنية الصغيرة والمراهقين وفئات الشباب، الذين يجدون في الإنترنت متعة وفائدة ترفيهية لقضاء وقت الفراغ أكثر من أي شيء آخر. ولعل انتشار ما يسمى بمقاهي الإنترنت هو دليل قاطع على استخدام هذه الوسيلة للترفيه أكثر من أي شيء آخر بالنسبة للشباب وفئة المراهقين في المجتمع المحلي، ومستخدم الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي لفترات طويلة، يشعر بالمتعة الشخصية، فهو يعتبرها تقنية جذابة تسهل له الهروب من العالم الواقعي المليء بمشكلات الحياة، إلى العالم الافتراضي، فيختار الهروب بدلاً من المواجهة، كما أن مدمن الإنترنت يبحث غالباً عن تحقيق الشخصية وإثباتها، حيث يجد في هذه الشبكات مجالا مناسباً من حيث إبداء الرأي والحوار، إضافة إلى إعطائه فرصة للتحكم بالتقنيات، ما يشد المستخدم ويشعره بقيمته وأهميته.²

-البعد الديني: تعد مواقع التواصل الاجتماعي نوعاً جديداً من أنواع الإعلام الجديد الذي نشأ وتبلور في بيئة الانترنت وتكنولوجيا الوسائط المتعددة، لتصبح بذلك أداة جديدة من أدوات الإعلام الديني لكن من منظور جديد مختلف شكلاً ومضموناً. فمن خلال صفحات شبكة الفيسبوك

¹ - ضيف الله عودة أبو صعليلك، مُجد سليم الزبون: أثر شبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن، مؤتمراً للبحوث والدراسات، سلسلة العلوم الانسانية والاجتماعية، مجلد 28، العدد 7، 2013م، ص 327.

² - غادة محمد عثمان: مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها على الشباب (الفيس بوك مثلاً)، كلية الامارات للتكنولوجيا، متوفرة على

الخط: www.facebook.com ت د 16.00 2020/06/17

تتجلى خطابات دينية بمظهر الكتروني تشاركي تفاعلي في شكل أنساق ألسنية وبصرية، هدفها نشر الثقافة الدينية الإسلامية، وتعد قضايا الدين من المواضيع التي يمكن أن تثير اهتمام مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك عن طريق نشر مضامين دينية في شكل صور وفيديوهات و نشرات، ومشاركتها مع الأصدقاء، من أجل مناقشتها والحصول على معلومات جديدة بدافع التوعية، وإشباع حاجاتهم ورغبتهم في هذا المجال، حيث تعتبر التوعية الدينية من أرقى مستويات المعرفة التي يسعى الفرد للوصول إليها.¹

ويعتبر الوعي الديني عمق الدين وجوهر التدين، وهو الحال الذي يستهدف الدين بخلقه وإيجاده في نفس الإنسان، فيوجه المسلم إلى العمل الحسن، وترك المنهي عنه من معاصي ومخالفات شرعية، وتحسين أنماط السلوك والمعاملات مع غيره، فالوعي الديني عند المسلم، هو امتثال الفرد للدين الإسلامي وفق مختلف المستويات الإنسانية.

-البعد السياسي:

يظهر جليا تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية في الوقت الحالي على الحياة السياسية والاجتماعية في جميع أنحاء العالم. فقد أوضحت عديد الدراسات أن هذه المواقع أثرت على الانتخابات السياسية وأدت إلى حدوث تغييرات اجتماعية في العديد من دول العالم.

وتشير الإحصاءات (وفقا لمركز Pew للبحوث) إلى أن: "95% من مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية بغرض الحصول على معلومات سياسية هم شباب تقل أعمارهم عن 30 سنة".² شكلت مواقع التواصل الاجتماعي خاصة "الفيس بوك" سماء مفتوحة يطلعنا على العالم الكبير لحظة بلحظة داخل البيئة الإعلامية الجديدة البديلة، حيث ساعد الفيس بوك على إلغاء الحواجز والحدود التقليدية بين الدول والشعوب وأظهر مدى الضعف الذي أصاب المؤسسات الإعلامية التقليدية فيما يتعلق بدورها الوسيط بين الشعوب والحكومات، وبناء الانتماءات ودفع الحركات

1- ساسي صبرينة، أمينة طويجيني: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين، الفايس بوك أنموذجا، مذكرة ماستر غير منشورة، قسم العلوم الانسانية، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، الجزائر، 2015-2016م، ص06.

2-عبد العزيز على حسن: العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب "دراسة تطبيقية على انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 43، العدد 1، 2016م، ص 230.

السياسية، كما وفر الموقع عالم افتراضي تفاعلي، وأتاح الفرصة أمام الأفراد المشتركين فيه لبناء قاعدة أساسية للإنطاق باتجاه أهداف لتحقيقها، انطلاقاً من الإيمان العميق بدورهم في الحياة المجتمعية، وبضرورة الارتقاء بالمجتمع من خلال فتح المجال أمام المشتركين لإبداء آرائهم والتعبير عنها والمشاركة بنقاشات حول كل ما يثار من قضايا، وأصبح بإمكان أي مشترك أن يطلع على كل ما ينشره زملاؤه، كما أصبح الفيس بوك أداة اتصال مباشرة بين الحاكم والمحكومين حيث تحول إلى مستوى الفاعل والمؤثر الأقوى في مختلف المجالات خاصة السياسية منها، وذلك من خلال قدرته على نشر الأخبار بسرعة هائلة وموثقة بالصوت والصورة، وزيادة مستوى الوعي والمعرفة حول ما يدور في العالم من قضايا وأحداث تهم الرأي العام وخاصة فئة الطلبة منهم، بالإضافة إلى طرح آراء متعددة المجال.¹

وتتمتع مواقع الشبكات الاجتماعية كوسيلة اتصال بقدرتها على جذب الشباب واستخدامهم لها بشكل واسع نظراً لطبيعتها التفاعلية، وما توفره لهم من مزايا إنشاء وتبادل محتوى إعلامي، وبشكل عام يستخدم الشباب الإنترنت بكثافة للحصول على معلومات سياسية. وأكثر من ربع الشباب الذين يبحثون عن معلومات سياسية على الإنترنت يعتمدون على مواقع الشبكات الاجتماعية للحصول على تلك المعلومات.²

وتتمثل أبعاد الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية في التواصل والتعاون ومشاركة المواد.³

3- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي إعلاماً بديلاً: ويقصد به الموقع الذي يمارس فيه النقد ويولد أفكار وأساليب لها أهميتها، وأيضاً طرق جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع. وربما الأكثر أهمية، يشير إلى إن البديل يتناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والسياسية

¹ - أشرف عصام فريد صالح: دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني ، مذكرة ماجستير غير منشورة ، جامعة الشرق الأوسط ، 2016، ص 42.

² - عبد العزيز علي حسن: مرجع سابق، ص 232.

³ - Mazman, Sacide Güzin and Usluel, Yasemin Koçak, **Modeling educational usage of Facebook**, Journal of Computers & Mucation, (2010) 55(2),pp 444-453.

والاقتصادية والتوترات بين السيطرة والحرية، وبين العمل والبطالة، وبين المعارضة والحكومة، ومن ثم يتضاءل البديل إلى إن يصبح نمطا للاتصال الجماهيري.¹

ويمكن أن تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تفعيل الطاقات المتوافرة لدى الإنسان ويوجهها للبناء والإبداع في إطار تطوير القديم وإحلال الجديد من قيم وسلوك، وزيادة مجالات المعرفة للجمهور، وازدياد قدرتهم على التقمص الوجداني وتقبلهم للتغيير، وبهذا فإن الاتصال له دور مهم، ليس في بث معلومات، بل تقديم شكل الواقع، واستيعاب السياق الاجتماعي والسياسي الذي توضع فيه الأحداث.²

كما تتجلى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في الكثير من المجالات، إذ:

- تعتبر وسيلة سريعة للتواصل مع الآخرين عبر شبكاتهما المختلفة، فهي تتيح فرصة التحدث من خلال الرسائل القصيرة والطويلة، بالإضافة إلى التحدث من خلال الصوت والصورة.
- تؤثر على الرأي العام في مختلف الجوانب وخاصة السياسية.
- تعتبر وسيلة نقل الأخبار والأحداث المهمة التي تحدث في جميع أرجاء العالم سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو رياضية أو فنية، حيث أننا أصبحنا نعلم الكثير من الأحداث من طريق مستخدمي هذه الشبكات قبل أن نشاهدها على التلفاز، وأن نسمعها عبر الإذاعة أو حتى نقرأها في أحد الصحف المطبوعة والالكترونية، كما أن وكالات الأخبار المتعددة استطاعت التأثير على آراء وأفكار جمهورها.
- تعتبر مكان لتسويق المنتجات والسلع المختلفة للعديد من الشركات وهذا أحد أشكال الدعاية والإعلان، كما توفر هذه الشبكات فرصة اقتناء هذه المنتجات الالكترونية عن طريق بطاقة الائتمان.
- تجمع بين أعداد كبيرة من طلبة الجامعات والمدارس، وتسمح بإنشاء مجموعات يتم مناقشة قضايا المسافات والواجبات البيئية المختلفة.

¹ - هارتلي جون: الصناعات الإبداعية، ترجمة بدر السيد سليمان الرفاعي، عالم المعرفة، الكويت، 2007م، ص 13.

² - مي العبد الله: الاتصال والديمقراطية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2005م، ص 109.

- تعتبر من الوسائل الضاغطة في تغيير القرارات المختلفة التي تهم المجتمع عن طريق مناقشتها بطريقة حضارية.

- تعتبر مركزا مهما للبحث عن الوظائف المختلفة لحديثي التخرج أو الباحثين عن العمل.¹

*سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

تنوعت الآراء والاتجاهات حول إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي بين مؤيد ومعارض وكل فئة لها مبرراتها والتي تعتمد بشكل مباشر على مختلف الدراسات والبحوث الاجتماعية والنفسية وحتى الطبية والتي تثبت بشكل علمي العديد من السلبيات جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. وعموما كل اختراع هو في الحقيقة سلاح ذو حدين والمستخدم وحده هو صاحب القرار لجعل من هذه مواقع ضارة أو نافعة بالنسبة له.

4-التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي:

يمكننا تلخيص أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في ما يلي :

- **العزلة الاجتماعية :** تؤكد العديد من الدراسات "أن هناك العديد من التأثيرات السلبية التي تنتج من الإدمان عليها لاسيما تلك العوارض النفسية وهي الانعزال في غرفة واحدة أمام الشاشة"² لوقت طويل، لذا نجد أنه كلما "ازدادت ساعات استخدام الانترنت، كلما قل الوقت الذي يقضونه مع الأفراد الحقيقيين في حياتهم، وهذا من شأنه أن يؤثر على العلاقات الاجتماعية ويتسبب في العديد من المشاكل يأتي في مقدمتها العزلة الاجتماعية"³

وينتج عن استعمال مواقع التواصل الاجتماعي انقطاع عن العالم الواقعي وانحياز العلاقات الاجتماعية، فلم يعد بعض الناس يتزاوون كما كانوا في السابق، إذ أغنتهم هذه المواقع كموقع الفيسبوك عن زيارة بعضهم البعض.

وبخصوص الحديث عن العزلة الاجتماعية نجد أن علماء النفس يحذرون من حالة السكون والحمول التي تصيب الأشخاص الذين يمكثون في مواقع التواصل الاجتماعي لفترات طويلة في حالة من الاستغراق،

¹ ليلى أحمد جرار: مرجع سابق، ص ص 37-39.

² - صالح مجد العلي: مهارات التواصل الاجتماعي، أسس ومفاهيم وقيم، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015م، ص148.

³ - غروية دليلة وغروية سلمى: مرجع سابق ، ص92.

حيث أنهم يفقدون طعم الحياة المليئة بالمغامرات الشيقة، ويحرمون من إنشاء صدقات جديدة في العالم الواقعي، وكذا تبادل الخبرات والتجارب.¹

- **الإدمان وإضعاف مهارات التواصل:** يعد الإدمان وإضعاف مهارات التواصل "من أهم الآثار التي قد تشكل خطراً على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصاً الشباب والمراهقين، فإن قضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر وهدره في تصفح المواقع يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع. والكثير من الشباب اليوم يعاني من صعوبة في تغيير طريقة حياته بعد اشتراكه في عالم الشبكات الاجتماعية، فقد أدمن الكثير منهم عليها ولا يستطيعون الاستغناء عنها".²

- **استغلال الشبكات الاجتماعية لأغراض استخباراتية:** نجد أن الكثير من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعية وخاصة المراهقين منهم يقومون بنشر الكثير من المعلومات وكذا "صور وفيديوهات ويسجلون مشاركات تخدم جهات معينة تتربص بوطنهم، وتحاول أن تزعزع الاستقرار والأمن الداخلي للوطن. فقد أكد تقرير نشرته صحيفة الحقيقة الدولية في عددها رقم (111) الصادر يوم 2009/4/9 تحت عنوان (العدو الخفي) أن الثورة المعلوماتية جعلت من عالمنا قرية صغيرة، إضافة إلى الثورات الأخرى جعلت تلك القرية محكومة من قوة غير مركزية... وكذلك نشرت مجلة (لوماغازين وإيرابيل) ملفاً واسعاً عن موقع الفيس بوك، أكدت فيه أنه موقع استخباراتي صهيوني مهمته تجنيد العملاء والجواسيس للمخابرات الإسرائيلية"³، حيث نجد أن هذه المخابرات "قد وسعت من توظيف الانترنت والشبكات الاجتماعية مثل (الفيس بوك) في تجنيد العملاء، حيث يتم توظيف المعلومات التي يقدمها المتصفحون الفلسطينيون عن أنفسهم وعن أصدقائهم في محاولة تجنيدهم عبر الاتصال بهم وتضليلهم... وقد أكد المفوض الاتحادي السويسري لحماية البيانات الخاصة "هانتر بيتر تيور" في تقريره السنوي أن مواقع مثل الفيس بوك بات مصدراً للمعلومات تلجأ إليه أجهزة المخابرات، كما تستخدمها الشركات للتجنس على موظفيها".⁴

- **انتحال الشخصيات:** خلف استخدام شبكات التواصل الاجتماعي دافعا أحيانا للابتزاز وانتحال الشخصية ونشر المعلومات المضللة وتشويه السمعة، أو في الجريمة كالدعارة أو السرقة أو الاختطاف.

¹ - صالح محمد العلي: مرجع سابق، ص 148.

² - جبريل بن حسن العريشي وسلمى عبد الرحمان محمد الدوسري: مرجع سابق، ص 67.

³ - نسيم بوري: مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المراهقين، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، المجلد 5، العدد 2، ديسمبر 2018، ص 233.

⁴ - ليلي أحمد جزار: مرجع سابق، ص 66، 67.

- **ظهور لغة جديدة بين الشباب:** يعتبر ظهور لغة جديدة بين الشباب في ظل هذه البيئة الرقمية الجديدة شيء حتمي، فهم يستخدمون هذه اللغة الدخيلة "في جميع اتصالاتهم بين رسائل جوال أو محادثات عبر الإنترنت وباستخدام التواصل عبر الشبكات الاجتماعية انتشرت هذه اللغة بشكل أكبر. وهي لغة ليس بالعربية ولا بالانجليزية بل تجمع حروف اللغتين بالإضافة إلى أرقام ورموز لا يفهمها سوى طائفة من الشباب ومن يعاشرهم بصفة مستمرة. وإن الاستمرار في تداول هذه اللغة يؤدي إلى تهديد لغتنا العربية وإلى ضياعها مع مرور الأيام".¹

- **انتهاك الخصوصية:** يعتبر انتهاك خصوصية المستخدم من سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، والتي أثير حولها جدل كبير "فالأمان والخصوصية لم تكن الأولوية الأولى للملكي هذه المواقع، نتيجة لذلك تعددت المخاطر التي قد لا يدرك المستخدمون مدى تأثيرها. فقد لا يدرك الأشخاص حجم الجمهور الذي يستطيع الوصول لمعلوماتهم بكل سهولة ويسر. ونتيجة لشعور مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بالألفة والثقة مع من يتشاركون بأكثر مما يجب سواء في الأمور الشخصية أو ما يتعلق بأماكن عملهم، وما يخص شؤونهم المالية والتغيرات الحاصلة في مؤسساتهم وفضائهم مما تسبب في مشاكل عديدة بدء من الإحراجات وانتهاء بالملاحقات القانونية".²

- **ضياع الهوية الثقافية العربية:** واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل: حيث أن العولمة الثقافية هي من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين، ويمكننا القول أن الانفتاح "على مختلف ثقافات العالم أمر إيجابي من الجانب المعرفي والثقافي، إلا أن الكثير من المراهقين لا يملكون رصيد معرفي كافي حول أصالة هويته الثقافية أو الدعائم العقلية لعقيدته الإسلامية، وهذا راجع إما لتقصير في تكوينه التعليمي أو أنه لم تتسنى له الفرصة للاطلاع على ذلك، ويرجع السبب إلى عدم تأدية مؤسسات التنشئة الاجتماعية لدورها المنوط بها، فيكون ضحية سهلة للأفكار الهدامة التي تحاول أن تشككه في عقيدته".³

- **إضاعة الوقت:** يعتبر الوقت أثمن شيء في الوجود بالنسبة للإنسان، لذا فالمحافظة عليه وحسن تنظيمه من أساسيات النجاح، فالاستغراق في مواقع التواصل الاجتماعي يعد من بين أكثر الأسباب لإضاعة الوقت، فنجد مستخدم الشبكات الاجتماعية ينتقل "من صفحة إلى أخرى ومن ملف لآخر ولا يدرك

¹ - جبريل بن حسن العريشي وسلمى عبد الرحمان مجد الدوسري: مرجع سابق، ص 67.

² - غروية دليلة وغروية سلمى: مرجع سابق، ص 91.

³ - نسيم بورني: مرجع سابق، ص 232.

الساعات التي أضعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن تريد أي منفعة له أو لغيره. فهذه المواقع تهدر الكثير من وقت الشباب".¹

ناهيك عن التأثيرات الصحية لتكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة على الجانب البيولوجي والفيزيولوجي والنفسي للأفراد، فالعديد من الأمراض كان بسبب الاستخدام المفرط لهذه التكنولوجيات مثل الصداع الاكتئاب، العزلة، ضعف البصر، الإرهاق، ضغط الدم، القلق، أوجاع الظهر، ضعف السمع... الخ²

5- التأثيرات الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي:

رغم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي المثبتة علمياً، إلا أن تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي أضفت كذلك بعداً إيجابياً جديداً على حياة الملايين من البشر، من إحداثها لتغيرات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها، ويمكن تلخيص أهم إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في ما يلي:

- ✓ نافذة مطللة على العالم: حيث وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره.
- ✓ تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني، حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب، وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر. واستخدام الشبكات الاجتماعية يزيد فرص التواصل والاتصال التعليمي، فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة، ويمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع المعلم، ما يوفر جواً من مراعاة الفروق الفردية³ مما يسمح للفرد بالتركيز وذلك باستيعاب ما فاتته من قبل.
- ✓ إعداد الأفراد وتنشئتهم واكتسابهم عادات وسلوكيات صحيحة، وأداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي، لما تنتجه من تفاعل مع الآخرين عبر الأنشطة المختلفة من الجماعات التي يمكن تكوينها في فضاء مواقع التواصل الاجتماعي، واكتساب الخبرات وتنمية المسؤولية الذاتية للفرد عن طريق هذه الأنشطة والتفاعل مع الآخرين⁴.

¹ - جبريل بن حسن العريشي وسلمي عبد الرحمان مُجَدِّ الدوسري: مرجع سابق، ص 66.

² - فضيل دليو: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال (NTTC) ط 1، دار الثقافة، الجزائر، 2010م، ص 128.

³ - عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط 1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 68.

⁴ - لعلمي حسن محمود: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 101.

- ✓ فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل وعلى الصعيد العالمي.
- ✓ فرصة لإعادة روابط الصداقة القديمة، كالبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن انقطعت أخبارهم بسبب تباعد المسافات.
- ✓ تساعد المستخدمين على المشاركة و دعم الحملات و النشاطات الخيرية عبر الانضمام إلى المجموعات الخاصة لهذه الخدمة و غيره.
- ✓ ومن إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي أيضا هناك ما يسمى بتكوين المجموعات التنموية، والتي توفر لمستخدميها عبر شبكات التواصل الاجتماعي عدة طرق يستطيعون من خلالها الوصول لغاياتهم. فقد تمكن عدد كبير من الشباب والفتيات من تحويل الموقع الاجتماعي لموقع يؤسسون فيه العديد من الجمعيات التي تساعد الشباب على ممارسة نشاطاتهم وحل مشكلاتهم. ومن هذه المجموعات الثقافية والفكرية والأدبية والرياضية وغيرها الكثير. وهناك بعض المجموعات التي تحت الشباب على العمل التطوعي كالحفاظ على البيئة، والتبرع بالدم ومساعدة الأيتام وما إلى ذلك من الأعمال الخيرية والاجتماعية¹.
- ✓ تزيد من تقارب العائلة الواحدة: فاليوم ومع تطور تكنولوجيا التواصل أصبح أيسر على العائلات متابعة أخبار بعضهم البعض عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة وأنها أقل تكلفة من نظيراتها الأخرى من وسائل الاتصال المختلفة.
- ✓ يرى الإعلامي "ياسر الغسلان" مؤسس موقع المفكرة الإعلامية أنه "أبرز إيجابيات الإعلام الاجتماعي، يكمن فيما يتعلق برفع سقف حرية التعبير، فالجيل الجديد والمجتمع أصبحا أكثر رفضا لمفهوم الرقابة... فنحن أمام تغيرات كبيرة في سلوكياتهم، ورغبتهم في الانفتاح، والتعامل بحرية أكبر، فالرقابة ليست موجودة في الحمض النووي الخاص بهذا الجيل، كما يرى أن الإعلام الاجتماعي قد ساهم في زيادة الجرأة عند الشباب أكثر جرأة في التعبير عن رأيه، وتناول القضايا المختلفة، ولديه القدرة على التعبير باسمه الصحيح، كما تلاشت الأسماء المستعارة بشكل كبير، وتم كسر حاجز الخوف والتردد والخجل"².

¹- جبريل بن حسن العريشي وسلمى عبد الرحمان مُجَدِّ الدوسري: مرجع سابق، ص 65.

²- ليلي أحمد جرار: مرجع سابق، ص 76.

- ✓ منبر للرأي و الرأي الآخر: إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير، فالمجال مفتوح أمام حرية التعبير مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات والتوجهات الشخصية تجاه قضايا الأمة المصرية.
- ✓ كما أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة مهمة للإعلان عن المنتجات المختلفة للسلع والخدمات.

خلاصة:

وفي ختام هذا الفصل يمكننا القول بأن شبكات التواصل الاجتماعي، شكلت قفزة نوعية في عالم الاتصال بين الأفراد والجماعات، نظرا للخصائص والمميزات والخدمات التي تقدمها وعلى رأسها خاصية التفاعل، وسلطت الضوء على مختلف القضايا والموضوعات في كل مجالات الحياة. وهي اليوم من أهم الوسائل التي يعتمد عليها الشباب من أجل التواصل مع بعضهم البعض ومع الآخرين، وهذا من أجل تبادل المعلومات والآراء والأخبار والفيديوهات والصور وتكوين صداقات جديدة، وبذلك تعددت استخداماتها وتعدت الحدود الجغرافية للدول، وأصبح لها من الأهمية ما جعلها تقدم فرصا أكبر لمستخدميها للتفاعل الافتراضي، متخطين حدود الزمان والمكان، كما ساهمت في التقارب بين الأفراد والتعرف على ثقافات الشعوب الأخرى، بالرغم من ذلك يعتبرها البعض سلاح ذو حدين قد يكون ايجابيا على الأفراد والمجتمعات، كما قد يكون سلبيا في حال تم استخدامها بشكل سيء.

الفصل الرابع

الشباب الجامعي والانترنت في الجزائر

تمهيد

المبحث الأول: الانترنت فضاء اتصالي للشباب الجزائري

1- البداية والتطور في المجتمع الجزائري (البنية التحتية)

2- الإطار القانوني المنظم للانترنت في الجزائر

3- مزودو خدمة الانترنت في الجزائر

4- محركات البحث في الجزائر

5- العراقل التي تواجه انتشار الانترنت في الجزائر

6- تفاعل الطالب الجامعي مع تقنيات الإنترنت

7- الشباب والعلاقات الاجتماعية عبر الانترنت

المبحث الثاني: الشباب، سماته وخصائصه والعلاقة مع مواقع التواصل الاجتماعي

1- مفهوم الشباب

2- خصائص الشباب الجامعي

3 - حاجيات الشباب الجامعي

4- علاقة الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي

5- أسباب ودوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي

خلاصة

تمهيد:

يتطلب الاهتمام بقضايا الشباب الجزائري ومواقع التواصل الاجتماعي كظاهرة عالمية، الاعتراف بما لديهم من خصائص مميزة في بناء المجتمع، ومما لهم من تأثير في مكوناته في مختلف المجالات الاجتماعية والثقافية الفكرية والاقتصادية والسياسية، لذا فقد باتت من الضرورة بمكان الاهتمام بشبابنا خاصة منهم المتعلمون، ودراسة خصائصهم وحاجياتهم ودوافع استخدامهم للانترنت ومن ورائها مواقع التواصل الاجتماعي، وتكمن أهمية الشباب الجامعي بالنسبة للمجتمع الجزائري فيما يمثله الشباب من مصدر التجديد والتعبير، فهم عادة ما يرفعون لواء التحديث في السلوك من خلال العادات والأنماط الجديدة التي يتبنونها من استخدامهم للتكنولوجيات الجديدة للاتصال وعلى رأسها الانترنت، وكما هو معروف أن شبكة الانترنت هي ربط بين عدة شبكات، وطنية، جهوية، جامعية، و شبكات خاصة... الخ. تسمح هذه الشبكات المتصلة للشباب الجامعي الجزائري بأن يتبادلوا المعطيات والمعلومات مهما تباعدت المسافات بينهم، ومهما كان الفارق الزمني الذي يفصلهم.

لذلك سنركز في هذا الفصل من خلال مبحثين على معرفة خصائص وسمات الشباب الجامعي وحاجياتهم وعلاقتهم بالشبكة العالمية العنكبوتية في الجزائر، كما يرتبط هدف هذا الفصل كذلك بتبيان واقع الانترنت في الجزائر وتطورها، واستخداماتها لدى الشباب الجزائري من خلال بنيتها التحتية، إطارها القانوني، المشتركين فيها وكذا العراقيل التي تواجهها في الجزائر.

-المبحث الأول: الانترنت فضاء اتصالي للشباب الجزائري.

1-البداية والتطور في المجتمع الجزائري (البنية التحتية):

أوضحت دراسة أمريكية حول الاستخدام العالمي لتكنولوجيا المعلومات أن إفريقيا هي القارة الأكثر تخلفا في العالم في هذا المجال. واستثنت هذه الدراسة دولتين فقط هما تونس وجنوب إفريقيا، حيث وصفتها أنهما الوحيدتان القادرتان على التجديد أو إدماج وسائل التكنولوجيا الحديثة في الحياة الاقتصادية. كذلك صنفت هذه الدراسة الجزائر ضمن الدول الأكثر تخلفا في القارة الإفريقية.¹

حيث يبين الجدول الموالي نسبة استخدام الانترنت في العالم عام 2005م² حسب دراسة أجرتها اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا.

نسبة مستخدمي الانترنت	النسبة المئوية لسكان العالم	عدد السكان سنة 2005 بالمليون نسمة	/
1.5%	14%	900.5	افريقيا
34%	56.3%	3612.4	اسيا
29.2%	11.4%	731	أوروبا
2.2%	4%	259.5	الشرق الأوسط
24.9%	5.1%	328.4	أمريكا الشمالية
6.3%	8.5%	546.9	أمريكا اللاتينية
1.8%	0.5%	33.4	أوقيانوسيا/استراليا
100%	100%	6412.1	المجموع

يمثل الجدول أعلاه: استخدام الانترنت في العالم عام 2005م

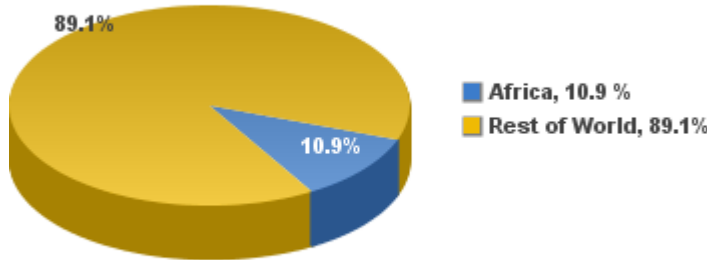
¹ - أحمد بجاوي: الخارطة التكنولوجية العالمية الجديدة : الجزائر في نهاية الركب، جريدة اليوم الجزائرية 29/10/2000.

² - يزان ميزان : استغلال الأساتذة الجامعيين لشبكة الانترنت: دراسة ميدانية بجامعة منتوري، قسنطينة، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علم المكتبات، جامعة منتوري - قسنطينة - الجزائر، 2007، ص 138.

في بعض الاحصائيات المنقولة من المصدر تبين أن حجم المستخدمين في قارة افريقيا قد زاد بشكل لافت، لكنه مازال لم يصل للمستوى المطلوب بعد، إذ أن عدد المتصلين بالانترنت في القارة السمراء لا يتعدى 453 مليون نسمة بينما العدد الاجمالي لسكان افريقيا يتجاوز 1.2 مليار نسمة ما يمثل نسبة 35.1% من المستخدمين فقط من القارة الافريقية يتصلون بالانترنت.

والرسم التوضيحي أدناه يوضح نسب مستخدمي الانترنت في القارة الافريقية حتى ديسمبر 2017م. مقدم في تقرير احصائيات عالم الانترنت - احصاءات الاستخدام والسكان -

Internet Users in Africa December 2017



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com
453,329,534 estimated Internet users in Africa in Dec 31, 2017
with a 35.2 % penetration, representing 10.9% of the total world
Internet users. Copyright © 2018, Miniwatts Marketing Group

رغم الانتشار السريع للانترنت في العالم، إلا أنه كان متواضعا في البداية على العموم في العالم العربي باستثناء بعض الدول الخليجية، هذا البطء النسبي -مقارنة بسرعة انتشار الانترنت في العالم الغربي- كان بسبب عدة عوائق أهمها: ارتفاع كلفة خدمة الاشتراك بشبكة الانترنت، سوء البنية التحتية للاتصالات في أغلب الدول العربية، وعدم مواكبتها للتطورات الجديدة في هذا المجال، وبطء أدائها مقارنة بالدول الأخرى. بالإضافة إلى خوف السلطات الحكومية من أن ديمقراطية الوصول للانترنت سوف يؤدي إلى إنهاء سيطرة الدولة على المعلومات، وعلى سبيل المثال، فقد صرحت السلطات السعودية عام 1998م بأن التأجيلات المستمرة في افتتاح خدمة الانترنت للجمهور، كان سببها البحث عن نظام تستطيع بموجبه أن تعوق تدفق المعلومات غير المرغوبة.¹

وقد انتظر المجتمع الجزائري حتى سنوات التسعينات كي يشهد ظهورا محتشما لشبكة الانترنت، رغم ظهور هذه الشبكة كما ذكرنا في بلدان افريقية أخرى أقل نموا من الجزائر.

¹ - شريف درويش اللبان: شبكة الانترنت بن حرية التعبير وآليات الرقابة، المدينة برس، مصر، 2004م، ص 31.

بادرت الجزائر بالاشتراك في شبكة الانترنت وارتبطت بها في شهر مارس من عام 1994م، عن طريق مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني الذي تأسس في شهر أبريل 1986م، وكانت مهمته الأساسية يوم ذاك العمل على إقامة شبكة وطنية وربطها بشبكات إقليمية ودولية.¹

وانطلاقا من سنة 1994م شهدت الجزائر تقدما مهما في مجال الاشتراك والتعامل مع شبكات الانترنت، إذ ارتبطت بخط مخصص بين إيطاليا والجزائر قدرت طاقته آنذاك بـ (9600 بود) في إطار مشروع تعاون مع منظمة اليونسكو، يقضي هذا المشروع إلى إقامة شبكة معلوماتية في إفريقيا تسمى "ريناف" وتكون الجزائر فيها النقطة المحورية للشبكة في شمال القارة الإفريقية.

في عام 1995م انتشر استعمال منظومة الانترنت رغم العدد المحدود للمستعملين، ثم بالتعاون مع مصالح البريد والمواصلات فإن الربط تدعم بخط مخصص بسرعة (64000 بود) وآخر بسرعة (256000 بود) في شهر ديسمبر 1997م.² يمر الخط الأول بنقطة ربط بمدينة بيز "Pise" بإيطاليا، أما الخط الثاني فيمر بمدينة باريس "Paris" بفرنسا، ومنذ ذلك الحين ومركز البحث في الإعلام العلمي والتقني يبذل مجهودات من أجل تعميم ونشر استعمال منظومة الانترنت في الجزائر في الأوساط العلمية والمهنية.

وفي أكتوبر عام 1998م تم بمقتضى اتفاقية بين مركز البحث العلمي وهيئة "ناتسات" الأمريكية ربط المركز بشبكة الانترنت بصفة مباشرة، بتشغيل محطة اتصال جديدة عن طريق الأقمار الصناعية، بطاقة واحد ميغابايت في الثانية وذلك عن طريق القمر الصناعي (أم أي أي) الأمريكي (1 ميغابايت = 1000 بايت).

ومن ميزات الارتباط عن طريق الأقمار الصناعية مقارنة بالخطوط الهاتفية، هو الزيادة في الطاقة وسرعة التدفق، إذ يتم بصورة مباشرة مع المصدر (وم أ) دون المرور بمحطات أخرى (مصالح البريد في الجزائر، مصالح البريد في فرنسا، الشركة الأوروبية للانترنت).³

وقد تضاعفت هذه الطاقة لتصبح 5 ميغابايت في الثانية شهر جانفي من عام 2000م.

وفي نفس العام تقرر إدخال المتعاملين الخواص من خلال قرار تنفيذي رقم 97-257 الصادر في 25 أوت 1998م لاستغلال توريد خدمة منظومة الانترنت في الجزائر، حيث وصل عددهم في شهر مارس من عام 2000

¹ محمد لعقاب: مجمع الإعلام والمعلومات، دراسة استكشافية للانترنتيين الجزائريين، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب واللغات، جامعة الجزائر سنة 2000-2001م، ص 287.

² ط. عبد الحق: مدخل إلى المعلوماتية. العناد والبرمجيات، الجزء 2، قصر الكتاب، الجزائر، 2000، ص 347.

³ محمد لعقاب: مرجع سابق، ص 288.

إلى 18 مورد خدمة، وفي الثلاثي الأخير من نفس السنة وافقت لجنة منظومة الانترنت في الجزائر على إضافة 10 موردين آخرين.

قام مركز البحث في الإعلام العلمي بفتح أكثر من 10000 حساب مفتوح، علما أن كل حساب يمكن استعماله من قبل 5 أشخاص أو أكثر، كما تم ربط أكثر من 44 مؤسسة وطنية وتنظيمات أخرى تشمل: التعليم العالي والبحث العلمي، التنظيمات الطبية، التنظيمات الاقتصادية، الهيئات والجمعيات والخواص... الخ في بداية جوان من عام 2000م، وعد رئيس الجمهورية بإحداث إصلاحات في النطاق التنظيمي للاتصالات، وأن قرارات ستتخذ في شأن فتح خدمات منظومة الانترنت للمتعاملين الأجانب.¹

والجدول التالي يوضح تطور الارتباط بالانترنت ومختلف المراحل التي مر بها من خلال مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني.

الجدول الموالي: يوضح ارتباط الجزائر بالانترنت عبر مركز البحث العلمي والتقني منذ سنة 1993 إلى غاية 2000م.²

السنة	الملاحظات
1993	تم ربط الجزائر بالانترنت بواسطة الدياليب
1994	تم ربط الجزائر بكابل متخصص full connection بقوة 9600 ميغابايت/ثا عن طريق إيطاليا. فتح الوصول المجاني عبر دياليب للباحثين والعلميين.
1995	فتح الوصول عبر الدياليب للجمهور
1996	تم ربط الموقع الجهوي الشرقي (سطيف) بالانترنت.
1997	- زيادة طاقة الربط إلى 64 كيلوبايت/ثا بواسطة ربط متخصص عبر ايون(روناتر باريس) أي عبر شبكة الاتصال للمعطيات الفرنسية.

¹ صباح براهيم: منظومة الانترنت في المؤسسة الجامعية وعلاقتها بالاهداف التنظيمية، دراسة ميدانية، مذكرة ماجستير غير منشورة، تخصص علم اجتماع تنظيم وعمل، قسم العلوم الاجتماعية جامعة الخضر باتنة 2004-2005، ص 21.

² محمد لعقاب: مرجع سابق، ص 289.

- زيادة طاقة الربط إلى 256 كيلوبايت/ثا. - ربط الموقع الجهوي الغربي (وهران) بالشبكة.	
ربط المواقع الجهوية: - ورقلة بالجنوب الجزائري، تلمسان بالغرب الجزائري، عنابة بالشرق الجزائري	1998
في شهر أكتوبر ارتبطت الجزائر بالانترنت عن طريق القمر الصناعي بطاقة 1ميغابايت/ثا و256 ميغابايت/ثا. في شهر فيفري تم ربط المواقع الجهوية : قسنطينة وباتنة في الشرق الجزائري في شهر افريل تم الربط بواسطة القمر الصناعي عن طريق و م أ بطاقة 2 ميغابايت/ثا، و512 كيلوبايت/ثا.	1999
في شهر جانفي تم الربط بواسطة القمر الصناعي عن طريق و م أ بطاقة 5 ميغابايت/ثا زيادة طاقة الارتباط إلى 11 ميغابايت/ثا.	2000

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن الجزائر شرعت في استخدام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال منذ عام 1993م، إلا أن طاقة الارتباط بالانترنت ظلت ضعيفة حتى أواخر التسعينات، أين دخلت الخدمة عن طريق الأقمار الصناعية .

بعد إصدار المرسوم التنفيذي 98-257 بتاريخ 25 أوت 1998 والمعدل بمرسوم تنفيذي آخر يحمل رقم 2000-307 بتاريخ 14 أكتوبر 2000¹، الذي يحدد شروط وكيفيات وضع واستغلال خدمة الانترنت، ظهر مزودون جدد خواص وعموميون إلى جانب مركز CERIST مما زاد في عدد مستخدمي الشبكة، وقد وصل عدد الرخص الممنوحة إلى الخواص عبر القطر الجزائري إلى 65 رخصة حتى نهاية 2001.

تعمل الجزائر على تدارك تأخرها في مجال خدمة الانترنت من خلال الوزارة الوصية التي وفرت خط اتصال أساسي (Backbone) من الألياف الضوئية قدرته 34 ميغابايت/ثا، قابل للتوسعة لغاية 144 ميغابايت/ثا، وقد شرعت وزارة البريد والمواصلات في إقامة شبكة لتقديم خدمات الانترنت كموزع للمؤسسات والأفراد، بحيث

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 14 رجب 1421هـ. الموافق لـ 15 أكتوبر 2000، العدد 60، ص 14.

تستهدف شبكاتها كل ولايات الوطن، قدرتها تفوق 10000 خط يتوقع أن يكون لها 100000 مشترك، هذه الشبكة تتميز بضمها لمختلف الخدمات التي يوفرها الويب بالإضافة للخدمات التي تتطلبها التجارة الالكترونية.¹

* إحصائيات حديثة عن مستخدمي الانترنت في الجزائر:

شهدت الجزائر نموا ملموسا في تحسين خدمات الانترنت منذ بداية سنة 2018م، حيث أصبح المتعاملين الثلاثة للهاتف النقال في الجزائر (موبيليس، أوريدو، جيزي) يقدمون عروضاً بأحجام انترنت أكبر، وبسرعة أقل عكس السنوات الماضية.

بلغ عدد سكان الجزائر أكثر من 42 مليون نسمة، وعدد المتصلين بالانترنت بالجزائر وصل لغاية 20 مليون نسمة بنسبة 47% من النسبة الاجمالية لعدد السكان وفق إحصائيات منشورة في جوان 2018م.

وفي تقرير منشور حديثا عن إحصائيات مستخدمي الانترنت في أفريقيا (استخدام الانترنت في إفريقيا، إحصاءات السكان لعام 2020 ومشاركي Facebook)، فإن عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر زاد بشكل لافت، فالأرقام جد ايجابية وتدل على التطور والنمو الهائل في عدد مستخدمي الانترنت مقارنة بسنة 2000م كما هو موضح في الجدولين المواليين²:

عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر:

AFRICA 2018 POPULATION AND INTERNET USERS STATISTICS						
AFRICA	Population (2018 Est.)	Internet Users 31-Dec-2000	Internet Users 31-Dec-2017	Penetration (% Population)	Internet Growth % 2000 - 2017	Facebook subscribers 31-Dec-2017
Algeria	42,008,054	50,000	18,580,000	44.2 %	37,060 %	19,000,000

¹ إبراهيم بختي: الانترنت في الجزائر، دراسة إحصائية، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد 1، 2002، ص 32.

² - استخدام الانترنت في إفريقيا، إحصاءات السكان لعام 2020 ومشاركي Facebook متوفر على الخط <https://www.internetworldstats.com/stats1.htm> ت د 2020/06/26 م 21.00 سا

Algerian Internet Usage and Population Growth:

YEAR	Users	Population	% Pen.	Usage Source
2000	50,000	31,795,500	0.2 %	ITU
2005	1,920,000	33,033,546	5.8 %	ITU
2007	2,460,000	33,506,567	7.3 %	ITU
2008	3,500,000	33,769,669	10.4 %	ITU
2009	4,100,000	34,178,188	12.0 %	ITU
2010	4,700,000	34,586,184	13.6 %	ITU
2012	5,230,000	37,367,226	14.0 %	IWS
2013	6,404,264	38,813,722	16.5 %	ITU
2014	6,669,927	38,813,722	17.2 %	ITU
2015	11,000,000	39,542,166	27.8 %	IWS
2016	15,000,000	40,263,711	37.3 %	IWS
2017	18,580,000	41,063,753	45.2 %	IWS

المصدر: استخدام الإنترنت في إفريقيا، إحصاءات السكان لعام 2020 ومشتري Facebook متوفر على الخط

<https://www.internetworldstats.com/stats1.htm>

فحجم مستخدمي الانترنت تضاعف ثلاث مرات منذ سنة 2014م، والأرقام المشار إليها أعلاه تبين حجم التطور في قطاع الاتصالات في الجزائر، لكن وبالرغم من ذلك مازال أماننا الكثير للحاق بالركب الحضاري في مجال الانترنت والخدمات المرتبطة بها.

2- الإطار القانوني المنظم للانترنت في الجزائر:

على الرغم من ارتباط الجزائر بالانترنت في 1994، إلا أن أول تنظيم قانوني لخدماتها لم يظهر إلا في عام 1998، بإصدار المرسوم التنفيذي 98-25 بتاريخ 25 أوت 1998، ويتكون من 18 مادة تضبط شروط استغلال الانترنت عن طريق لجنة أطلق عليها اسم "لجنة الانترنت" يرأسها ممثل وزير البريد والمواصلات، وتتكون من:¹

- ✓ ممثل وزير البريد والمواصلات.
- ✓ ممثل وزير الدفاع الوطني.
- ✓ ممثل وزير الشؤون الخارجية.

¹ محمد لعقاب: مرجع سابق، ص 294.

- ✓ ممثل الوزير المكلف بالمالية.
- ✓ ممثل الوزير المكلف بالداخلية.
- ✓ ممثل الوزير المكلف بالاتصال والثقافة.
- ✓ ممثل الوزير المكلف بالتعليم العالي والبحث العلمي.
- ✓ ممثل الوزير المكلف بالتجارة.
- ✓ ممثل مدير المواصلات السلوكية واللاسلكية.

وتتولى هذه اللجنة دراسة طلبات الترخيص باستغلال خدمات الانترنت والبحث فيها، ويشترط النشاط في الانترنت، الحصول على رخصة من وزير البريد والمواصلات بعد موافقة هذه اللجنة على الطلب. وقد اعتبر المختصون هذا المرسوم مقيدا لاستغلال الانترنت أكثر مما يشجع على استخدامها.

لذلك وفي شهر أكتوبر من عام 2000م صدر المرسوم التنفيذي رقم 307-2000 المؤرخ في 14 أكتوبر 2000م لتنظيم أفضل لقطاع الانترنت في الجزائر، ويتضمن المرسوم الجديد ثلاث نقاط هامة هي:

أ- تقليص لجنة الانترنت إلى ثلاثة أعضاء فقط هم:

- * ممثل وزارة الدفاع.
- * ممثل وزارة البريد والمواصلات.
- * ممثل وزير الداخلية.

ب- السماح بإنشاء "السيرر مقاهي" و "الميدياتيك" مقابل تصريح فقط.

ج- السماح للأجانب باستغلال الانترنت في الجزائر مع شركة جزائرية.

3- مزودوا خدمة الانترنت في الجزائر:

بعد صدور المرسوم التنفيذي سابق الذكر المحدد لشروط وإجراءات إنشاء واستغلال خدمات الانترنت تحصلت العديد من المؤسسات، عمومية كانت أو خاصة على رخصة استعمال الانترنت ويقدر عددهم حوالي 50 مؤسسة إلا أن التي تشتغل فعليا في هذا المجال لا يتعدى عددها ثلاثة موفري خدمات خواص.¹

¹ حسيبة قيدوم: الانترنت واستعمالها في الجزائر، دراسة وصفية، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية

والاعلام، جامعة الجزائر، 2001-2002، ص 47.

1- جيكوس (GECOS) يعتبر الموفر الثاني للانترنت بالجزائر بعد مركز البحث في الإعلام العلمي و التقني، إذ شرع العمل في هذا المجال سنة 1997م، من خلال وضع أول "سيرر مقهى cybercafé" في شهر سبتمبر 1997م، كما قامت الشركة بانجاز مواقع الواب للشركات الجزائرية العمومية الخاصة.

وتأوي جيكوس حاليا أكثر من 100 موقع واب للشركات والمؤسسات العمومية والخاصة والإدارة، وكذا وسائل الإعلام الجزائرية وهي: الوطن، الخبر، ليبرتي، لاتريبين، المجاهد، لوماتان، لوسوار، اوريزون، الشعب، الانديوندون، الأصيل بالعربية والفرنسية، لتونتليك، وكالة الأنباء الجزائرية، يومية وهران، المساء، والفجر.

كذلك قامت شركة جيكوس بإنشاء موقع الواب لعدة هيئات ومؤسسات جزائرية مثل:

وزارة الخارجية، وزارة الصناعة، المجلس الشعبي الوطني، شركة سوناطراك، ميناء عنابة وسككدة، جامعة عنابة، الهلال الأحمر الجزائري، جامعة التكوين، المرصد الوطني لحقوق الإنسان وغيرها.

وفي شهر أوت 1999م تلقت جيكوس رخصة من وزارة البريد والمواصلات لتكوين أول موزع للانترنت خاص في الجزائر.

ومنذ ذلك الحين وجيكوس تمنح لزبائنها فرصة الارتباط بالانترنت مباشرة عن طريق القمر الصناعي "باكوبون"، بالوم إلى جانب خط متخصص عن طريق المركز للبحث في الإعلام العلمي والتقني، ويدور تعاملها مع شركات أوروبية على خط (EUROPE ONLINE).

تقدم جيكوس فرصة الاشتراك في الانترنت بسرعة فائقة على القمر الصناعي أسترا، وتم ربط عدة سيرر مقهى وعشرات الشركات عن طريق هذا القمر الصناعي على المستوى الوطني. ولشركة جيكوس الفضل في إنشاء أول سيرر مقهى في الجزائر وهي تلك الواقعة في شارع حسيبة وكان ذلك عام 1997م أي قبل صدور القانون حول الانترنت، وكانت تشتغل بطريقة شبه سرية برخصة تعليم الإعلام الآلي.

تقدر طاقة الربط بالانترنت في شركة جيكوس بـ 2.5 ميغابايت/ثا ووصلت نهاية عام 2001م الى 43ميغابايت/ثا، مديرها العام آنذاك هو السيد غرار يونس كان مديرا لمخبر بحث في مركز التنمية والتكنولوجيا المتقدمة بالجزائر، قبل أن يلتحق بجيكوس عام 1997م وهو الجزائري الوحيد العضو في جمعية الانترنت الدولية.¹ ونظرا لما تقدمه الشركة من خدمات نوعية توجت بجائزة النجم الذهبي في جينيف في أكتوبر 1999م.

¹ محمد لعقاب: مرجع سابق، ص 300، 301.

* كيفية الاشتراك في الانترنت عبر جيكوس:

تقدم شركة جيكوس طريقتين للاشتراك، واحدة للخواص و أخرى للمؤسسات و الشركات.

أ/ بالنسبة للخواص هناك طريقتين:

- الطريقة الأولى: الاشتراك لمدة 20 سا بقيمة 1000 دينار و يكون الارتباط محدد بثلاث ساعات في اليوم، على أن تستهلك الساعات العشرين في مدة لا يتجاوز مداها ثلاثة اشهر.
- الطريقة الثانية: الاشتراك لمدة 60 سا بقيمة 2500 دينار على أن تستهلك الساعات في مدة لا تتجاوز ثلاثة اشهر.

ب/ بالنسبة للشركات و المؤسسات هناك طريقتين:

- الطريقة الأولى: المحددة بمدة ساعتين في اليوم بين الساعة 6 صباحا و الثامنة ليلا، وتقدر قيمة الاشتراك في هذه الحالة بـ 3000 دينار /شهر.
- الطريقة الثانية: تتمثل في الاشتراك غير المحدد أي 24/24 سا في اليوم بقيمة 20000 دج /شهر.

* عدد المشتركين في الانترنت عبر جيكوس:

تحصلت شركة جيكوس على رخصة استغلال الانترنت من طرف وزارة البريد و المواصلات في شهر أوت 1999م، في نهاية هذه السنة كان لديها 100 حساب مفتوح وارتفع العدد إلى 1000 حساب شهر نوفمبر 2000م، منها 95% من الشركات العمومية و الخاصة و 55% سبير مقهى و 15% وسائل إعلام.

وقد ارتفع عدد المشتركين إلى 15000 مشترك في عام 2001م. ثم إلى 50000 مشترك بنهاية نفس السنة.¹

ثالثا/ أيباد:

نشأت شركة أيباد عام 1992، لتقوم بمهمة التعليم والتكوين المهني عن بعد، وتقوم الشركة بمهمتين: الأولى تشمل المحاضرات عن بعد، والثانية التزود بالانترنت.

يشترك في أيباد 500 ألف مشترك، وتوقع المدير العام للشركة أن يبلغ عدد المشتركين 15 ألف مشترك بعد تدشين نقاط تواجد في كل من الجزائر العاصمة ، وهران، عنابة، قسنطينة.

¹ - المرجع السابق: ص 302.

أما سعر الاشتراك في الشركة فيوضحه الجدول التالي:

الجدول الموالي يوضح: سعر الاشتراك في ايباد:

السعر بالدينار	الوحدة
27000	60
3780	90
6840	180
12600	360
21600	720
33600	1200

-المشتركون في الانترنت حسب القطاعات في الجزائر:

يتوزع عدد المشتركين الجزائريين في الانترنت عبر مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني كما يلي:

النسبة المئوية	العدد	القطاع
%10.12	1126	القطاع الجامعي
%62.92	7000	القطاع الاقتصادي
%4.49	500	القطاع الطبي
%22.47	2500	القطاعات الاخرى
% 100	11126	المجموع

توضح البيانات في الجدول أعلاه عدد المشتركين في الانترنت في الجزائر الى غاية سنة 2000، لكنها لا توضح عدد المستخدمين، وإذا قدرنا أن وراء كل حساب مفتوح (مشترك) ما معدله خمسة مستخدمين، فإننا نحصل على 55630 مستخدم لها في الجزائر عبر مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني، وإذا اعتبرنا أن وراء كل حساب مفتوح لدى نفس المركز هناك 10 مستخدمين، فإن عدد المستخدمين يرتفع إلى 111260 مستخدم.

ومع ارتفاع عدد مقدمي خدمة الانترنت، ارتفع عدد المستخدمين ليصل إلى حوالي 1.9 مليون مستخدم عام 2005م، وفي أكتوبر 2006م أعلنت وزارة البريد والمواصلات في تقرير لها أن عدد المستخدمين في الجزائر قد بلغ 3 ملايين مستخدم بحلول جويلية 2006م في حين بلغ عدد من يستخدم الانترنت عالي السرعة (ADSL) منهم 700 ألف مستخدم.

أما إحصائيات سبتمبر 2007م فتشير إلى أن عدد المستخدمين قد بلغ 4 ملايين (وفي فيفري 2008م يكون عدد الأنترنتيين الجزائريين قد وصل إلى 5 ملايين، وذلك حسب تصريح وزير البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال السيد بوجمعة هيشور. أما عدد مقاهي الانترنت فقد وصل إلى 6000 عبر 1541 بلدية على مستوى القطر الوطني.¹

فيما تضاعف العدد 6 مرات منذ عام 2014 حتى سنة 2018 ليلغ 20 مليون مستخدم للانترنت في الجزائر.

4-محركات البحث في الجزائر:

هناك عدة محركات بحث جزائرية نذكر منها:

أ- دليل المواقع الجزائرية ب-الجزائر على الخط ج- أخبار الجزائر د-محرك edjazair - ه- الجزائر نات دي زاد و- دليل الجزائر ز- بلانات دي زاد.

أ- دليل المواقع الجزائرية: (reference Algerie)²

تم إنشاء هذا المحرك يوم 1998/12/04 وهو متخصص في البحث عن المواقع الجزائرية، وهو مدخل لكل من يرغب في معرفة أكثر حول شؤون الجزائر، ويتم تصنيف هذه المواقع في شكل فئات، وفي كل أسبوع يضيف

¹ B. Chellali: Les tarifs d'accès à Internet haut débit revus à la baisse, Maghreb Hebdo, no06, Algérie, (du 28février au mercredi 05 mars 2008), p06.

² محمد لعقاب: مرجع سابق، ص ص 304-305.

هذا المحرك إلى خدماته محركات أخرى جديدة، وكذلك يأوي هذا المحرك صفحات واب شخصية لكل من يرغب في ذلك ويقدم هذا المحرك خدماته بثلاث لغات هي: العربية، الانجليزية، الفرنسية وعنوانه هو:

<http://referencealgerie.ctw.net>

ونجد في هذا المحرك فئات البحث التالية:

- العلوم الإنسانية (تاريخ، إعلام، حقوق، شخصيات...الخ).
- المؤسسات (الوزارات، السفارات، الخدمات العمومية، وغيرها).
- التعليم (جامعات، معاهد، مراكز التكوين).
- السياحة (الفنادق، المتاحف، الفنون، ...الخ).
- الفن والثقافة (جمعيات، أشعار ، فنانون...).
- المناطق الجهوية (الجزائر، عنابة، وهران، تيزي وزو، ...الخ).
- وسائل الإعلام والاتصال (التلفزيون ، الإذاعة، الصحف والمجلات).
- الانترنت (المزودون، إنشاء صفحات الواب، البريد الالكتروني بالمجان).
- البربر (ثقافة، موسيقى، جمعيات وغيرها).
- الموسيقى (الراي، القبائلي، الشعبي، الروك، الأندلسي وغيرها).
- الرياضة والأندية (الفدراليات، الأندية، أخبار الرياضة).
- الألعاب والتسلية.
- التجارة والاقتصاد (مناقصات، البنوك، العقار والاقتصاد).
- الأحزاب السياسية (الحياة السياسية، الأحزاب السياسية، الشخصيات السياسية).
- العلوم والتكنولوجيا (جمعيات، أبحاث، صحة وطب).
- المجتمع (جمعيات، الدين، الأطفال، الشباب ...الخ).
- الشركات والتشغيل (الشركات الوطنية، الشركات الخاصة، الشغل...الخ).

ب-الجزائر على الخط: (Djazair Online)

هو محرك بحث باللغة الانجليزية فقط، تم إنشاؤه عام 1997، يتيح فرصة البحث في المواضيع والمجالات التي تخص الجزائر، ويضم عدة فئات للبحث، منها: الفنون، التربية، الأخبار، الصحة، المؤسسات الرسمية، المجتمع

والثقافة، المال والأعمال، الدليل الجغرافي، وسائل الإعلام، الرياضة، العلوم الإنسانية، العلوم والتكنولوجيا وغيرها.

وعنوان الموقع هو: <http://www.djazaironline.net>

ج- أخبار الجزائر: (algerianinfo)

هو محرك بحث لشركة جييكوس، تم إنشاؤه عام 1997، ويضم فئات البحث التالية:

وسائل الإعلام ومستجدات الساعة، الاقتصاد والتجارة، التربية والتكوين، الإعلام الآلي والانترنت، المؤسسات والسياسة، الأدلة، الطب والصحة، العلوم والتكنولوجيا، الثقافة والمجتمع، رياضة ومنوعات، إلى جانب فرق النقاش، الأحوال الجوية، النكت، الإعلانات وغيرها. ويتيح فرصة البحث باللغة الفرنسية، وعنوان المحرك هو:

<http://algeriainfo.com>

د- محرك adjazair

تملكه شركة BMGI الجزائرية، وتم إنشاؤه عام 1998، ويضم فئات البحث التالية:

-بورصة الجزائر، أسعار العملات، المستجدات ووسائل الإعلام، الفنون والثقافة، جمعيات، تجارة واقتصاد، تعليم، شركات، إعلام آلي، ويتيح فرصة البحث باللغة العربية والانجليزية وعنوانه هو: <http://edjazair.com>

هـ-الجزائر نات دي زاد: (eldjazair.net.dz)

وهو محرك بحث تابع لمركز البحث في الإعلام العلمي والتقني، ويضم فئات البحث التالية: المنشورات العلمية، الجامعات، المدارس، مراكز البحث، الجمعيات والوكالات، التظاهرات العلمية، محركات البحث الرئيسية، وعنوانه

هو: <http://www.cerist.dz>

و- دليل الجزائر: (algeria guide)

تم إنشاء هذا المحرك عام 1998 ، ويضم فئات البحث التالية: المؤسسات، الشركات، الجمعيات، التربية، الثقافة، الإعلانات، الحالة الجوية، ويقدم هذا المحرك فرصة الاستمتاع إلى مقطع النشيد الوطني وعنوان المحرك هو:

<http://www.Algeria guide.Com>

ز- بلانات دي زاد: planet-dz

هناك محرك آخر اسمه "بلانات دي زاد" مقره بباريس، تم إنشاؤه من طرف مجموعة انترناطين جزائريين وخواص مهتمين بالجزائر، ويقدم العديد من الخدمات التي تتمحور حول: الأحداث، الأدلة، البيع، الاتصالات، وعنوانه هو: <http://www.Planet-dz.com>

5-العراقيل التي تواجه انتشار الانترنت في الجزائر:

لقد كانت الانطلاقة الأولى لشبكة الانترنت في الجزائر متعثرة إلى حد ما، إذ واجه انتشارها وتطورها عدة عراقيل أهمها:

- 1- عراقيل تقنية: وتتمثل في قدرة الربط التي كانت ضعيفة جدا، ما جعل عدد المشتركين على المستوى الوطني عددا محتشما، وكانت تسبب صعوبات وبطء في الربط، ولم يتمكن مسؤولي مركز cerist من زيادة هذه القدرة إلا في سنة 1996م، بإضافة خط آخر يمر بمدينة باريس بالتعاون مع مصالح البريد والمواصلات، وبعدها ولأول مرة تمت عملية الربط عن طريق القمر الصناعي في أكتوبر 1998.¹
- 2- عراقيل قانونية: دخلت الجزائر عالم الانترنت في فترة يفتقد فيها مجال الإعلام والاتصال لنصوص وتشريعات حديثة تتلاءم مع التطورات الحاصلة، وكل ما وجد في هذا الإطار (قانون الإعلام لسنة 1990 وقبله 1982) لا يتطرق لا من قريب ولا من بعيد لمجال التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال.

وقد كرس هذا الفراغ القانوني وضعية الانفراد في مجال تقديم وتوفير خدمات الانترنت لمركز البحث في الإعلام العلمي والتقني، وظل هذا المركز الموفر الوحيد على المستوى الوطني لخدمات الانترنت إلى غاية سنة 1998، حيث صدر المرسوم التنفيذي رقم 98-257 المحدد لشروط وإجراءات إنشاء واستغلال خدمات الانترنت، ويبقى إلى حد الآن المرسوم الوحيد الذي يشرع استخدام الانترنت. وقد أعطى الحق لكل شخص مادي أو معنوي ذي الجنسية الجزائرية في أن يصبح موفرا لخدمات الانترنت.

¹حسبية قيدوم: مرجع سابق، ص46.

ورغم كونه الموفر الوحيد، فإن مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني لم يدخر أي جهد في تعميم انتشار شبكة الانترنت على مستوى الوطن، لاسيما في الأوساط العلمية والمهنية، وشرع منذ 1996م في إنشاء مناطق الربط الجهوية و الولائية لتخفيف الضغط على العاصمة الجزائر.¹

* دخول الكابل البحري للألياف البصرية الرابط بين الجزائر وإسبانيا حيز الخدمة:²

تم اطلاق نظام الكابل البحري للألياف البصرية الذي يربط شبكة الاتصالات الوطنية انطلاقا من وهران والجزائر العاصمة بالشبكة الاوروبية على مستوى مدينة فالنسيا. ويمتد هذا الكابل البحري الذي أطلقت عليه تسمية "أورفال/ألفال" (ORVAL/ALVAL) على أزيد من 770 كم من الالياف البصرية البحرية بقدرة 40 تيرابايت، إذ تم ربطه بمحطة الجميلة بالجزائر العاصمة وكذا بالمحطتين الجديدتين بوهران و فالنسيا.

وقد تم إدراج هذا المشروع في إطار المخطط الاستعجالي الوطني لتأمين البنى التحتية للاتصالات السلكية واللاسلكية، على إثر الحادث الذي تم تسجيله عام 2003م حيث كانت الجزائر تملك خطا دوليا واحدا فقط للاتصالات، حسبما علم لدى اتصالات الجزائر أوروبا. وبالإضافة إلى الرفع من القدرات الوطنية في مجال النطاق الترددي وضمان ديمومة الاتصال الدولي، سيسمح هذا المشروع كذلك بتنويع نقاط الهبوط بربطه بالشبكة الاسبانية، في حين تتواجد نقطة تقاطع غالبية الأنظمة البحرية العابرة للمتوسط والتي تخدم الدول الأفريقية بمدينة مرسيليا بفرنسا، حسب ذات المصدر.

كما أكدت اتصالات الجزائر أوروبا أنه على خلاف الأنظمة الأخرى التي تتصل بها الجزائر سواء تعلق الامر بـ SEAMW4 أو MEDEX، فإن أورفال/ألفال "منشأة جزائرية خالصة و ستستغل كاملة من طرف المتعامل العمومي الوطني من خلال مؤسسة اتصالات الجزائر على الاراضي الجزائرية، في حين ستستغله بإسبانيا اتصالات الجزائر أوروبا.

رغم كل هذه المعطيات التي تكشف مدى الاهتمام الحكومي والمؤسسي بمجال المعلوماتية، كشفت آخر الدراسات حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال، عن وجود تأخر كبير في اكتساب هذه الوسائل في الجزائر مقارنة بالمغرب وتونس، في دراسة مقارنة قدمتها كونفدرالية إطارات المالية والمحاسبة بوهران حول التكنولوجيا الحديثة

¹ المرجع نفسه: ص47.

² - وكالة الأنباء الجزائرية: دخول الكابل البحري للألياف البصرية الرابط بين الجزائر وإسبانيا حيز الخدمة، 05 ديسمبر 2019م.

وتأثيرها على الاقتصاد. حيث احتلت الجزائر المرتبة العاشرة في إفريقيا من حيث انتشار الإعلام والاتصال. والمرتبة الثانية من حيث ضعف تدفق الانترنت في العالم العربي بعد العراق.

أما ما يتعلق بتقنية الانترنت فإن الجزائر تتطور من خلال الربط بشبكة الانترنت، إذ تجاوز عدد الذين يستعملون هذه التقنية 20 مليون نسمة من مجموع العدد الاجمالي للسكان حتى جوان 2018م، في حين نسبة كبيرة من هؤلاء المستعملين يستخدمون هذه التقنية في منازلهم أو أماكن عملهم من خلال الهواتف الذكية أو في نوادي الانترنت المنتشرة عبر الوطن.

6-تفاعل الطالب الجامعي مع تقنيات الإنترنت:

تتطور تقنية الإنترنت يوما بعد يوم بشكل منقطع النظير، وتتسابق الشركات العالمية في طرح تقنيات متطورة في مجال الاتصالات وتقنية المعلومات، ومع دخول الإنترنت بكل هذه الإمكانيات الهائلة في مجال التعليم عن بعد، أصبح من الضروري لكل مشارك في هذا النوع من التعليم من أساتذة وطلاب ومصممين أن يلموا بمقدار مناسب منها، كل حسب حاجته، وتفاعل الطالب مع تقنيات الإنترنت يعني أن يتمكن الطالب من إدارة تقنيات الإنترنت والتحكم بها بمهارة.¹

ومن الضروري ملاحظة أن تفاعل الطالب مع تقنيات الإنترنت يلعب دورا مؤثرا على مقدرته على التفاعل في المحاور الثلاثة السابقة، فمتى ما كان الطالب يمتلك مهارة عالية في التعامل مع تقنيات الإنترنت المختلفة، فإنه سيتمكن بيسر وسهولة من الاتصال والتفاعل الإيجابي مع أستاذه وزملائه الطلاب والمادة العلمية، وفي حالة ضعف قدراته التقنية فإن هذا سيؤثر سلبا على مقدراته في التفاعل في المحاور الثلاثة المذكورة، بل إن عدم مقدرته على المنافسة في مجال التفاعل مع تقنيات الإنترنت ربما يؤدي إلى الانسحاب وإلغاء الدراسة.²

ومن الأنشطة التي ترفع مقدرة الطالب على التفاعل مع تقنيات الإنترنت بشكل فعال، إقامة لقاء في الأسابيع الأولى للدراسة بهدف تعريف الطلاب والأساتذة بالتقنيات المستخدمة في الدراسة عبر الإنترنت وممارستها وتجربتها بشكل عملي، كما أنه من الممكن أن يصمم كل طالب لنفسه صفحة واحدة للتأكد من الحد الأدنى لإلمامه بمهارات الإنترنت، مع إرفاق صورته الشخصية بها، ليتمكن الأستاذ من ربط الاسم بالصورة، وليتعرف

¹ - Hillman, D.; Willis, D.; & Gunawardena, C: **Learner-Interface Interaction in Distance Education: An Extension of Contemporary Models and Strategies for Practitioners**. The American Journal of Distance Education, Vol. 8(2). 1994, pp. 30-42.

² - عبد الإله بن حسين العرفج: التفاعل في التعليم الجامعي عبر الإنترنت من وجهة نظر طلاب وطالبات الجامعة العربية المفتوحة بالأحساء: المحاور الأربعة، المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل -العلوم الإنسانية والإدارية- المجلد التاسع - العدد الثاني، 2007م، ص191.

الطلاب على بعضهم البعض أيضا، كما أنه من الضروري جدا إذا لم يتمكن الطلاب من الحضور من توفير المساعدة التقنية المجانية عبر البريد الإلكتروني أو من خلال الاتصال الهاتفي المجاني.¹

وإضافة لما سبق، فإن إقامة الأنشطة وورش العمل التي تعنى بالتقنية داخل الفصل الدراسي ومعامل الحاسب الآلي تحت إشراف تقنيين متخصصين، من الأمور المهمة جدا لضمان تمكن الطالب والأستاذ معا من اكتساب المهارات التقنية الضرورية، ولضمان مقدرة الطالب والأستاذ علي التواصل والتفاعل فيما بينهما لاحقا، كما أن إقامة الدورات التدريبية المتخصصة في هذا المجال، ودراسة المقررات الدراسية المتخصصة بالتقنية ومجالاتها وكيفية استخدامها من الوسائل المفيدة في هذا المجال.²

7-الشباب والعلاقات الاجتماعية عبر الانترنت:

أبدى الدارسون المهتمون باستخدامات تكنولوجيايات الاتصال تخوفاتهم من إمكانية تأثر الروابط الاجتماعية بين الأفراد بفعل ظهور هذه الطرق والقنوات الحديثة للاتصال، التي قلبت التواصل في المجتمع رأسا على عقب، بعد أن جعلت الحضور الفيزيائي أو الحضور الاجتماعي و التقارب الجغرافي، والتوافق الزمني، والتماثل الثقافي، أمورا لا يشترط توفرها لإقامة التواصل بين الأفراد. حيث أصبح الأفراد داخل البيئة الاتصالية الجديدة يتمتعون بقدرة على خلق فضاءات اتصالية افتراضية يلتقون فيها ظرفيا كأسلوب تعبيرى جديد، يمكنهم من الاتصال بالآخرين ومع تزايد الاعتماد على هذه الفضاءات الافتراضية بدأت تتجلى العديد من التساؤلات حول ما إذا كان انتشار العلاقات الافتراضية الناتجة عن استخدام الانترنت يؤثر سلبا على العلاقات الاجتماعية التقليدية في المستقبل أو يساهم في دعمها وتقوية روابطها.³

والانترنت لها دور كبير في عزل الأفراد اجتماعيا وتفكيك العلاقات بين الأفراد في المجتمع، فقد أصبحوا يقضون وقتا طويلا في التعامل مع الكمبيوتر والانترنت بطريقة لافته، بما ينطوي عليه ذلك في كثير من الأحيان من حاجة إلى العزلة عن الآخرين خلال فترة الاستخدام، الأمر الذي يؤدي بدوره إلى إشاعة حالة من العزلة الاجتماعية، وبالتالي إيجاد نوع من التفكك الاجتماعي، خاصة في ظل انتشار انماط جديدة من القيم

¹- Miltiadou, Morios & McIsaac, Martina: **Problems and Practical Solutions of Web-Based Courses. Lessons Learned from Three Educational Institutions.** Paper presented at SITE 2000: Society for Information Technology & Teacher Education International Conference, San Diego, California. ERIC L'Ecument Reproduction Services: ED 444471. (8 - 12, February 2000)

² - Hillman, D. Willis, D. & Gunawardena, C : Op.Cit, pp 30-42

³ - مريم نوبمان نومان: مرجع سابق، ص 104.

والسلوكيات المستحدثة في المجتمع العربي كله. ويشير المتخصصون في هذا الصدد، إلى ما بات يطلق عليه انطوائية الكمبيوتر "Computer Phylia" وتوجد هذه الحالة عندما يستمر الشخص في الجلوس أمام الحاسوب ساعات طويلة كل يوم بشكل يشبه مدمني القمار، طبعاً مع استثناء الأشخاص الذين يستدعي عملهم ذلك، وقد توجد هذه الحالة لدى الأفراد الانعزاليين ذوي الشخصيات الانطوائية أو الأشخاص الذين يرغبون في الهروب من ظروفهم ومشكلاتهم الحياتية، فيلجأ هؤلاء إلى الحاسوب ليفرغوا فيه طاقتهم وهمومهم، فضلاً عن الإجهاد والتوتر النفسي الذي ينتج من استخدام الحاسوب لفترات طويلة.

ويرى "Wellman" وآخرون أن استخدام الانترنت قد يتدخل في الكثير من الأحيان في الاتصال داخل المنزل، وخلق ما يعرف بـ "مابعد الأسرة"، عندما يصبح أعضاء الأسرة يتفاعلون مع الكمبيوتر بدلاً من تفاعلهم مع بعضهم البعض، هو وجه من التأثير السلبي على التفاعل داخل الأسرة. حيث يرى البعض¹ حسب ما كشفت عنه دراسة 'Pew Research Center s Internet & American Life Project' بأن الوقت الذي يقضونه مع الانترنت، يسرق الكثير من الوقت الذي يفترض أنه مخصص للاتصال وجها لوجه والانترنت في العادة تعزز علاقات غير قوية، هذا إلى جانب أن الدخول إلى الانترنت يعرض المعلومات الشخصية إلى الخطر.

المبحث الثاني: الشباب، السمات والخصائص والعلاقة مع مواقع التواصل الاجتماعي

1- مفهوم الشباب:

إن الفعل من الشباب هو شب، والجمع شباب وشبان وشبيبة والمؤنث شابة والجمع شابات وشباب وشوائب من كان في سن الشباب.

ومفهوم الشباب كما جاء في معجم لسان العرب "لابن منظور" وغيره من المعاجم العربية تعني الفتوة، والفتاء بمعنى الحيوية والقوى الدينامية، وكلمة شب من شبيب وأن الشباب هو الفتاء والحادثة، وشباب الشيء أوله.²

¹ - Angelo Antoci and al. **See you on Facebook**: the effect of social networking on human interaction, 2010, p06.

² - ابن منظور، **لسان العرب**، إعداد وتصنيف دراسات العربي، بيروت، (د ت)، ص 257..

وتفيد القواميس الانجليزية أن كلمة "youth" تعني كون الشيء الحي حيويا طازجا أو الفترة الأولى من حياة المرء أو فترة البلوغ إلى اكتشاف النمو التام أو المراهقة، أو أول فترة مبكرة من كل شيء.¹

والتحديد المقبول لفترة الشباب، هو تحديد الفترة التي يجتازها الفرد بين مرحلة الطفولة ومرحلة الرشد، والتي تحقق خلالها النضج الجسمي والعقلي والانفعالي والاجتماعي. وتمتد هذه المرحلة من بدء البلوغ وظهور علاماته الأولية والثانوية إلى زواج الشخص وتحمل مسؤولياته كرجل ناضج راشد، وبالرغم من الفروق الفردية والثقافية التي تؤثر في تحديد المدى العمري لمرحلة الشباب من سن الخامسة عشرة إلى سن الخامسة والعشرين وبالنسبة للغالبية من أبناء المدن الذين ساروا سيرا طبيعيا في نموهم وتعليمهم.²

كما نجد أيضا أن الشباب الجامعي يشكلون شريحة عمرية محددة بيولوجيا ونفسيا واجتماعيا، ومن خلال هذا التحديد نجدها تتميز ببعض الخصائص التي تجعلها تختلف في طبيعتها عن مراحل الشخصية السابقة واللاحقة لمرحلة الشباب، هذا الاختلاف لا يعني فصل المرحلة عن المراحل الأخرى، وإنما هي مكملتها لما قبلها. كما أنها امتداد للمرحلة التالية لها، وعن النمو الاجتماعي فتتسم هذه المرحلة بتقديرهم للقيم الأخلاقية وأن هذا يرتبط إلى حد كبير على ما تقوم به الأسرة والجامعة من تدريب خلقي.

2- خصائص الشباب الجامعي: نستطيع القول أن الشباب الجامعي ينطبق عليه ما ينطبق على الشريحة الشبابية عموما من خصائص، إلا أن ثمة خصائص قد يتفرد بها الشباب الجامعي باعتبارهم ينتمون لنسق تعليمي معين، ويتهيئون لشغل مكانة اجتماعية معينة، تفرض عليهم إدراكا أكبر لمختلف ما يحدث في المجتمع المحيط بهم - وخاصة المشكلات المجتمعية - ومن ثم تميزهم بمجموعة من الخصائص التي تتحدد في ضوئها درجة مشاركتهم في التعامل مع هذه المشكلات، ومن أهم الخصائص المميزة للشباب الجامعي ما يلي:³

-الفاعلية والدينامية: وتتولد هذه الفاعلية لما يصل إليه الشاب الجامعي من نمو واكتمال للتكوين البيولوجي والفسيولوجي من ناحية، وما يؤدي إليه النمو النفسي والاجتماعي من ناحية أخرى. فالمرحلة الجامعية تجمع بين خاتمة المراهقة واستهلال الشباب، وتتجلى فيها بشكل واضح مظاهر التعبير عن الاقتراب الشديد من الرجولة أو الأنوثة الكاملة، هذا بالإضافة إلى ما تتسم به هذه المرحلة من تفتح الاستعدادات العقلية وتمايز الميول

¹ - مصطفى طلال عبد المعطي: أبحاث في علم الاجتماع نظريات ونقد، ط1، دار هادي، دمشق، 2002، ص 189

² - زكريا الشربيني، الشباب بين صراع الأجيال المعاصر والهدى الإسلامي، دار الفكر المعرفي، الأردن، ط1، 2007، ص 34.

³ - عباس متولي: المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالقيم لدى الشباب الجامعي، بحوث المؤتمر السنوي لعلم النفس، الجمعية المصرية للدراسات النفسية، 1990م، ص 137.

والاتجاهات، وهو ما يؤدي إلى بداية تهيئة الشاب الجامعي لشغل الدور الاجتماعي وتقلد المسؤوليات الاجتماعية.

-القلق والتوتر: يرجع مصدر هذا القلق لطبيعة المرحلة الفاصلة بين إعداد الطالب للدور الاجتماعي، وتقلده لهذا الدور والقيام به، وما يصاحب ذلك من خيارات تفرض عليه وقد لا تلائمه، ويبدو ذلك بوضوح في اختيار نوع التعليم ووجهته، فكثيرا ما يقع الشباب الجامعي تحت وطأة القلق والتوتر نتيجة لفرض تطلعات لا يرغبها، وينشأ القلق والتوتر من مصدر آخر أيضا، يتمثل في غموض المستقبل المهني الذي ينتظر الشباب الجامعي. فإذا كان شبح التنسيق يطارده قبل التحاقه بالجامعة، فإن شبح القوى العاملة ينتظره بعد التخرج. هذا إلى جانب أن هناك عامل آخر يؤكد خاصية القلق لهذه الفئة العمرية، ويتمثل في أن الشباب دأبوا على رفض المتغيرات المستقرة والمألوفة.¹

كذلك يتميز الشباب الجامعي بخصائص أخرى تشمل:

أ-الخصائص الجسمية:

إن نقطة البداية في تحول الفرد من مرحلة الطفولة إلى الشباب هي البلوغ، ويستخدم للإشارة إلى المظاهر الفيزيولوجية للنضج الجنسي، وتتميز هذه المرحلة بظهور معالم جسمية وفسيولوجية معينة سواء عند البنين أو البنات، والناحية الجسمية تتميز بالاستمرار في النمو نحو النضج الكامل، مع التخلص من الاختلال في التوافق العضلي العصبي، كما أن المنازعة ضد الأمراض العضوية الخطيرة تكون في هذه المرحلة أقوى منها في المراحل الأخرى، ويزداد الطول والوزن وتتغير نسب العلاقات بين أجزاء الجسم المختلفة، حيث تبلغ أوج نضجها وتنضج قوة الجسم، وتحاول الغرائز التعبير عن نفسها بالإضافة إلى التغيرات الأخرى في الشكل والصوت والطاقة التي يتمتع بها الإنسان.²

* الاهتمام بالمظهر: حيث يهتم الشباب في هذه المرحلة بمظهره وشعبيته ومستقبله وميله للجنس الآخر، واتساع علاقاته الاجتماعية.

* الرهافة: التي تعني شدة حساسية الشباب الانفعالية المختلفة، وذلك نتيجة للتغيرات الجسمية السريعة التي يمر بها في أول هذه المرحلة، واختلال اتزان الغددي الداخلي.

¹ - Bettetheim, L.V : **Ethnic Tolerance: Function of Social and Personal**. Control Basic Studies in Social Physiology. Doers Press, 1986, P. 50.

² - نورهان منير حسن فهمي: القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1999م، ص 244- 245

* الحدة والعنف: حيث يثور لأتفه الأسباب، ويلجأ لاستخدام العنف ولا يستطيع التحكم في المظاهر الخارجية لحالته الانفعالية.

ب- الخصائص الاجتماعية: يتصف الشباب في هذه المرحلة بـ:

1- التحرر: وهو تفسير يشيع بين خبراء التربية وعلماء الاجتماع، وإن كان لا يعتبر سائدا بينهم وتقوم ركيزته الأساسية على أن الكبار مخطئون عندما يفترضون أن لديهم الخبرة الكافية لتوجيه الشباب، وأنهم يستغلون مراكزهم في السلطة لتقييد تلقائية الشباب، وهم يتبنون تقاليدا لم تعد تلائم العصر الجديد وهم ينكرون معرفة مكانة الكبار وحتى المراهقة المعاصرة.¹

2- التقليد والتغيير: إن شريحة الشباب هي الشريحة ذات الفاعلية العالمية في جانب إحياء التراث وتجاوز الانحياز، فقد تلعب دورها في فرض الانحياز حينما تغترب لتستوعب قيما غريبة على تراثها، يحدث ذلك تحت وطأة ميلها إلى التغيير والتجديد وتطوير المجتمع، وقد تلعب هذه الشريحة دورها في عملية الإحياء أو الصحوة أو التجديد من داخل التراث، لكونها الأكثر قدرة على البعث والتغيير، ولأنها الأقل التزاما بما هو قائم ومتوارث في الحاضر، ومن ثم فبحثها في التراث وبعثها لبعض عناصره ليس إلا نوعا من التجديد.²

كما أن الشباب في الجامعات هم الشريحة العمرية التي تميل عادة إلى التجديد والتغيير، لأنهم أكثر خصومة مع الواقع والأشد رفضا له، لكونهم الأكثر معاناة من عدم إشباع حاجاتهم الأساسية. ومن هنا كان الشباب أكثر تجاوبا مع مستلزمات التغيير، وأكثر فئات المجتمع قدرة على العطاء السخي بهدف تحقيق الذات وإثبات القدرة على تحمل المسؤولية.

ج- الخصائص النفسية:

الشباب مرحلة عمرية يمر بها الفرد ويحتاج فيها إلى الاستقلالية والفردانية في بناء ذاته وشخصيته، والشباب في هذه المرحلة يمتلك حسا استكشافيا وخياليا كبيرا، يرفض املاءات وضغوطات الآخرين، ويريد دوما أن يتعرف على العالم الخارجي بطريقته الخاصة.³

¹ - فرد ميلسون: الشباب في مجتمع متغير، ترجمة يحي مرسى عيد بدر، دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية، 2007م، ص 132.

² - على ليلة: الشباب العربي ورادة التغيير من داخل التراث، المكتبة المصرية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2005م، ص 59.

³ - Janis, Wolak : Escaping or connecting ? Characteristics of youth who form close online relationship, Journal of adolescence, Academic Press, 26, 2003, pp 105-119

وهناك العديد من الخصائص النفسية تصاحب مرحلة البلوغ عند الشباب، ويجب أن تأخذ في الحسبان عند التعامل مع الابن ومنها:

- 1- النمو الفكري، حيث يفسر المراهق الأمور على هواه بغض النظر عن خطأ أو صحة هذه الأمور.
- 2- العناد والاستقلالية، فكثير من الشباب يتسمون في هذه السن بالعناد والرفض، وأيضا للاستقلالية التي لا بد وأن يحترمها الأبوان وكافة أفراد العائلة.
- 3- التمرکز حول الذات والانشغال بشكل الجسم: مثال ذلك الوقوف أمام المرأة لساعات طويلة.
- 4- النمو اللغوي، المتمثل في كثرة الكلام والحديث باستمرار عما يفعل ويقوم به وما يتمناه، ونجده دائما يرفض النصائح والنقد الموجه إليه.
- 5- النمو الانفعالي، مثل زيادة الحساسية والغيرة والرغبة في زيادة مسار الحب وقد يوجهها بطريقة خاطئة إلى صديقته أو مدرسته.
- 6- النمو الاجتماعي والتأثر بالأصدقاء ومفاهيمهم حتى لو لم يكن مقتنعا بأفكارهم.

ومن هذه الخصائص المميزة للشباب الجامعي نجد محاولة التخلص من الضغوط وألوان التسلط الاجتماعي المختلفة، النظرة المستقبلية، ووجود ثقة شبابية تسود بين الشريحة الشبابية وبخاصة شباب الجامعات، القابلية للتشكل، والحماس الشبابي المتزايد.¹

ومن بين الآثار النفسية التي تسببها الأوقات المتواصلة داخل المجتمع الافتراضي، الإصابة بالإحباط النفسي، والإحساس بالقلق بسبب قضاء أوقات طويلة، ولا سيما إذا كان هذا الاستعمال عشوائي، أي دون هدف محدد مسبقا، أو إذا أجرى نقاشا في موضوع تافه لا ينفع كالمواضيع الإباحية، فإنه من دون شك سيشعر في الأخير بالذنب وتضييع المال والوقت، وهو ما يؤدي به إلى الشعور بالإحباط النفسي والمعنوي.²

3- حاجيات الشباب الجامعي: يواجه الشباب الجامعي في الوقت الحالي العديد من المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي يمر بها المجتمع العالمي، دون تفرقة بين المجتمعات أو دون تمييز بين المواقع الجغرافية. بل إن جميع شباب العالم يتأثرون بتلك المتغيرات التي تلقي بظلالها على المجتمعات التي تتفاوت درجة تأثيرها من مجتمع إلى مجتمع آخر، ومن خلال هذا العرض نحاول أن نقدم معالم حاجيات الشباب بشكل عام والشباب الجامعي الجزائري على وجه الخصوص.

¹ - كيورد إنجي أشرف: الشباب الجامعي ومشكلاته النفسية في ظل تحديات المجتمع (متوفر على الخط)

https://www.neneonline.club/2013/09/blog-post_7507.html (ت د) 2020/06/22 سا 15.00

² - Brey, P. (January, The Social Ontology of Virtual Environments. American Journal of Economics and Sociology, Vol. 62, No. 1, (2003). p99

تعرف الحاجة بأنها: الفجوة بين ما ينظر إليه ويتطلع إليه على أنه مستوى ضروري ولازم وما يمكن تحقيقه بالفعل . وتعرف على أنها "حالة عدم توازن يشعر بها الفرد أو الجماعة أو المجتمع نتيجة الإحساس بالرغبة في إنجاز هدف معين، وهذا يحتاج بدوره إلى توافر ظروف وإمكانات معينة. وتتميز حاجات الشباب الجامعي بعدة خصائص أهمها ما يلي:¹

- أ. لا نهائية الحاجات: أي أنها غير محصورة العدد وغير قابلة للوقوف عند حد، فهي في تطور مستمر.
 - ب. تختلف وسائل إشباع الحاجة من وقت لآخر ومن مجتمع لآخر.
 - ج. تتميز حاجات الشباب الجامعي بقابليتها للإشباع.
 - د. الحاجات متجددة: بمعنى أن الحاجة لا تزول تماما بل تتجدد بعد فترات متفاوتة.
 - هـ. الحاجات متنوعة: فهناك على سبيل المثال حاجات مادية وأخرى معنوية، وهناك حاجات نفسية واجتماعية وجسمية ومعرفية.
 - و. تختلف درجة أهمية الحاجات من حاجة إلى أخرى.
- وهناك حاجات أساسية يشترك فيها الشباب بصفة عامة. وبالرغم من ذلك فإن هناك حاجات أساسية للشباب الجامعي طبقا للخصائص المميزة لهؤلاء الشباب، ويمكن عرض وتوضيح هذه الحاجات فيما يلي:²
- **الحاجات الجسمية:** وهي تلك الحاجات اللازمة لحياة الشباب الجامعي، والمتمثلة في بناء جسمه والتمتع بحالة صحية جيدة مما يتطلب تغذية مناسبة، وممارسة أنشطة تتوافق مع قوة البنية، كما يقابل نشاط الغدد الجنسية حاجات لممارسة الجنس وإشباع الشهوة، مما يتطلب اتخاذ التدابير التربوية المناسبة لمواجهة ذلك.
 - **الحاجات النفسية:** وهي الحاجات الخاصة بتحقيق الصحة النفسية للشباب الجامعي، وتحقيق توافقه النفسي في المجتمع، وتتضمن تلك الحاجات ما يلي:³

➤ الحاجة إلى تأكيد الذات واستقلالها ويتضمن هذا الحصول على الاعتراف بالاستقلال عن الوالدين.

➤ الحاجة إلى الحب والقبول والتقبل المتبادل بين الشاب الجامعي ومحيطه الاجتماعي.

¹- مُجّد العوض مُجّد: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تناول قضايا الشباب الجامعي - دراسة تطبيقية - أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم العلاقات العامة والاعلان، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2014م، ص 105.

²- Green: **Education Psychology Prentice**, hoh, New Jersey Lowodehiffs, 1994, p 40.

³- مُجّد العوض مُجّد: مرجع سابق، ص 106.

الحاجة إلى الشعور بالأمن والتفاعل الإيجابي مع الآخرين وضبط النفس في مواجهة المثيرات، والتخفيف من القلق والاضطراب الذي يعيشه الشباب الجامعي بسبب التفكير في المستقبل والزواج وتكوين أسرة أو بسبب التفاعل مع الآخرين وانعكاسه على الذات.

- الحاجات المعرفية: وهي الحاجات المتصلة بتنمية الإدراك والانتباه وممارسة التخيل والتفكير الصحيح والربط والاستنتاج وتوظيف القدرات العقلية في عمليات الفهم والتفسير واكتساب المعرفة والثقافة واكتساب الخبرات والمهارات، ويتضمن ذلك الحاجات التالية:

- الحاجة إلى اكتساب المعرفة والثقافة والخبرات التعليمية.
- الحاجة إلى توفير وسائل و برامج اكتساب الثقافة من مصادرها المختلفة.
- الحاجة إلى فهم الشاب الجامعي لأبعاد شخصيته وفهم ما لها من استعدادات ومواهب وقدرات وميول عقلية وفنية ورياضية واجتماعية، واختيار نوع الدراسة والهواية والمهنة المناسبة لتلك الاستعدادات والمواهب والقدرات والميول.
- الحاجة إلى إتاحة فرص التعبير والمناقشة الموضوعات والمسائل الشخصية والعامة في إطار الفهم والتقدير من جانب الكبار.

-الحاجات الاجتماعية:¹ من بين الحاجيات الاجتماعية للشباب نجد:

- الحاجة إلى الاعتراف الاجتماعي بتجاوز مرحلة الطفولة والانتماء إلى فئة الراشدين.
 - الحاجة إلى الحب وتقاسم المشاعر مع الآخرين.
 - الحاجة إلى لعب دور ذي معنى وأهمية في الحياة.
- هذه الحاجات لا تظهر تلقائيا أو فطريا بل تمليها المرحلة العمرية للشباب وما تحمله من تغيرات فيزيولوجية ونفسية وسلوكية.

وثمة مشكلات وقضايا معاصرة تهم الشباب يمر بها المجتمع، ينتظر الشباب ويتوقع من المجتمع الإجابة عنها وحل إشكالاتها، وذلك من خلال سياسة متكاملة تهدف إلى:

* توفير مناصب عمل بدخل محترم، وضمان صحة شخصية خالية من الاعتلال والمرض.

¹ - حجازي عزت: الشباب العربي ومشكلاته، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والآداب، الكويت، 1985م، ص 50.

* الأمن الاجتماعي بعيدا عن الفقر والانحراف والتطرف والإدمان.

* مواكبة مقتضيات عصر العولمة بمستوى عال من الوعي.

* الدفاع الاجتماعي ضد الجريمة والتشرد والاعترا ب.

وفي هذا الاتجاه تتحدد الرؤية المعاصرة لدور الشباب في التنمية الشاملة والأمن الإنساني، وذلك من خلال الوقوف على حاجاتهم في ظل البناء التنموي، خاصة لما يتعلق الأمر بالمشاركة في العمليات التنموية، لأنه وفق منظور توسيع المشاركة يتعزز مبدأ المواطنة بشقيها الحقوق والواجبات، كما يعزز مبدأ الانتماء والولاء للوطن ككل.

بالإضافة إلى تعزيز مكانة الشباب في المجتمع من خلال إحداث تغييرات جوهرية تشمل الهياكل الاجتماعية والاقتصادية والثقافية من خلال التنمية بمفهومها الشامل، عن طريق توظيف إمكانيات وطاقات المجتمع ككل، حيث أنه لا يكفي الاعتراف من الناحية الشكلية بحاجة التنمية إلى جهود وطاقات جميع الفئات الاجتماعية، بما فيها الشباب والسعي المتواصل لإتاحة الفرص أمامهم في مجالات التعليم والعمل والسياسة، والاعتراف بأن المفهوم الشامل والمستدام للتنمية لا يكتب له التجسيد والنجاح إلا من خلال إشراك جميع الفاعلين في المجتمع. خاصة الشباب ولا يمكن أن تكون مساهمة ومشاركة الشباب في الفعل التنموي اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا إلا من خلال تحديد منطلقات واضحة المعالم للبناء التنموي.¹

4- علاقة الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي:

يمثل الشباب فئة عمرية لها دورها وأهميتها داخل المجتمع، ونظرا لأنها تحمل في طياتها الأمل في البناء والمستقبل الزاهر لأمتنا، لما تمتلكه من القدرة والحيوية على العمل والتغيير نحو الأفضل فيما يخدم المجتمع، من خلال ما يمكن أن يكتسبه الشباب من الإستخدام الموجه والمدرّس لمواقع التواصل الاجتماعي، من المهارات والخبرات والقدرات الاجتماعية المفيدة والتي توجد وتنمي المسؤولية الاجتماعية فيهم، وتجعل منهم منتجين نافعين. ومن أجل ذلك يمكن أن تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا مهما في تنمية الوعي الاجتماعي، وذلك من خلال قيام المجموعات الشبابية بإنشاء صفحات خاصة بهم على هذه المواقع، يتبنون فيها قضية اجتماعية تقع في صلب اهتماماتهم، فيعملوا على نشرها والدفاع عنها بإستخدام مهارات التواصل والمناصرة و

¹ - يزيد عباسي: مشكلات الشباب الاجتماعية في ضوء التغيرات الاجتماعية الراهنة في الجزائر، دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم العلوم

الاجتماعية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2015-2016م، ص 129.

الضغط. لذا يتم التركيز على مرحلة الشباب باعتبارها المرحلة الحاسمة في تقدم المجتمع أو تأخره، إذ تعد الأنشطة المختلفة التي يمارسها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي سواء كانت أنشطة ثقافية أو إجتماعية أو فنية، من الأمور المهمة من خلال تنميتها للقيم و المعايير الإجتماعية في نفوس الشباب. ويمكن بذلك أن تحقق شبكات التواصل الاجتماعي الوعي الاجتماعي من خلال مراعاة الأهداف التالية:¹

- أن يدرك الشباب العربي أهمية دوره في المجتمع من خلال الحقوق و الواجبات.
- أن تنمي الشبكات الاجتماعية الإحساس لديه بأهمية المشاركة الاجتماعية.
- أن ينمي الشاب الإحساس بالمسؤولية نحو الذات من خلال الاشتراك في إنشاء صفحة على الفيس بوك تتناول قضية اجتماعية.

وقد تنبه الدارسون لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في صقل شخصية الشباب وتنميتها، وبخاصة أن الدراسات التي أجريت في عام 2010م، دلت نتائجها أن عدد المستخدمين العرب لموقع "الفيس بوك" يصل الى 15 مليون شخص، و في مصر وحدها بلغ عدد المستخدمين 3,5 مليون بنسبة 4,5 بالمئة من إجمالي عدد السكان، و قد دلت الدراسات الحديثة أن عدد المستخدمين العرب يزداد بمعدل مليون شخص كل شهر، و من المفارقات اللافتة أن عدد مستخدمي "الفيس بوك" العرب يفوق عدد قراء الصحف في العالم العربي، و قد يرى بعضهم أن رعاية الشباب تتمثل في توفير ألوان من النشاط أو الخدمات أو إقامة المؤسسات الرياضية و الاجتماعية لشغل وقت الفراغ. بيد أن هذه الرعاية لا تمثل سوى جزء من احتياجات الشباب في ظل ما توفره التكنولوجيا الحديثة من إمكانيات ضخمة يمارس من خلالها الشباب نشاطات مختلفة تؤثر في سلوكهم و أنماط شخصياتهم. فالسلوك الإنساني عبارة عن العمليات التي تتم بين الفرد بكل مكوناته العقلية والنفسية و الاجتماعية، والوسط أو البيئة بكل ما يتوفر فيها من ظروف و مواقف و عناصر اجتماعية و ثقافية. و هو أساس التفاعل بين الأفراد و الجماعات والمجتمعات.²

إن الربط العلائقي بين الشريحة الشبانية وهذا الوسط الافتراضي، يرجع إلى النسبة الكبيرة التي يظهر بها الفاعلون الشباب في هذا الوسط، حيث يعتبر موضوع البحث في العلاقة بين هذه الفضاءات والشباب من المواضيع الأكثر تناولا في جل بلدان العالم، لكون الشباب يمثل الشريحة الاجتماعية الأكثر استهلاكاً لهذه

¹ - نادية بن ورقلة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 5، العدد 11، 2013، ص 208-210 <https://www.asjp.cerist.dz/en/login> ت د 2018/10/10

² - وطفة علي أسعد: التحديات السياسية و الاجتماعية في الكويت و الوطن العربي بحث في مضامين الوعي السياسي عند طلاب جامعة الكويت، مجلة عالم الفكر ، الكويت ، العدد 3، المجلد 31 مارس 2003.

الفضاءات. فالشباب اليوم يوصف بجيل الابهام، أو بجيل الترحال، وتوفر مختلف الوسائط الجديدة بصفة عامة فرصا للاتصال التي يدمجها الشباب في حياته اليومية للحفاظ على الروابط الاجتماعية والعلاقات وتشكيلها وتعزيزها، ومع ذلك فإن ازدياد شعبية وسائط الاتصال لم تعوض أشكالا أخرى من الاتصال، لأن الشباب يستخدم أكثر من وسيلة في نفس الوقت. ولقد عالج الباحثون العلاقة بين الشباب والفضاءات الافتراضية من منظورات مختلفة وفي سياقات ثقافية متباينة، مما سمح بإعادة النظر في العديد من المفاهيم والتصنيفات والوصول إلى استنتاج تدعمه الكثير من المعطيات الميدانية، مفاده أن هذه الفضاءات تشكل الشباب وبدوره يشكل الشباب هذه الفضاءات. إذ يلاحظ أن الشباب في جميع بلدان العالم، يتميز بألفة أكثر بالانترنت والهاتف المحمول و...، وهو القوة الأولى المتبينة لمختلف التكنولوجيات الجديدة¹، والتي تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أحد نتائجهما. فالشباب يظهر رغبة ملحّة في التعبير الحر عن نفسه، وتكمن فيه استعدادات التمرد عن الثقافة والتقاليد السائدة، وبالتالي يتبع الشباب استراتيجيات استخدام خاصة به لتبني الفضاءات الافتراضية وتكييفها من أجل الإبداع الثقافي والاتصال الاجتماعي².

فالشباب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يستفيد من الأنشطة و البرامج المتاحة له ويتفاعل مع غيره من الناس من خلال هذه الأنشطة، و بذلك يتبادل أنواعا من السلوك الإنساني مع غيره فيفيد و يستفيد من غيره و يتعلم أنواعا من السلوك، و يكتسب خبرات إيجابية من خلال ذلك التفاعل، ويحاول أن ينمي لنفسه الإحساس بالمسؤولية والاعتماد على الذات من خلال هذه العمليات والأنشطة. وهو يقوم بذلك من خلال المشاركة مع الآخرين من الجماعات الأخرى على صفحات الفيس بوك، فالجماعة هي وحدة اجتماعية مكونة من مجموعة من الأفراد ترتبط بينهم علاقات اجتماعية ويحدث بينهم تفاعل اجتماعي متبادل، فيؤثر بعضهم في بعض، كما يعتمد بعضهم على بعض.

ومن هنا تتضح أهمية التفاعل مع الآخرين، من خلال الأنشطة المختلفة بين الجماعات التي يمكن تكوينها من مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تتخطى الحواجز و الحدود لإحداث التأثير والتأثر واكتساب الخبرات وتنمية المسؤولية في الذات من خلال هذه الأنشطة و التفاعل بين الأفراد. إذ تعد النشاطات الاجتماعية ضرورة ملحّة

¹ - السعيد بومعيرة، المعولم والخلي في الدراسات الاتصالية لدى الشباب الجامعي الجزائري - دراسة ميدانية-، دراسة مقدمة في الملتقى الدولي : الشباب والاتصال والميديا، تونس، 2010، ص 209.

² - فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة، مجلة الجامعة، العدد 79، المملكة العربية السعودية، 2014،

تتطلبها مرحلة الشباب بصورة خاصة، فهي تعتبر مصدرا من مصادر الكشف عن مواهب الشباب و إمكانياتهم وميولهم في شتى مجالات الأنشطة الثقافية والاجتماعية.¹

وتعد الأنشطة المختلفة التي يمارسها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي، سواء كانت أنشطة ثقافية أو اجتماعية أو فنية، من الأمور المهمة جدا لإيجاد و تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب و تنميتها، وإيجاد المواطن الصالح من خلال غرس و تنمية القيم و المعايير الاجتماعية في نفوسهم.²

وبناء على ذلك فإن مواقع التواصل الاجتماعي، تتيح للشباب فرص التعليم و القيام بمسؤولياتهم الاجتماعية المنوطة بهم داخل المجتمع. وذلك من خلال أدوارهم التي يقومون بها داخل الأسرة و المجتمع، لذا كان من الضروري القيام بالبحث عن كيفية تنمية قدرات الشباب و توجيه استخدامهم لهذه المواقع، و إكسابهم المهارات اللازمة لإيجاد المسؤولية الاجتماعية لديهم و تنميتها من خلال الأنشطة و البرامج المختلفة التي يمكن أن توفرها هذه المواقع. ومدى الاستفادة منها في بث روح المسؤولية، وزيادة الخبرات والمهارات والاعتماد الذاتي و الاجتماعي داخل الحياة، من خلال الإدلاء و المشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم و اهتماماتهم و مشاعرهم و صورههم الشخصية و لقطات الفيديو الخاصة بهم. و لذلك فإن الهدف من هذا هو جعل العالم مكانا أكثر انفتاحا.

هذا و قد دفعت الانترنت الشباب العربي إلى المشاركة الفعالة في مناقشة قضايا الشأن العام والتعبير عن نفسه بكل حرية، وبمناى عن قيود البيئة التسلطية التي رسختها معظم النظم الحاكمة، فأتاح هذه البيئة الجديدة فرصا جديدة لم تكن موجودة للشباب المهمش، والشباب المنتمي الى أقليات سياسية و عرقية على نحو تحول معه الفضاء الإلكتروني الى مجتمع مصغر يناقش تنظيم مواقعهم أو مدوناتهم.

وفي تقرير أصدرته وحدة مختبر المستهلك في شركة "إريكسون" لسنة 2015م، تنامي استعمال الانترنت في الجزائر إلى " تزايد استخدامه داخل أوساط الشباب الذين أصبحت عاداتهم الاستهلاكية مماثلة لعادات نظرائهم في أوروبا وأمريكا" وأفاد التقرير أن ارتفاع استخدام الانترنت يقف وراءه الشباب، ممن تتراوح أعمارهم بين 15 و 24 سنة، إذ تزداد عادات استخدامهم الأسبوعي لخدمات الانترنت والتطبيقات الذكية، وقال التقرير أن الجزائر على غرار كل من المغرب وتونس، أصبحت تشهد تحولات عميقة على مستوى توجهات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بفضل الشباب الذين ترتفع وسطهم نسبة الولوج إلى الانترنت إلى 70 في المائة. وسجل

¹ - نادية بن ورقلة: مرجع سابق.

² - شفيق أحمد : الإنسان و المجتمع مقدمة في السلوك الإنساني و مهارات القيادة و التعامل، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1997.

التقرير أن 97 في المائة من أصحاب الهواتف الذكية في المغرب العربي والجزائر تحديدا، يستخدمون تطبيقات الهواتف النقالة، من أجل ولوج الشبكات الاجتماعية بالدرجة الأولى.¹

5- أسباب ودوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي:

- بدأ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة بشكل واسع، ومن أهم أسباب الاستخدام ما يلي:²
- ◀ تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لسهولة التواصل بينهم وبين الأستاذ حيث تستخدم هذه المواقع لأغراض الدراسة، كإعداد المشاريع المطلوبة من الطلبة، وتبادل المعلومات فيما بينهم.
- ◀ تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لنشر ثقافة التقنية.
- ◀ تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على توسيع مدارك الطلبة، بإطلاعهم على أحدث المستجدات في مجال دراستهم.
- ◀ تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة تعبير الأفراد على آرائهم كتابة مما قد يساعدهم على الإبداع.
- ◀ يحقق استخدام هذه المواقع فوائد اجتماعية واقتصادية في خفض الإنفاق على قاعات الدراسة والأدوات والوسائل التعليمية، بل والحفاظ على البيئة بالتقليل من الاستخدام الورقي.

خلاصة:

وفي ختام هذا الفصل نشير إلى أن جيل الشباب في معظم المجتمعات من أهم الفئات الاجتماعية التي تسلط عليها الأضواء، فشباب اليوم سيكونون في المستقبل قادة المجتمع، وتنبع أهميتهم من اختراهم طاقة غنية يستطيعون عبرها تغيير الواقع المعاش، كما يؤدي الشباب دورا بارزا في التغيير، لأنهم يملكون رؤية وتشخيصا للمشاكل التي يعاني منها مجتمعهم. وتعتبر شبكة الانترنت، القاعدة الأساسية في العصر الحاضر حيث غيرت طبيعة حياة الشباب عامة والشباب الجزائري على وجه الخصوص، بجميع جوانبها السياسية والاقتصادية

¹ - يحي تقي الدين: واقع الرأسمال الاجتماعي الافتراضي لدى الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي - رؤية قيمة، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 4، العدد 11، الجزائر، ديسمبر 2017، ص 233.

² - حسني، منار إبراهيم: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم ما له وما عليه، رسالة الجامعة. (2012). متوفر على الخط . rs.edu.sa
www. بتاريخ 07 / 11 / 2018 سا 11.00.

والاجتماعية والترفيهية وغيرها، وزودتهم بالمعلومات المتخصصة والعامة والخدمات المتنوعة في جميع مجالات الحياة، وتطورت هذه الشبكة في الجزائر بشكل ملحوظ، رغم النقائص المسجلة على مستوى توزيعها و قوة تدفقها الذي يبقى في أدنى المستويات قياسا بما ينبغي أن يكون عليه.

الفصل الخامس

تحليل بيانات الدراسة الميدانية

أولاً: تحليل البيانات الأولية

ثانياً: تحليل بيانات عادات وأنماط استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

ثالثاً: تحليل بيانات دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

رابعاً: تحليل بيانات الاشباعات المحققة من استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

خامساً: تحليل بيانات تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي بالقضايا

الوطنية لدى الطالب الجامعي الجزائري

المحور الأول: تحليل البيانات الشخصية:

الجدول رقم 01 : يوضح جنس أفراد العينة.

النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
30%	90	الذكور
70%	210	الإناث
100%	300	المجموع

يوضح الجدول أعلاه نوع وعدد مفردات الدراسة التي أجريت على عينة من طلبة جامعة محمد الشريف مساعدي بسوق اهراس، حيث تمت الدراسة على عينة قوامها 300 مفردة، 90 منها ذكورا ما يمثل نسبة 30% من المبحوثين، و210 منها إناثا بنسبة 70%. ويعود اختيار هذا العدد إلى كون مجتمع الدراسة كبير الحجم لا يمكن إحاطة جميع طلبة الجامعة بالدراسة، كما أنه مجتمع نوعي لا تطرح فيه إشكالية التمثيل بحدّة، بهذه النسب يمكن القول أن العينة تكون ممثلة لمجتمع الدراسة من حيث التنوع بين جنسي الذكور والإناث، وهو ما يتيح لنا فرصة لتعميم النتائج المتحصل عليها على جميع مفردات مجتمع الدراسة لاحقا، ويرجع هذا التباعد في النسب المحصل عليها إلى وجود فارق كبير نوعا ما في عدد الطلبة الجامعيين بين جنسي الذكور والإناث، إذ سجلنا من خلال الاحصائيات المقدمة لنا من إدارة الجامعة عددا كبيرا للطالبات في كل التخصصات مقارنة بالطلبة الذكور، كما أن الجامعة الجزائرية شهدت خلال السنوات الماضية تزايدا ملحوظا لعدد الإناث اللائي تحصلن على شهادة البكالوريا والتحقن بالجامعات والمعاهد في مختلف التخصصات، فضلا عن تفوق عنصر الإناث على عنصر الذكور في أغلب المسابقات للأطوار المختلفة بالجامعة، وهو مؤشر على زيادة احتمالية ميل الكفة لصالح الإناث مستقبلا في مجالات عدة بالجزائر.

الجدول رقم 02: يوضح سن أفراد العينة

النسبة المئوية %	التكرار	السن
56,3%	169	[22-18]
33,3%	100	[27-23]
4,0%	12	[32-28]
6,3%	19	ما فوق 32
100%	300	المجموع

تشير المعطيات الكمية في الجدول رقم 02 أعلاه، أن أغلب المبحوثين والمقدرة نسبتهم بـ 56.3% ينتمون إلى الفئة العمرية [22-18] سنة، وعددهم 169 مفردة، في حين نجد أن الفئة العمرية التي تتراوح بين [27-23] سنة تمثلها نسبة 33.3% في المرتبة الثانية، وقد بلغ عدد مفرداتها 100 مفردة، هاتين الفئتين شكلتا غالبية المبحوثين في الدراسة من حيث متغير السن، لتأتي في المرتبة الثالثة الفئة العمرية التي تفوق 32 سنة بـ 19 مبحثاً أي ما نسبته 6.3%، أما الفئة التي يتراوح سنها ما بين [32-28] سنة فنسبتها 4% وهي أضعف فئة عمرية في المجموعة بـ 12 مفردة فقط.

ما نلاحظه من خلال قراءة بيانات الجدول المتعلقة بسن المبحوثين، أن غالبية المبحوثين يتراوح سنهم بين 18 و 27 سنة وذلك يعود إلى أن أكبر شريحة في طلبة الجامعة محل الدراسة يتراوح سنها بين القيمتين المذكورتين سابقاً، إضافة إلى أنها فئة شبابية هامة ونشطة على مواقع التواصل الاجتماعي، إذ تجد فيه متنفساً ومجالاً رحباً للتعبير والتفاعل، كما تملك هذه الفئة طموحات كبيرة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والتجديد المستمر على عكس الفئات العمرية الأكبر سناً.

الجدول رقم 03 : يوضح التخصص العلمي لأفراد العينة

النسبة المئوية %	التكرار	التخصص العلمي
16,7%	50	علوم اجتماعية وإنسانية
16,7%	50	علوم الطبيعة والحياة
16,7%	50	آداب ولغات
16,7%	50	علوم اقتصادية
16,7%	50	حقوق وعلوم سياسية
16,7%	50	علوم وتكنولوجيا
100%	300	المجموع

يبين الجدول أعلاه طبيعة التخصصات العلمية لأفراد العينة التي أجريت عليها الدراسة، إذ حاولنا تغطية الكليات الموجودة بالجامعة بطريقة متساوية، أي بمتوسط 50 طالبا وطالبة في كل تخصص ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، أي ما يمثل 16.7% لكل منها، وقد راعينا في اختيار هذه التخصصات المزج بين التخصصات العلمية والتقنية كالعلوم والتكنولوجيا وعلوم الطبيعة والحياة والعلوم الاقتصادية، وكذا التخصصات الأدبية والإنسانية كالآداب واللغات والعلوم الإنسانية والاجتماعية والحقوق والعلوم السياسية، وتحت كل تخصص علمي من هذه التخصصات، نجد أخرى فرعية ذات علاقة بأبعاد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا ما يمكننا في دراستنا من معرفة الفروق ودرجة الارتباط الموجودة بين التخصص العلمي وبعض متغيرات الدراسة الأخرى المطروحة في أداة البحث.

وقد حاولت قدر الامكان مراعاة اختيار التخصص العلمي بما يحقق درجة عالية من التمثيل لعينة الدراسة وكذا الجدية والصدق في تعامل الطلبة مع أسئلة الاستمارة، بما يضمن النوعية في الاجابات .

الجدول رقم 04 : يوضح امتلاك أفراد العينة لحساب على مواقع التواصل الاجتماعي

ملكية حساب على مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	276	92%
لا	24	8%
المجموع	300	100%

يبين الجدول رقم "34" أعلاه، توزيع عينة الدراسة حسب ملكية حساب على مواقع التواصل الاجتماعي من عدمه، حيث دلت الأرقام المبينة في الجدول على:

أغلبية أفراد عينة البحث والمقدر عددهم بـ 276 مفردة أجابوا بأن لديهم حساب على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بنسبة 92% إذ يقومون من خلاله بالتعليقات والمشاركات والتفاعل مع الآخرين عن طريق الدردشة أو الصور أو الفيديوهات وتبادل الأخبار حول الأحداث اليومية، و سجلنا 24 طالبا من مجموع أفراد العينة لا يملكون حسابا على مواقع التواصل الاجتماعي بمناسبته 8% وهي فئة قليلة ترى بأن امتلاك هذا الحساب غير ضروري في حياتهم، إما لأنهم يفضلون مواقع لا تتطلب امتلاك حساب كاليوتيوب مثلا، أو لأسباب أخرى قد تكون مادية بالأساس ترتبط بعدم امتلاك جهاز الكتروني (حاسوب أو هاتف ذكي).

ومنه نستنتج أن أغلب الطلبة الذين يشكلون عينة البحث يمتلكون حسابا على شبكات التواصل الاجتماعي، لما لهذه الأخيرة من أهمية متزايدة في حياة الأفراد والمجتمعات، نظرا لميزاتها كوسيط اتصالي بديل ومميز، يسمح للطلاب بتبادل المعارف والمعلومات في فضاء مفتوح على مدار الساعة، وكذا الخدمات الكبيرة للفضاء الرقمي الافتراضي التي أتاحها هذه المواقع للشباب الجامعي، ومنها التفاعل الشبكي مع المضامين والمحتويات المختلفة، خاصة وأن فئة الطلبة هي الفئة التي تمتلك المهارة واللغة والتقنية التي تسمح بالتأسيس لأنماط تواصلية جديدة تتجاوز كل الاكراهات الفيزيائية التقليدية، وعليه أصبحت هذه المواقع ضرورة ملحة يفرضها العصر التكنولوجي الذي نعيشه اليوم.

-المحور الثاني: تحليل عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

- الجدول رقم 05: يبين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين

النسبة المئوية%	التكرار	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
41,7%	125	دائما
22,3%	67	غالبا
25,3%	76	أحيانا
10,7%	32	نادرا
100%	300	المجموع

تبين الأرقام والنسب الواردة في الجدول رقم 05 أعلاه درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين إذ تشير بيانات الجدول إلى نتائج عديدة أهمها :

يقبل على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كل أفراد العينة، لكن بدرجات متفاوتة، وهذا ما يتفق مع نتائج العديد من الدراسات الميدانية التي أجريت في هذا المجال، وهذا ما يؤثر على حجم عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة، حيث يمكن القول أنها أصبحت ظاهرة اتصالية شائعة بين أفراد عينة البحث، هذا إضافة إلى دور وأهمية هذه الشبكات في حياة الأفراد اليوم، حيث تعتبر مصدرا هاما للتعلم والتثقيف وتبادل المعارف.

وتختلف درجات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة الدراسة، إذ تتراوح بين أربع درجات هي: دائما، غالبا، أحيانا، نادرا، حيث يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي دائما 125 طالبا وطالبة يشكلون نسبة 41.7% من مجموع عينة الدراسة وهي أعلى نسبة مسجلة، ويستخدمها غالبا 67 طالبا و طالبة بنسبة قدرها 22.3% من مجموع عينة الدراسة، ويستخدمها أحيانا 76 طالبا و طالبة بنسبة 25.3% من مجموع عينة الدراسة، في حين يستخدمها نادرا 32 مبحوثا بنسبة 10.7% من مجموع عينة الدراسة.

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أنه لا يوجد بالمطلق الكامل استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين، ويعود ذلك إلى عدة اعتبارات كونهم طلبة يقضون فترات مهمة في الدراسة والمذاكرة، ولأنهم قد

يتعرضون إلى جملة من العوائق المتعلقة بكل من الأجهزة المستخدمة أو البرامج التي يتصفحونها، أمام إمكانية قراءة ومتابعة مريحة لوسائل تقليدية أخرى، ومن العوامل التي تجعل الطلبة يعجزون عن قضاء فترات طويلة ومتواصلة في استخدام مواقع التواصل بأريحية، هي الآثار الصحية التي تسببها الأجهزة المستخدمة في ذلك، منها آلام الظهر والإرهاق البصري اللذان يقللان من مستويات التركيز على المحتوى ويبعثان على الملل والانصراف من أمام هذه الأجهزة.

الجدول رقم 06: يبين توزيع عينة الدراسة حسب الجنس واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الجنس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	الذكور		إناث		المجموع	النسبة	قيمة (T)
	ك	ن	ك	ن			
دائماً	36	40%	89	42.39%	125	41.67%	0.48
غالباً	26	28.89%	41	19.52%	67	22.33%	3.54
أحياناً	20	22.22%	56	26.67%	76	25.33%	1.48
نادراً	08	8.89%	24	11.42%	32	10.67%	2.00
المجموع	90	100%	210	100%	300	100%	/

χ^2 المحسوبة = 3,432 تحت 3 درجات حرية .
 χ^2 الجدولية = 7.81 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

يبين الجدول رقم "06" أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والجنس، إذ جاءت بيانات الجدول لتدل على نتائج عديدة من أهمها:

- يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي دائما 36 طالبا بنسبة 40٪، و 89 طالبة بنسبة 42.39٪، حيث أن الفرق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95٪، إذ بلغت قيمة T المحسوبة: $T = 0.48$ وهي أقل من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود فارق بين جنس المبحوثين واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي دائما.

- يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي غالبا 26 طالبا بنسبة 28.89٪، و 41 طالبة بنسبة 19.52٪، حيث أن الفرق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95٪، إذ بلغت قيمة T المحسوبة: $T = 3.54$ وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) وعليه توجد علاقة فارقة بين الجنس واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي غالبا.

- يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا 20 طالبا بنسبة 22.22٪ مقابل 56 طالبة بنسبة 26.67٪، و الفارق بين النسبتين غير ذي دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95٪، إذ بلغت قيمة T المحسوبة: $T = 1.48$ وهي أقل من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النوع و استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا.

- يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي نادرا 08 طلبة بنسبة 8.89٪ مقابل 24 طالبة بنسبة 11.42٪، حيث أن الفارق بين النسبتين غير ذي دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95٪، إذ بلغت قيمة T المحسوبة: $T = 2$ وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) وعليه توجد علاقة فارقة دالة احصائيا بين الجنس واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي نادرا.

مانلاحظه من خلال البيانات الجدولية، أن 32 طالبا فقط من مجموع أفراد العينة نادرا ما يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، والباقي كلهم يستخدمونها إما دائما أو غالبا أو أحيانا، فهذه الشبكات الاجتماعية تكتسي أهمية بالغة في حياة الطلبة، هذا مرده بالدرجة الأولى إلى الخصائص التي تميزها عن الوسائل الاتصالية الأخرى، كفضاء للانفتاح الفكري والتبادل الثقافي والتسلية والترفيه والتفاعل الاجتماعي، كما تعمل هذه المواقع على تنمية المهارات الشخصية والخبرات الحياتية للطلبة، وتسمح لهم بربط علاقات اجتماعية وإبداء الرأي الحر.

- و قد تأكد عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين من الذكور و الإناث بعد تطبيق اختبار χ^2 على أرقام الجدول السابق، حيث بلغت قيمته المحسوبة: $(\chi^2 = 3.432)$ ، وهي أقل من القيمة الجدولية

7.81 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاث درجات حرية و مستوى ثقة 95٪، وتشير هذه النتائج إلى أن درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي غير مرتبطة بمتغير النوع، حيث أن الذكور والإناث سواء من حيث درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة.

- الجدول رقم 07: يبين أهم مواقع التواصل الاجتماعي تصفحا من قبل المبحوثين.

النسبة المئوية %	التكرار	الموقع
37.4%	275	facebook
9.2%	68	twiter
2.0%	15	linkedin
33.3%	245	youtube
1.4%	10	myspace
0.7%	5	flickr
0.5%	4	vkontakte
0.4%	3	friendster
15.1%	111	instagram
100%	736	المجموع

تبين لنا من الجدول أعلاه، والذي يوضح أهم مواقع التواصل الاجتماعي تصفحا من قبل المبحوثين، أن موقعي الفاييس بوك واليوتيوب هما التطبيقان الأكثر استخداما من طرف الطلبة، وذلك بنسبة بلغت 37.4% و 33.3% على التوالي من مجموع العينة، يليهما موقع انستغرام بنسبة 15.1% ثم يأتي في المرتبة الرابعة تويتر بنسبة بلغت 9.2%، يليه مباشرة لينكدان والماي سبايس بنسبة بلغت 2% و 1.4% على التوالي، وجاء موقعي فليكر والفيكونتاكت في المرتبتين السابعة والثامنة بنسبتين متقاربتين 0.7% و 0.5% ليأتي في الأخير موقع فراندستر من

حيث التصفح بنسبة ضعيفة قدرت بـ 0.3% ويظهر أن فئة قليلة من المبحوثين يستخدمون المواقع الثلاثة الأخيرة، فعدد إجاباتهم لم يتعد 12 تكرارا من المجموع الكلي الذي بلغ 736 إجابة، وهذا العدد يفوق بكثير حجم العينة، وذلك لأن السؤال متعدد الخيارات، يتيح الإجابة على أكثر من موقع واحد لكل مبحوث.

بعد استعراضنا لبيانات الجدول السابق نستنتج أن نسبة كبيرة من الطلبة يفضلون بالدرجة الأولى مواقع فايس بوك واليوتيوب والانستغرام للتصفح أكثر من المواقع الأخرى، فالأول بطبيعة الحال من أهم وأشهر مواقع التواصل عبر العالم بفضل المزايا التي تتوفر عليها، فهو يشهد انتشارا ونجاحا كبيرا مقارنة بالمواقع الأخرى بين الشباب، فهو مصدر للتفاعل والتعارف والتواصل بين الأعضاء المشتركين فيه، كما يتيح الفايس بوك امكانية متابعة الأخبار وتثبيتها في شكل صور أو مقاطع فيديو، ويسدي كذلك خدمات كبيرة في التسويق والترويج للمنتجات، كما يعتبر فضاء رحبا لتبادل المعلومات والأفكار العلمية ومناقشتها بين الطلبة فيما بينهم أو بينهم وبين أساتذتهم في الجامعة.

أما الموقع الثاني الأكثر تفضيلا من قبل المبحوثين - اليوتيوب - فيشتهر بقدرة كبيرة على عرض مقاطع الفيديو بأحجام مختلفة، سواء أفلام أو أشرطة أو مقاطع موسيقية، واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع، وقد أعلنت الشركة المالكة للموقع "أن مستخدمي الموقع يحملون ما مقداره خمسة وثلاثون ساعة فيديو كل دقيقة وفي سنة 2011 بلغ عدد زوار الموقع في العالم 800 مليون زائر شاهدوا تسعين مليار مشاهدة"¹

أما الموقع الثالث الأكثر تصفحا لدى أفراد العينة، الانستغرام هو الآخر يحمل عدة ميزات جعلته من أكثر المواقع تصفحا لدى مستخدميه، فهو تطبيق مجاني يسمح بتبادل الصور و الفيديوهات والقصص كذلك، حيث يتزايد عدد مستخدميه منذ تاسيسه عام 2010م، إذ تشير احصائيات جديدة إلى أنه بلغ منذ ماي 2019 مليار مستخدم عبر العالم.

أما التويتر الذي يقدم خدمة التدوين المصغر فجاء في الاختيار الرابع لدى الطلبة المبحوثين، فهو يعتبر مصدرا معتمدا للتصريحات الشخصية الرسمية وغير الرسمية، كما يتميز بالسرعة والتركيز على ماقبل ودل من الكلام، لذلك يستخدم من قبل شرائح واسعة من المجتمعات، لمتابعة آخر الأخبار في شكل رسائل نصية مختصرة، وبخصوص موقعي لينكد ان والماي سبيس فقد احتلا المرتبة الخامسة والسادسة على التوالي من حيث ترتيب المواقع الأكثر تصفحا لدى المبحوثين، فتكرارات الإجابة لم تتعد 15 و 10 فقط، وهذا يرجع بالأساس إلى كون الأول يرتبط بقطاع الأعمال والشركات، وبالتالي فهو بعيد عن اهتمامات الطلبة، وتراجع شعبية الثاني

¹ - علي خليل شقرة: الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014م، ص 91

ليس فقط في الجزائر، بل في العالم بأسره خاصة بعد ظهور وانتشار موقع الفاييس بوك، ولا أدل على ذلك من السعر الزهيد الذي باعت به شركة "نيوز كويب" موقع ماي سبيس (35 مليون دولار) قياسا بالمبلغ الذي اشترته به.

أما المواقع الثلاثة الأخيرة (فليكر، في كونتاكت، وفراندستر)، لاقت إقبالا محتشما من أفراد العينة، قد يعزى ذلك إلى عدم انتشار هذه المواقع في الدول العربية ومنها الجزائر، وكذا محدودية خدماتها بالمقارنة مع المواقع الأولى.

الجدول رقم: 08 يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس وأهم مواقع التواصل الاجتماعي تصفحها لديهم

ك ²	اناث = 210		ذكور = 90		الجنس اهم المواقع تصفحا لدى لمبحوثين
	%	ك	%	ك	
0.926	%91.90	193	%92.22	83	facebook
0.022	%19.04	40	%31.11	28	twiter
0.148	%03.80	08	%07.78	07	linkedin
0.495	%80.95	170	%83.33	75	youtube
0.005	%01.42	03	%07.78	07	myspace
0.623	%01.42	03	%02.22	02	flickr
0.380	%0.95	02	%02.22	02	vkontakte
0.254	%01.42	03	%00	00	friendster
0.657	%36.19	76	%38.89	35	instagram
معامل ارتباط الرتب سبيرمان: $r = 1 - \frac{12}{720} = 0.98$ ومنه الارتباط موجب قوي بين الذكور والاناث وأهم مواقع التواصل الاجتماعي تصفحها لديهم.					

يبين الجدول رقم "08" أعلاه، توزيع عينة الدراسة حسب أهم مواقع التواصل الاجتماعي تصفحاً لدى الباحثين طبقاً للنوع حيث دلت النتائج على الآتي :

احتل موقع الفيس بوك الرتبة الأولى من حيث المشاهدة لدى كل من الذكور و الإناث حيث بلغت نسبتهما على التوالي 92.22% و 91.90% ويرجع السبب في ذلك إلى المزايا التي يتوفر عليها، فهو يشهد انتشاراً ونجاحاً كبيراً مقارنة بالمواقع الأخرى بين الشباب، فهو مصدر للتفاعل والتعارف والتواصل بين الأعضاء المشتركين فيه، خاصة وأن مؤسسه قدمه بغرض التواصل بين الطلبة في جامعة هارفارد الأمريكية عام 2004م.

وجاء موقع اليوتيوب في المرتبة الثانية لدى كل من الذكور و الإناث بنسب هي على التوالي: 83.33% و 80.95% يليه موقع الانستغرام في المرتبة الثالثة لدى الذكور بـ 38.89% مقابل 36.19% لدى الإناث، في حين نجد موقع تويتر في المرتبة الرابعة بـ 31.11% لدى الذكور و 19.04% لدى الإناث.

وجاء موقع لينكدان وماي سبيس في المرتبة الخامسة لدى الذكور بنفس النسبة وقدرت بـ 07.78% أما الإناث فاحتل موقع لينكدان المرتبة الخامسة بـ 03.80% فيما احتلت المواقع التالية: فليكر، ماي سبيس، وفرانديستر المرتبة السادسة عند الطالبات بنسبة واحدة لكل منهن قدرت بـ 01.42%.

أما موقعي فليكر وفي كونتاكت فاحتلا المرتبة السادسة بـ 02.22% للذكور، فيما لم يسجل أي أحد منهم يتصفح موقع فرانديستر، و جاء موقع في كونتاكت في المرتبة الأخيرة لدى الإناث بـ 0.95%.

يمكننا أن نستخلص من خلال هذا الترتيب أن تفضيلات الذكور و الإناث لأهم مواقع التواصل الاجتماعي تصفحاً لديهم، كانت متشابهة إلى أبعد الحدود و هي تتجه أكثر إلى المواقع التالية : الفيس بوك، اليوتيوب، الانستغرام، التي جاءت في المراتب الثلاثة الأولى لما تحمله هذه المواقع من خصائص ومميزات لا توجد في مواقع أخرى، كالمشاركة، المحادثة، الترابط، التفاعل، إنشاء مجموعات، إضافة أصدقاء...الخ.

وبتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، نجد قيمته المحسوبة متباينة مع التفضيلات المتاحة لكنها متقاربة، ماعدا موقعي تويتر وماي سبيس أين سجلنا قيمة كا² المحسوبة: (0.022) و (0.005) على التوالي، ما يدل على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الجنسين في تصفحهما لهذين الموقعين، أما باقي المواقع فبلغت قيمتها مع موقع الفيس بوك (0.926) واليوتيوب (0.495) والانستغرام (0.657) وفليكر (0.623) ولينكدان (0.148) وفرانديستر (0.254) ما يدل على عدم وجود علاقة فارقة إحصائية تعزى لمتغير الجنس عند مستوى الدلالة 0.05.

معنى ذلك أن الذكور و الإناث لا يختلفون في أهم مواقع التواصل الاجتماعي تصفحها لديهم، و هو ما دل عليه معامل الارتباط ($r = 0.98$) وهو ارتباط قوي بين الذكور والإناث فيما يخص أهم مواقع التواصل الاجتماعي يتصفحونها.

الجدول رقم: 09 يوضح توزيع عينة الدراسة حسب التخصص وأهم مواقع التواصل الاجتماعي تصفحها لديهم

ك ²	علوم = تكنولوجيا 50		حقوق وعلوم = سياسية 50		علوم = اقتصادية 50		آداب ولغات = 50		علوم الطبيعة = والحياة 50		علوم اجتماعية = وإنسانية 50		التخصص أهم المواقع تصفحها لدى المبحوثين
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.500	%92	46	%88	44	%98	49	90	45	90	45	%94	47	facebook
0.045	%20	10	%36	18	%24	12	18	09	28	14	%10	05	twitter
0.195	%08	04	%04	02	%06	03	02	01	10	05	%00	00	linkedin
0.010	%78	39	%82	41	%88	44	96	48	78	39	%68	34	youtube
0.218	%06	03	%02	01	%06	03	00	00	06	03	%00	00	myspace
0.630	%00	00	%02	01	%02	01	02	01	04	02	%00	00	flickr
0.408	%02	01	%00	00	%02	01	00	00	04	02	%00	00	vkontakte
0.695	%00	00	%00	00	%02	01	02	01	02	01	%00	00	friendster
0.000	%50	25	%02	01	52%	26	38	19	46	23	%34	17	instagram

يوضح الجدول "09" اعلاه توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التخصص وأهم مواقع التواصل الاجتماعي تصفحاً لديهم.

إذ أكدت المعطيات بالجدول أن الطلبة من حيث التخصص العلمي يختلفون في تصفحهم لبعض المواقع ويتشابهون في مواقع أخرى، فقد سجلنا تقارباً كبيراً بين التخصصات العلمية في تصفح الفيس بوك، اللينكدان، الماي سبيس، فليكر، في كونتاكت وفرانديستر، ما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير التخصص وتصفح هذه المواقع، ويظهر ذلك مع قيمة اختبار كا² المحسوبة والتي فاقت 0.05 حيث جاءت قيمتها على التوالي: 0.500، 0.195، 0.218، 0.630، 0.408، 0.695.

ويرجع هذا التقارب والتشابه بين التخصصات العلمية في تصفحهم لهذه المواقع، إلى كونهم بحاجة ماسة لها لأجل إشباع حاجاتهم المعرفية والوجدانية والتعليمية إضافة إلى حاجات أخرى كالتسلية والترفيه.

وبالنسبة للموقع الثاني "تويتر" سجلنا فروقا ذات دلالة إحصائية مابين التخصصات في تصفحه، فمثلا طلبة العلوم الانسانية والاجتماعية بلغت نسبة التصفح لديهم 10% وتخصص علوم الطبيعة والحياة بلغت 28%، أما الحقوق والعلوم السياسية فكانت 36% وهذا ما أكدته اختبار كا² المحسوبة حيث بلغت 0.045.

كذلك الحال بالنسبة لموقع "اليوتيوب" إذ سجلنا فروقا ذات دلالة ما بين التخصصات العلمية في تصفحه، فمثلا العلوم الانسانية والاجتماعية بلغت نسبة التصفح لديهم 68% وتخصص الآداب واللغات بلغت 96%، أما العلوم والتكنولوجيا فكانت النسبة 78% وهذا ما أكدته اختبار كا² المحسوبة حيث بلغت 0.010.

أما الموقع الأخير "انستغرام" جاءت النسب والتكرارات متفاوتة بين التخصصات العلمية، إذ لم نسجل في تخصص الحقوق والعلوم السياسية، سوى طالب واحد فقط يتصفحه من مجموع 50 طالبا وطالبة بنسبة 02%، أما تخصص العلوم الاقتصادية فبلغ 52% وتخصص العلوم الاجتماعية والانسانية بلغت النسبة 34% وهذا ما أكدته اختبار كا² المحسوبة، حيث بلغت 0.00 ما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية مابين التخصصات العلمية في تصفحه.

رغم هذا التفاوت والتشابه بين التخصصات العلمية في تصفح المواقع المذكورة سابقا، إلا أنه يمكن القول: أن امبراطورية شبكات التواصل الاجتماعي ألقت ضلالها على حياة الطلبة في شتى التخصصات العلمية، لما لها من خدمات متنوعة ساعدت على التواصل بينهم، من خلال الانضمام إلى مجموعات وتبادل المعلومات

والمعارف في كل التخصصات، ما أدى إلى تشكيل طرق جديدة للاتصال الشخصي والاجتماعي في عالم رقمي افتراضي وتفاعلي.

- الجدول رقم 10: يمثل عدد الأيام التي يستخدم فيها أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي.

عدد الأيام	التكرار	النسبة المئوية %
يوم واحد	19	6,3%
يومان	25	8,3%
ثلاثة أيام	40	13,3%
أكثر من ثلاثة أيام	216	72,0%
المجموع	300	100%

يوضح الجدول رقم " 10" أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب عدد الأيام التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي، حيث دلت نتائج إجابات المبحوثين من خلال أرقام الجدول أعلاه أن:

عدد أيام المشاهدة عند أفراد عينة البحث تختلف، إذ صرح 216 مبحوثاً أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاثة أيام في الأسبوع و ذلك بنسبة قدرت بـ 72٪ وهي أعلى نسبة، هذا يدل على الأهمية المتزايدة لمواقع التواصل الاجتماعي في حياة الطلبة عموماً، مما يعزز فرضية التأثيرات الكبيرة على أفكارهم وسلوكياتهم ومعتقداتهم، ومعرفتهم بقضايا وطنية ودولية أكثر من أي وقت مضى، نظير الاستخدام اليومي لها. وقد غدت هذه الشبكات قوة متصاعدة بين فئات الشباب الجزائري، لاسيما طلبة الجامعات الذين أدركوا أن وسائل الاتصال التقليدية لم تعد تلبي حاجاتهم واشباعاتهم في المجالات المختلفة. ناهيك عن الاهتمام اليومي لكثير من الشباب بكل ماهو تكنولوجي ورقمي الذي يعد سمة العصر الذي نعيشه بامتياز.

فيما صرح 40 مبحوثاً بأنهم يستخدمونها ثلاثة أيام خلال الأسبوع و ذلك بنسبة 13.3٪، أما الذين يستخدمونها في يومين فقدرت نسبتهم بـ 08.3٪ من المجموع الكلي للعينة، بينما بلغ عدد المبحوثين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي يوماً واحداً فقط في الأسبوع 19 مبحوثاً بنسبة ضئيلة قدرت بـ 06.3٪.

ومن خلال هذه النتائج نلاحظ تقاربا بين النسب فيما يخص عدد الأيام التي يستخدم فيها أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي، ماعدا ارتفاع نسبة الاستخدام لأكثر من ثلاثة أيام في الأسبوع بالأغلبية الساحقة من المبحوثين.

وانطلاقا من هذه النتائج، نستنتج أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة، تحكمه عوامل وظروف منطقية تتعلق بالدراسة في الجامعة و الأوقات المتاحة لهم (أوقات الفراغ).

الجدول رقم: 11 يبين توزيع عينة الدراسة حسب الجنس وعدد الايام التي يستخدمون فيها مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة	المجموع	إناث		الذكور		الجنس عدد الأيام التي يستخدم فيها المبحوثون مواقع التواصل الاجتماعي
		ن	ك	ن	ك	
%06.33	19	%07.14	15	%04.45	4	يوم واحد
%08.33	25	%08.57	18	%07.77	7	يومان
%13.32	40	%11.42	24	%17.78	16	ثلاثة أيام
%72	216	%72.85	153	%70	63	أكثر من ثلاثة أيام
%100	300	%100	210	%100	90	المجموع

كا² المحسوبة = 2,748 تحت 3 درجات حرية .

كا² الجدولية = 7.81 عند مستوى دلالة 95 % .

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في عدد الأيام التي يستخدمون فيها مواقع التواصل الاجتماعي.

يوضح الجدول رقم "11" أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب عدد الأيام التي يستخدمون فيها مواقع التواصل الاجتماعي طبقاً للنوع:

حيث أوضحت النتائج التفصيلية لبيانات الجدول ما يلي:

- يشكل عدد الذكور الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاثة أيام في الأسبوع 63 فرداً من مجموع 90 طالباً بنسبة 70٪، مقابل 153 مفردة من مجموع 210 طالبة أي بنسبة 72.85٪ لدى الإناث، حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95٪، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة ($T = 0.33$) وهي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين طبقاً لمتغير النوع.

وأجاب 11.42٪ من الإناث أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي خلال ثلاثة أيام في الأسبوع، مقابل 17.78٪ لدى الذكور حيث أن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95٪، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة ($T = 4.03$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين طبقاً لمتغير النوع.

- و يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي خلال يومين في الأسبوع 7.77٪ من الذكور مقابل 8.57٪ من الإناث حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95٪، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة ($T = 0.81$) وهي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين طبقاً لمتغير النوع.

- و أجابت 7.14٪ من الإناث أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في يوم واحد فقط، مقابل 4.45٪ من الذكور، حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95٪، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة ($T = 0.42$) وهي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين طبقاً لمتغير النوع.

وقد تأكد عدم وجود علاقة فارقة بين إجابات الطلبة ذكورا و إناثا، فيما يتعلق بعدد أيام استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الأسبوع، بعد تطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق، حيث أسفر عن قيمة قدرها ($\chi^2 = 2,748$)، وهي أقل من القيمة الجدولية (7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاث درجات حرية ومستوى ثقة 95٪.

نستنتج في حدود هذه النتائج أن الطلبة من الذكور و الإناث سواء في اختيار عدد الأيام التي يستخدمون فيها مواقع التواصل الاجتماعي في الأسبوع. ويتجه الاستخدام نحو التصفح اليومي لهذه المواقع نظير الأهمية المتزايدة لها في الحياة اليومية للطلبة والطالبات.

- الجدول رقم 12: يمثل الأيام المفضلة لدى المبحوثين لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	النسبة المنوية %	التكرار	الأيام المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي
(02)	15,5%	277	السبت
(07)	13,3%	238	الأحد
(05)	13,4%	239	الاثنين
(05)	13,4%	239	الثلاثاء
(04)	13,8%	246	الأربعاء
(03)	14,8%	264	الخميس
(01)	15,8%	282	الجمعة
/	100%	1785	المجموع

يوضح الجدول رقم "12" أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، إذ بينت النتائج المحصل عليها ما يلي:

- احتل يوم الجمعة المرتبة الأولى بنسبة 15.8٪، يليه يوم السبت في المرتبة الثانية بنسبة 15.5٪، ثم يوم الخميس في المرتبة الثالثة بنسبة 14.8٪، يليه يوم الأربعاء في المرتبة الرابعة بنسبة 13.8٪، ثم يوم الاثنين والثلاثاء في المرتبة الخامسة معاً بنسبة 13.4٪ لكل منهما و يوم الأحد في المرتبة السابعة والأخيرة بنسبة 13.3٪.

الملاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها أن الأيام المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي أكثر تكون يوم الجمعة والسبت والخميس بهذا الترتيب، كون هذه الأيام تشكل أيام عطل خاصة عطلة نهاية الأسبوع، أين

يكون الطلبة في راحة مما يساعدهم ذلك على استخدام الانترنت بصفة عامة و شبكات التواصل الاجتماعي خاصة، وتنخفض كثافة المشاهدة في الأيام الأخرى و هي على التوالي الأحد، الاثنين، الثلاثاء، الأربعاء، وهي الأيام التي يكون فيها عادة الطلبة مشغولين بمقاعد الدراسة في الجامعة.

- الجدول رقم: 13 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس والأيام المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

الجنس	الأيام المفضلة لتصفح مواقع التواصل	ذكور			اناث			المجموع	ف (D)	ف ² (D ²)
		ك	%	ت	ك	%	ت			
السبت		80	15.15%	(02)	197	15.67%	(02)	277	0	0
الأحد		73	13.83%	(05)	165	13.12%	(07)	238	2-	4
الاثنين		71	13.44%	(07)	168	13.37%	(05)	239	2	4
الثلاثاء		72	13.64%	(06)	167	13.28%	(06)	239	0	0
الأربعاء		73	13.83%	(04)	173	13.77%	(04)	246	0	0
الخميس		76	14.39%	(03)	188	14.95%	(03)	264	0	0
الجمعة		83	15.72%	(01)	199	15.84%	(01)	282	0	0
المجموع		528	100%	/	1257	100%	/	1785	مجموع ف = 0	مجموع ف ² = 08

معامل ارتباط الرتب سبيرمان: $r = 1 - \frac{08 \times 6}{336} = 1 - 0.142 = 0.85$

$$(1-49)7$$

ومنه الارتباط موجب قوي بين الذكور والاناث والأيام المفضلة لديهم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

يوضح الجدول رقم "13" أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب الجنس والأيام المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تدل أرقام الجدول أعلاه على النتائج الآتية :

- يفضل كل من الذكور و الإناث تصفح مواقع التواصل الاجتماعي يوم الجمعة بنسبة 15.72٪ للذكور و 15.84٪ للإناث، حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95٪، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي= 0.24) وهي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد العينة طبقاً لمتغير النوع.

- ثم يأتي يوم السبت في المرتبة الثانية من حيث أفضلية التصفح حيث سجلنا نسبة 15.15٪ للذكور و 15.67٪ للإناث، حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95٪، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي= 1.08) و هي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد العينة طبقاً لمتغير النوع.

- جاء يوم الخميس في المرتبة الثالثة من حيث تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 14.39٪ للذكور و 14.95٪ للإناث.

- و جاء يوم الأربعاء في المرتبة الرابعة بالنسبة للذكور بنسبة 13.83٪ وفي المرتبة نفسها بالنسبة للإناث بنسبة 13.77٪ .

- جاء يوم الثلاثاء في المرتبة السادسة بالنسبة للذكور بنسبة 13.64٪ وبنفس المرتبة بالنسبة للإناث بنسبة 13.28٪ .

- جاء يوم الاثنين في المرتبة السابعة والأخيرة بالنسبة للذكور بـ 13.44٪ وفي المرتبة الخامسة بالنسبة للإناث بنسبة 13.37٪ .

- جاء يوم الأحد في المرتبة الخامسة بالنسبة للذكور بـ 13.83٪ وفي المرتبة السابعة بالنسبة للإناث بنسبة 13.12٪ .

وبتطبيق معامل ارتباط الرتب سبيرمان على أرقام الجدول أعلاه، نجد قيمته تساوي (ر= 0.85) وهي دالة على الارتباط الموجب والقوي بين الذكور والإناث والأيام المفضلة لديهم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي. إذن نستنتج أنه لا يوجد فرق دال إحصائياً بين الطلبة و الطالبات في الأيام المفضلة لديهم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

الملاحظ أن الأيام المفضلة لدى المبحوثين من كلا الجنسين، كانت الجمعة، السبت والخميس على التوالي وهذا يعود بالأساس إلى كونها أيام عطلة نهاية الأسبوع، لايشغل فيها الطلبة بالدراسة في الجامعة، وبذلك تتاح لهم فرصة أكبر لتصفح مواقع التواصل بكل أريحية بعيدا عن صفوف الدراسة والبحث العلمي.

- الجدول رقم 14: يمثل أهم فترة زمنية يستخدم فيها المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية %	التكرار	أهم فترة زمنية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي
8.3%	25	صباحا
42.7%	128	مساء
49%	147	ليلا
100%	300	المجموع

يشير الجدول رقم 14 إلى أهم الفترات زمنية التي يستخدم فيها المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي، إذ يتضح لنا من خلال المعطيات في الجدول أن أفضل فترة يفضلونها هي الفترة الليلية، حيث جاءت في المرتبة الأولى بـ 147 إجابة و ذلك بنسبة 49٪، أما الذين يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة المسائية فقد عددهم من المجموع الكلي للعينة بـ 128 مفردة أي مانسبته 42.7% وهي نسبة معتبرة كذلك، وذلك منطقي جدا باعتبار الفترتين الليلية والمسائية تشكلان الوقت المناسب الذي يتفرغ فيه أغلب الأشخاص لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة ممن لديهم ربط بشبكة الانترنت ذات التدفق الجيد(ADSL)، كما يعود الأمر كذلك إلى ارتباطات الطلبة الدراسية في الجامعة نهارا، وانشغالات الحياة اليومية الأخرى من أعمال ونشاطات وزيارات... إلخ، إلا أن تزايد الاستخدام في هاتين الفترتين الزميتين، من شأنه أن يقضي على النمط التقليدي لاجتماع الأسرة الجزائية و يحدث اضطرابا في العلاقات الأسرية بين الطلبة وأسرهم، بسبب العزلة التي فرضتها شبكات التواصل الاجتماعي داخل البيوت، بالرغم من اتساع رقعة العلاقات الاجتماعية الافتراضية مع الأصدقاء والزلاء والعائلة الكبيرة. في حين لايفضل الفترة الصباحية لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي سوى 25 مبحوثا بنسبة قدرها 8.3% وهذا يعود بالأساس إلى انشغال معظم الطلبة بالدراسة في

الجامعة في هذه الفترة، إلا قلة ممن براجمهم الدراسية تسمح لهم باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي خاصة في فترات الفراغ مابين الحصة. والملاحظ أننا استبعدنا فترة الهزيع أو مابعد منتصف الليل و ذلك منطقي بالنظر لكونها فترة الركون إلى النوم لأغلب الأفراد، حيث تنخفض ذروة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى أدنى المستويات.

- الجدول رقم: 15 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس وأهم فترة زمنية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	المجموع	اناث		ذكور		الجنس اهم فترة زمنية يستخدم فيها المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي
		%	ك	%	ك	
08.33%	25	07.14%	15	11.11%	10	صباحا
42.67%	128	46.67%	98	33.33%	30	مساء
49%	147	46.19%	97	55.55%	50	ليلا
100%	300	100%	210	100%	90	المجموع

كا² المحسوبة = 4,943 تحت (2) درجتين حرية .

كا² الجدولية = 5.99 عند مستوى دلالة 95 % .

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث حول الفترة الزمنية التي يستخدمون فيها مواقع التواصل الاجتماعي.

- يوضح الجدول رقم "15" توزيع عينة الدراسة حسب الجنس وأهم فترة زمنية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث دلت النتائج على أن:

- نسبة الذكور الذين يفضلون الفترة الليلية في المرتبة الأولى للاستخدام بنسبة 55.55% مقابل 46.19% للإناث حيث يفضلن هذه الفترة في المرتبة الثانية، والفارق بينهما ليس ذو دلالة إحصائية، ذلك أن قيمة (ي)

المحسوبة ($T = 1.61$) وهي أصغر من القيمة الجدولية عند مستوى الثقة ($0.05 = 1.98$) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائية.

- يفضل الذكور الفترة المسائية في المرتبة الثانية وذلك بنسب قدرت بـ 33.33٪ فيما جاءت هاته الفترة في المرتبة الأولى لدى الإناث وذلك بنسبة 46.67٪ حيث أن الفارق دال إحصائياً إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة ($T = 2.64$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة إحصائية، وعليه نستنتج أن الطلبة والطالبات يختلفون في تفضيلهم لهذه الفترة الزمنية لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

أما الفترة الصباحية فيفضلها الذكور والإناث في المرتبة الثالثة والأخيرة، وذلك بنسب مختلفة إذ بلغت لدى الطلبة 11.11٪ بينما بلغت 07.14٪ لدى الطالبات.

وبتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول أعلاه، وجدنا قيمته المحسوبة ($\chi^2 = 4,943$)، وهي أقل من القيمة الجدولية (5.99) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتى حرية 2 ومستوى ثقة 95٪.

وفي حدود هذه النتائج نستنتج أنه لا توجد علاقة بين متغير الجنس وفترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ونلاحظ فقط ميل الذكور للسهر في الليل مع شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من الإناث، بينما تمسّي الإناث أمامها أكثر من الذكور وهذا يرتبط بالأساس بطبيعة العلاقات الاجتماعية والأسرية لكل من الطلبة و الطالبات.

- الجدول رقم: 16 يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص وأهم فترة زمنية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	المجموع	ليلا		مساء		صباحا		أهم فترة زمنية لاستخدام مواقع التواصل التخصص
		%	ك	%	ك	%	ك	
%16.66	50	%16.32	24	%17.96	23	%12	3	علوم اجتماعية وإنسانية
%16.67	50	%15.64	23	%19.53	25	%08	2	علوم الطبيعة والحياة
%16.67	50	%16.32	24	%18.75	24	%08	2	اداب ولغات
%16.66	50	%22.44	33	%12.50	16	%04	1	علوم اقتصادية
%16.67	50	%12.92	19	%14.84	19	%48	12	حقوق وعلوم سياسية
%16.67	50	%16.32	24	%16.40	21	%20	05	علوم وتكنولوجيا
%100	300	%100	147	%100	128	%100	25	المجموع

χ^2 المحسوبة = 26,874 تحت 10 درجات حرية .
 χ^2 الجدولية = 18.31 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: توجد فروق دالة إحصائية بين التخصصات العلمية و أهم فترة زمنية تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي.

يوضح الجدول رقم "16" توزيع عينة الدراسة حسب التخصص وأهم فترة زمنية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

من خلال الأرقام في الجدول يتبين لنا أن الطلبة يختلفون أحيانا ويتقاربون في أخرى حول الفترة الزمنية المفضلة لديهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث عبر جميع المبحوثين من التخصصات الستة عن استخدام هذه المواقع في كل الفترات لكن بنسب متفاوتة، إذ جاءت النتائج كما يلي:

- يفضل طلبة العلوم الاجتماعية والانسانية الفترة الليلية لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الاولى، بـ 24 مبحوثا تليها الفترة المسائية بـ 23 مبحوثا ثم فترة الصبيحة التي جاءت في الاخير إذ لم نسجل سوى 3 طلبة يفضلونها.
 - ويفضل طلبة علوم الطبيعة والحياة الفترة المسائية لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الاولى، بـ 25 مبحوثا تليها الفترة الليلية بـ 23 مبحوثا ثم فترة الصبيحة التي جاءت في الاخير إذ لم نسجل سوى مبحوثين اثنين يفضلونها.
 - بينما يفضل طلبة الآداب واللغات الفترتين المسائية والليلية بالتساوي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، إذ سجلنا 24 مبحوثا لكل منهما، ثم فترة الصبيحة التي جاءت في الأخير إذ لم نسجل سوى مبحوثين اثنين يفضلونها.
 - أما طلبة العلوم الاقتصادية فيفضلون الفترة الليلية لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الاولى، بـ 33 مبحوثا تليها الفترة المسائية بـ 16 مبحوثا ثم فترة الصبيحة التي جاءت في الأخير إذ لم نسجل سوى طالبا واحدا فقط يفضلها.
 - وبخصوص طلبة الحقوق والعلوم السياسية فيفضلون الفترتين المسائية والليلية بالتساوي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، إذ سجلنا 19 مبحوثا لكل منهما تليها فترة الصبيحة التي جاءت في الأخير حيث سجلنا عددا لا بأس به ممن يفضلونها بـ 12 مبحوثا مقارنة بالتخصصات الأخرى.
 - أما طلبة العلوم والتكنولوجيا فيفضلون الفترة الليلية لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الاولى، بـ 24 مبحوثا تليها الفترة المسائية بـ 21 مبحوثا ثم فترة الصبيحة التي جاءت في الاخير إذ لم نسجل سوى 05 طلبة يفضلونها.
- ما نلاحظه على البيانات الجدولية في خانات المجاميع أن الفترة الليلية نالت الحصة الأكبر لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين بـ 147 مفردة ثم تليها الفترة المسائية بـ 128 مفردة، لتأتي في الأخير فترة الصبيحة حيث لم نسجل سوى 25 مبحوثا يفضلها.
- كما سجلنا هنا الاشتراك في الفترة الليلية في الرتبة الأولى بين ثلاثة تخصصات هي العلوم الاجتماعية والانسانية، العلوم الاقتصادية، العلوم والتكنولوجيا، بينما جاءت في المرتبة الثانية عند طلبة تخصص علوم الطبيعة والحياة، أما الفترة المسائية فتساوت مع نظيرتها الأولى بالنسبة لطلبة تخصص الحقوق والعلوم السياسية و الآداب واللغات.

وبتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول، نجد قيمته المحسوبة ($\chi^2=26,874$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (18.31) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 10 درجات حرية ومستوى ثقة 95%. أي أننا متأكدون من وجود فروق دالة إحصائية بين التخصصات العلمية للمبحوثين وتفضيل فترات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

- الجدول رقم 17: يمثل الحجم الساعي الذي يقضيه المبحوثين يوميا في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية %	التكرار	الحجم الساعي اليومي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي
10.34%	31	أقل من ساعة
19%	57	ساعة واحدة
23.33%	70	ساعتان
16%	48	ثلاث ساعات
31.33%	94	أكثر من ثلاث ساعات
100%	300	المجموع العام

يمثل الجدول رقم "17" الحجم الساعي الذي يقضيه أفراد العينة يوميا في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي،

إذ يتضح أن عددا من المبحوثين يقضون مدة تزيد عن ثلاث ساعات في اليوم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغ عددهم 94 مبحوثا بنسبة 1.33%، هذا ويتصفح 70 منهم مواقع التواصل الاجتماعي لمدة ساعتين يوميا بنسبة 23.33% وساعة واحدة بنسبة 19%، في حين قال 48 من المبحوثين أنهم يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي مدة ثلاث ساعات يوميا بنسبة 16%، وأخيرا بلغ عدد الذين يتصفحون لمدة تقل عن الساعة يوميا 31 مبحوثا بنسبة 10.34%. وعليه يمكن القول أن أغلبية المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي لفترات معتبرة تتعدى الساعتين والثلاث ساعات يوميا، وهذه المدة قد تزيد وتنقص بحسب ظروف

المبحوثين، فهي قد تزيد مع نهاية الأسبوع أو أيام الراحة وتقلص خلال الأيام التي يكون المبحوثون فيها في الدراسة أو يقومون بأعمال أخرى.

و بلغ المتوسط الحسابي: " la moyenne arithmétique ¹ لحجم التصفح في اليوم لدى عينة البحث 2.31 ساعة في اليوم، أي ما بين ساعتين و ثلاث ساعات يوميا حسب ثقة 89.66% من مجموع النسب 100%.

يمكننا القول أن هذا الاستخدام راجع إلى مميزات هاته المواقع التي تستقطب الشباب الجامعي الجزائري، وتشد انتباهه حتى تجعله أكثر استخداما لها ولفترات طويلة، خاصة مع انتشار أجهزة الهواتف المحمولة الذكية، التي أصبحت لا تفارق الطلبة تقريبا في أغلب فتراتهم، لما تحتويه من ميزات عديدة كسهولة حملها واحتوائها على تطبيقات مختلفة كالفيس بوك مثلا، وإمكانية إرسال الصور ومقاطع الفيديو من خلالها. كما أن المتعة التي يشعر بها مستخدموا مواقع التواصل الاجتماعي لا تجعلهم يشعرون بالوقت ولا يعيرونه أهمية، هذا ما يؤدي إلى تضييع الكثير من الوقت وإهمال الواجبات والأعمال الأخرى.

ويعتبر الزمن الذي يقضيه المستخدم في تصفحه مواقع التواصل الاجتماعي مؤشرا هاما على علاقته بالموقع وتمثله له، ويطلق على هذا الزمن بالزمن الإعلامي، وهو الزمن الذي يستغرقه الفرد في تعاطيه للمواد الإعلامية على اختلاف محاملها أو هو الزمن المرتبط بوتيرة ومضمون محتويات وسائل الاتصال. ويعتبر الباحث "عزي عبد الرحمان" أن الزمن الإعلامي طرف أساسي في تطور أو تشكل الزمن الاجتماعي، فهو زمن رمزي وليس حقيقي، أي يعيشه الإنسان بصفة رمزية كمشاهدة التلفزيون مثلا، ويبدو للوهلة الأولى أن تكون العلاقة بين الزمنين الاجتماعي والإعلامي جدلية، أي أن الاجتماعي ينعكس جزئيا في الإعلامي وهذا الأخير يؤثر بدوره في الاجتماعي، أما الحاصل فإن الزمن الإعلامي بحكم نفوذه وامتداده إلى جل شرائح المجتمع كالإذاعة والتلفزيون والانترنت واستغراق الفرد المعاصر وانهماكه مدة طويلة نسبيا في التعامل مع هذه الوسائل، فإنه أصبح موجهها للزمن الاجتماعي. فغلبة الزمن الإعلامي وسيادته يعود إلى السيطرة البنيوية على الأفراد والجماعات وذلك ما يظهر في حجم الساعات التي يقضيها الفرد مع الشاشة والحاسب، وبمعنى آخر فقد تقلص زمن العلاقات الاجتماعية تقنيا وعمليا مع ظهور أي وسيلة إعلامية جديدة، حيث ساهمت الانترنت في استهلاك ما تبقى من الزمن الاجتماعي المعاش بحجة أن هذا الاتصال تفاعلي، يعوض جزءا من الزمن الاجتماعي المفقود في الوسائل

¹ - قمنا بحساب المتوسط الحسابي كالآتي : (1×57 + 2×70 + 3×48 + 3×94) = 269/623 = 2.31 و للإشارة فقد استبعدنا 31 مبحوثا على أساس أنهم يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي في أقل من ساعة واحدة يوميا.

الإعلامية الأخرى¹، ويظهر من خلال بيانات الجداول السابقة أن الفيسبوك احتل مكانة مهمة في الزمن الاجتماعي للأفراد، والانترنت ساهمت في استهلاك ما تبقى من الزمن الاجتماعي المعاش بحجة أن هذا الاتصال تفاعلي يعوض جزءا من الزمن الاجتماعي المفقود في الوسائل الإعلامية الأخرى.

- الجدول رقم: 18 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس و الحجم الساعي اليومي لتصفح مواقع التواصل

الاجتماعي

النسبة	المجموع	اناث		ذكور		الجنس الحجم الساعي اليومي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي
		%	ك	%	ك	
10.33%	31	10.47%	22	10.00%	9	أقل من ساعة
19.00%	57	17.61%	37	22.22%	20	ساعة واحدة
23.33%	70	22.85%	48	24.44%	22	ساعتان
16.00%	48	16.19%	34	15.56%	14	ثلاث ساعات
31.33%	94	32.85%	69	27.78%	25	أكثر من ثلاث ساعات
100%	300	100%	210	100%	90	المجموع

كا² المحسوبة = 1,319 تحت 4 درجات حرية .

كا² الجدولية = 9.49 عند مستوى دلالة 95 % .

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في الحجم الساعي اليومي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي .

¹ - عبد الرحمان عززي، الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2009،

يوضح الجدول رقم "18" توزيع أفراد العينة حسب الجنس و الحجم الساعي اليومي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، فمن خلال البيانات المدونة فيه، يتضح أن الإناث يستغرقن وقتاً متقارباً مع الذكور في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وظهر تقارب في النسب المتعلقة بفترات التصفح المحددة، حيث كانت أكبر نسبة في الاستخدام عند كلا الجنسين في أكثر من ثلاث ساعات يومياً بنسبة 27.78% لدى الطلبة و 32.85% لدى الطالبات ونجد 10% من الذكور يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأقل من ساعة يومياً، في حين نسبة الإناث بلغت 10.47%، ونسبة 22.22% من الذكور يستغرقون ساعة واحدة يومياً في حين تقضي 17.61% من الإناث نفس الفترة، بالمقابل نجد 24.44% من الذكور يقضون ساعتين يومياً في التصفح، تقابلها نسبة 22.85% من الإناث يقضين نفس الفترة يومياً، في حين أن الذين يستغرقون 3 ساعات يومياً في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 15.56% هم من الذكور و 16.19% من الإناث.

ومن معطيات الجدول أيضاً نجد قيمة كاي تربيع المحسوبة قدرت بـ 1.319 عند درجة الحرية (4) ومستوى الدلالة (0.05) في حين بلغت قيمتها الجدولية 9.49 وقد اعتمدنا هذا المستوى من الثقة أي نسبة 5% التي تمثل نسبة الخطأ في النتائج المتوصل إليها، وبالتالي فإن 95% من النتائج المتوصل إليها هي صحيحة، ومنه نستطيع القول أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.

- الجدول رقم: 19 يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص والحجم الساعي اليومي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	المجموع	علوم اجتماعية وإنسانية		علوم الحياة والطبعية		آداب ولغات		علوم اقتصادية		حقوق وعلوم سياسية		علوم وتكنولوجيا		التخصص
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
10.33%	31	3	6%	4	8%	5	10%	8	16%	8	16%	3	6%	أقل من ساعة
19.00%	57	12	24%	8	16%	8	16%	6	12%	11	22%	12	24%	ساعة واحدة
23.33%	70	15	30%	12	24%	13	26%	10	20%	11	22%	9	18%	ساعتان
16.00%	48	7	14%	6	12%	9	18%	12	24%	3	6%	11	22%	ثلاث ساعات
31.33%	94	13	26%	20	40%	15	30%	14	28%	17	34%	15	30%	أكثر من ثلاث ساعات
100%	300	50	100%	50	100%	50	100%	50	100%	50	100%	50	100%	المجموع

كا² المحسوبة = 19,509 تحت 20 درجات حرية .

كا² الجدولية = 31.41 عند مستوى دلالة 95 % .

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين التخصصات العلمية في الحجم الساعي اليومي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

من خلال الجدول أعلاه الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي والحجم الساعي اليومي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، اتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بخصوص المدة التي يقضيها الباحثون في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى متغير التخصص، وهذا ما دلت عليه قيمة كا² حيث بلغت قيمتها المحسوبة = 19,50 تحت 20 درجات حرية، ومستوى الدلالة 0.05 في حين بلغت قيمتها الجدولية 31.41، وكان عدد الباحثين من تخصصي العلوم الاجتماعية والانسانية والعلوم والتكنولوجيا الذين يقضون أقل من نصف ساعة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي ثلاثة 03 مباحثين فقط بنسبة بلغت 6% لكل منهما،

في حين بلغ عددهم 04 من تخصص علوم الطبيعة والحياة و05 من تخصص الآداب واللغات، فيما جاء العدد متساو بين تخصصي العلوم الاقتصادية والحقوق والعلوم السياسية بـ08 مبحوثين لكل منهما، ويمكن تفسير ذلك بكون مدة نصف ساعة يوميا هي مدة غير كافية لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للطلبة الجامعيين، بغض النظر عن تخصصهم لقضاء جميع حاجاتهم وتلبية اشباعاتهم منها، وكذلك الحال مع بقية الفترات المحددة في الجدول أعلاه، إذ لم تكن هناك اختلافات بين المبحوثين من التخصصات الستة في مدة تصفح تلك المواقع، فالمدة التي يحتاجها الطالب لإشباع حاجاته اليومية من شبكات التواصل الاجتماعي تتطلب مدة تصفح تفوق الساعة من الزمن غالبا، نظرا لقيامه بالعديد من العمليات تشمل: تحميل الكتب والمقالات والفيديوهات الإلكترونية، تصفح المواقع الإخبارية، التواصل مع الأعضاء المشتركين، الدردشة، التراسل الفوري... الخ. وكلها نشاطات يومية بالنسبة للطلبة الجامعيين، ما يجعل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي لديهم يكون يوميا وفترات معتبرة.

- الجدول رقم 20: يمثل المكان الذي يستخدم فيه المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي

مكان تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية %
مقاهي الانترنت	10	2,2%
الجامعة	53	11,9%
المنزل	239	53,6%
في كل مكان عبر الهاتف المحمول	118	26,5%
أخرى	26	5,8%
المجموع العام	446	100%

تبين نتائج الجدول أعلاه، المكان الذي يستخدم فيه المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن أكبر عدد من إجاباتهم كان في المنزل بنسبة 53.6%، تليها نسبة 26.5% يدخلون للمواقع في كل مكان عبر الهاتف

المحمول ثم 11,9% يتصفحونها في الجامعة و5,8% في أماكن مختلفة، أما مقاهي الانترنت فاحتلت المرتبة الأخيرة في أماكن الاستخدام بـ 2.2%.

ويمكن تفسير هذه النتائج بالتطور الكبير الذي عرفته شبكة الانترنت في الجزائر في السنوات الأخيرة، حيث كشفت إحصائيات الأنترنت العالمية Internet World Stats أن عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر بلغ 4 ملايين و700 ألف مستخدم بنسبة دخول بلغت 4.13% حسب إحصائيات ديسمبر 2011، في الوقت الذي كان فيه عدد الأنترنتيين في الجزائر سنة 2000 يقارب 50 ألف مستخدم.¹ وفي تقرير منشور حديثا عن إحصائيات مستخدمي الانترنت في أفريقيا،* فإن عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر زاد بشكل لافت، حيث بلغ 18 مليون و500 ألف مستخدم في ديسمبر 2017م، مما جعلها تحتل المرتبة السابعة على المستوى الإفريقي.

وشهدت اشتراكات الأنترنت في المنازل ارتفاعا كبيرا في السنوات الأخيرة، وحسب إحصائيات اتصالات الجزائر فقد بلغ عدد المشتركين بالانترنت ذات التدفق العالي لجواب 84 3754 مشترك.

وهذا مايفسر لنا نتائج الجداول المتعلقة بميول الطلبة لاستخدام المواقع ليلا، مايدل على وجود الانترنت في المنزل، كما أدى انتشار الهواتف الذكية بين الأفراد إلى تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في كل مكان تقريبا كالساحات ووسائل النقل والمقاهي...الخ. ما جعلهم لا يترددون بشكل كبير على مقاهي الانترنت، وتعود قلة نسبة تصفحها في الجامعة، إلى أن أغلب الفترات يقضيها الطلبة بين الدراسة والمذاكرة وانجاز البحوث في المكتبة، كما أن بعض الجامعات لا توفر خدمة "الوي في" التي تمكن الطلبة من الاتصال عبر الشبكة العنكبوتية. ورغم ذلك نشير إلى أن الأنترنت في الجزائر أصبحت اليوم متوفرة بشكل كبير، وفي مختلف المؤسسات وهذا ما يتيح استخدامها في أي مكان.

¹- مريم ناريمان نومار: مرجع سابق، ص ص 119، 120.

* استخدام الإنترنت في إفريقيا، إحصاءات السكان لعام 2020 ومشتري Facebook متوفر على الخط <https://www.internetworldstats.com/stats1.htm> ت د 2020/06/26 م 21.00 سا

- الجدول رقم: 21 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس و المكان الذي يتصفحون فيه مواقع التواصل الاجتماعي

ك ²	اناث = 210		ذكور = 90		الجنس المكان الذي يتصفح فيه افراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي
	%	ك	%	ك	
0.035	%01.90	04	%06.67	06	مقاهي الانترنت
0.338	%19.04	40	%14.44	13	الجامعة
0.472	%78.57	165	%82.22	74	المنزل
0.149	%36.66	77	%45.55	41	في كل مكان عبر الهاتف المحمول
0.020	%06.19	13	%14.44	13	أخرى

قراءة بيانات الجدول أعلاه توضح جليا أن أعلى النسب سواء من الذكور (82.22 %) أو من الإناث (78.57%) اختارت أن تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي داخل المنزل، وما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس وتصفح هذه المواقع في المنزل هو اختبار ك² المحسوبة والتي فاقت 0.05 حيث جاءت قيمتها 0.472، كما سجلنا نسبة (45.55 %) من الذكور يتصفحون مواقع التواصل في كل مكان عبر الهاتف المحمول و (36.66%) بالنسبة للإناث حيث بلغت قيمة ك² المحسوبة 0.149 وهي أكبر من 0.05 ما يدل على وجود تقارب كبير بين الجنسين في استخدام هذه المواقع في كل مكان عبر الهاتف المحمول، كما دلت البيانات أيضا أن نسبة (14.44%) من الذكور يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في الجامعة والإناث (19.04 %) إذ بلغت قيمة ك² المحسوبة 0.338 إذن لا وجود لفروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس وتصفح هذه المواقع في الجامعة، أما الفروق ذات الدلالة الإحصائية التي سجلت بين الذكور والإناث فيما يخص مكان تصفح هاته المواقع، فكانت في أماكن عامة أخرى ومقاهي الانترنت إذ بلغت قيمة ك² المحسوبة لكل منهما على التوالي 0.02 و 0.03 وهي أقل من 0.05 .

ويمكننا تفسير هذه النتائج بالتطور الذي حصل في الجزائر في السنوات الأخيرة من حيث ربط المنازل بشبكة الانترنت، فقد شهدت اشتراكات الانترنت في المنازل تزايداً ملحوظاً من قبل المواطنين خاصة ما يعرف بخدمة ADSL، وهذا مايفسر لنا نتائج الجدول المتعلقة بميول الطلبة لاستخدام المواقع في المنزل أكثر من أي مكان آخر، كما أدى انتشار الهواتف الذكية بين الطلبة وربطها بشبكة الانترنت عن طريق خدمات الدفع القبلي أو البعدي لمعاملتي قطاع الاتصالات في الجزائر (Mobilis, Djezzy, Ooredoo) إلى امكانية تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في الأماكن العامة المختلفة كالساحات، المقاهي، النوادي... الخ وهو من الأسباب الرئيسة التي جعلت الجزائريين عامة والطلبة خصوصاً لايترددون بكثرة في الآونة الأخيرة على مقاهي الانترنت ماعدا في حالات استثنائية.

- الجدول رقم 22: يمثل الكيفية التي يتصفح المبحوثون بها مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية %	التكرار	الكيفية التي يتصفح المبحوثين بها مواقع التواصل الاجتماعي
76%	228	بانتظام
24%	72	حسب الظروف
100	300	المجموع العام

يبين الجدول رقم "22" أعلاه، توزيع عينة الدراسة حسب الكيفية التي يتصفح المبحوثون بها مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أبرزت النتائج المحصل عليها:

ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بانتظام حيث بلغ عددهم 228 مبحوثاً بنسبة 76٪، ثم جاء خيار التصفح حسب ظروفهم في المرتبة الثانية بنسبة 24٪ أي ما عادل 72 مبحوثاً من مجموع عينة البحث.

تدل هذه النتائج على الطابع المنتظم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة، ويرجع ذلك إلى أن الشبكات الاجتماعية أصبحت جزءاً من حياتهم، إذ يستخدمونها بشكل يومي في كافة المجالات كالبحث العلمي والدرشة والتعليقات وغيرها، إضافة إلى مناقشة الأحداث اليومية المتغيرة باستمرار، وذلك حسب

الظروف الخاصة بهم، خاصة ماتعلق بالدراسة في الجامعة، أو انجاز أعمال وأنشطة أخرى ترتبط بالحياة اليومية لأفراد العينة.

كما تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي دورا مهما في بلورة الوعي لدى الشباب الجامعي عبر تزويدهم بالمعلومات المختلفة مما يقود إلى تدعيم أو تغيير أو تكوين ثقافتهم، كما تنقل الأحداث والأخبار سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو رياضية أو فنية حال وقوعها؛ إذ يمكن تبادل المعلومات والصور والفيديوهات.

ومنه نستنتج أن الشباب الجزائري جعل من الشبكات الاجتماعية، نشاطا أساسيا في حياته اليومية، وذلك من خلال التمسك والتطلع ومواكبة الأحداث اليومية. لكن هذا النشاط المنتظم قد يضعف العلاقات الإنسانية ويقلل التفاعل وجهاً لوجه، مما يؤدي إلى الانعزال عن الواقع وهدر الوقت والادمان، ويقلل مهارات وفنون المحادثة، كما أن مواقع التواصل ساعدت على التباعد الأسري وإثارة المشاكل الزوجية.

- الجدول رقم: 23 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس و الكيفية التي يتصفح المبحوثون بها مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	المجموع	اناث		ذكور		الجنس الكيفية التي يتصفح بها افراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي
		%	ك	%	ك	
76%	228	77.61%	163	72.22%	65	بانتظام
24%	72	22.39%	47	27.78%	25	حسب الظروف
100%	300	100%	210	100%	90	المجموع

كا² المحسوبة = 1,006 تحت 1 درجة حرية .

كا² الجدولية = 3.84 عند مستوى دلالة 95 % .

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في الكيفية التي يتصفح المبحوثون بها مواقع التواصل الاجتماعي.

يبين الجدول رقم "23" أعلاه توزيع أفراد العينة حسب الكيفية التي يتصفح المبحوثون بها مواقع التواصل الاجتماعي و متغير الجنس ، حيث دلت الأرقام المبينة في الجدول على :

- أغلبية أفراد عينة البحث أجابوا بأنهم يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة بانتظام، و ذلك بنسبة 76٪، و سجلت أعلى نسبة عند الإناث بـ 77.61٪ بما يقابل 163 إجابة من مجموع 210 طالبة، مقابل 72.22٪ عند الذكور أي 65 إجابة من أصل 90 طالبا، حيث أن الفرق غير دال إحصائيا على مستوى ثقة 95٪ إذ بلغت قيمة ي المحسوبة ($T = 0.59$) ، وهي أصغر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للنوع.

- و أجاب ما نسبته 24٪ من مجموع الأفراد المبحوثين بأنهم يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي حسب الظروف المسموحة لهم، حيث سجلت أعلى نسبة عند الذكور قدرت بـ 27.78٪ ما يعادل 25 إجابة للطلبة الذكور، في حين لم تتجاوز نسبة الإناث 22.39٪ أي 47 إجابة فقط من أصل 210 حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95٪، إذ بلغت قيمة ي المحسوبة ($T = 1.89$)، وهي أصغر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للنوع .

إذن من خلال هذه النتائج نستخلص أن جل المبحوثين من الجنسين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بانتظام، وقلة منهم من يتصفحونها حسب الظرف التي تسمح لهم بذلك، ما يؤكد دائما الأهمية الكبيرة لمواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية للشباب الجامعي كونها تحقق لهم حاجات واشباكات معرفية ووجدانية واندماجية لا يستطيعون تلبيتها من وسائل اتصالية أخرى.¹

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق ، نجد قيمته المحسوبة ($\chi^2 = 1$)، وهي أصغر من القيمة الجدولية (3.84) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجة حرية واحدة و مستوى ثقة 95٪ و عليه نستنتج أنه لا تأثير لمتغير الجنس على الكيفية التي يتصفح المبحوثون بها مواقع التواصل الاجتماعي.

¹ - يامين بودهان: الشباب والانترنت، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان الاردن، 2012، ص 147.

- الجدول رقم 24: يمثل نوع الخدمة المفضلة لدى المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي

خدمات مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة	التكرار	النسبة %
الصور	177	20.94 %
الفيديوهات	187	22.13 %
الدردشة	201	23.78 %
التعليقات	84	9.94 %
الروابط	72	8.52 %
الالعاب	48	5.68 %
التطبيقات	76	8.99 %
المجموع	845	100 %

يبين الجدول رقم "24" أعلاه، توزيع عينة الدراسة حسب خدمات مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى المبحوثين، و قد دلت النتائج على الآتي:

جاءت خدمة الدردشة في المرتبة الأولى من حيث خدمات مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة من طرف المبحوثين حيث كانت عدد الإجابات 201، أي ما نسبته 23.78٪. وهذا يعبر عن كونها أكثر الخدمات التي تسهل بناء العلاقات الافتراضية للطلبة تفاعلياً، و تسمح لهم بالتعرف أكثر على الأصدقاء عبر المواقع المختلفة، كما تعد فضاء مميّزاً للمحادثة المكتوبة أو الصوتية وحتى بالصوت والصورة معاً، كما تساعد على توسيع علاقاتهم الاجتماعية والاندماج أكثر في المجتمع الافتراضي الذي تتيحه الشبكة وهذا ما أكدته دراسة أجراها مركز (Universal McCann Connections)¹، حيث أكدت أن أكثر الشباب الذين يمثلون عينة البحث، يستخدمون الدردشة بقوة مقارنة مع الخدمات الاتصالية الأخرى كالبريد الإلكتروني، مواقع الويب... الخ ، تليها خدمة الفيديوهات في المرتبة الثانية حيث سجلنا 187 إجابة، أي بنسبة 22.13٪. إذ يمكن أن يرجع ذلك إلى كون عينة الدراسة من الجمهور المهتم بمقاطع الفيديو للتعبير عن أنفسهم، نظراً لسهولة الولوج إليها وتداولها ونشرها إلكترونياً، وكذا سهولة حفظ المواد المسجلة بها، خاصة عن طريق موقع اليوتيوب، وجاءت مشاركة

¹ - McCann Connections, (2003).internet, media de reference des jeunes, le journal de net,[en ligne] www.journaldenet.com le 20/04/2020

الصور في المرتبة الثالثة بـ 20.94٪ وهي خدمة هامة بالنسبة لتطبيقات النت اليوم، حيث يتزايد عدد الأفراد الذين يتبادلون الصور يوميا في العالم، خاصة ماتعلق بالأحداث اليومية حيث تنشر هاته الصور على المواقع المختلفة، ثم يترك المجال للتعليق عليها.

ثم خدمة التعليقات بـ 9.94٪ حيث يقوم الشباب الجامعي بتقديم آرائهم ووجهات نظرهم حيال محتويات الصفحات حول الموضوعات المختلفة التي تنشر، وتتزايد أهمية التعليقات في كثير من المضامين، بل تعتبر أهم من المنشور الأصلي في كثير من الأحوال، تليها التطبيقات بـ 8.99٪ في المرتبة الخامسة، والروابط في المرتبة السادسة بـ 8.52٪ التي تعد مجانية وتسمح بتقديم محتويات بتقصير الروابط خاصة على اليوتيوب وغوغل وتويتر، ثم الألعاب في المرتبة الأخيرة بـ 5.68٪. ونلاحظ أن المجموع الكلي في الجدول يفوق عدد المبحوثين، إذ يشير إلى مجموع إجاباتهم وليس إلى عددهم بالنظر إلى أن السؤال متعدد الاجابات.

- الجدول رقم 25: يمثل نوع الخدمات المفضلة لدى المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	نوع الخدمات المفضلة لدى المبحوثين
5.18%	45	السياسية
16.12%	140	الاجتماعية
3.91%	34	الاقتصادية
27.76%	241	الثقافية
23.84%	207	الترفيهية
23.15%	201	الدينية
100%	868	المجموع

يبين الجدول رقم "25" أعلاه، توزيع عينة الدراسة حسب نوع خدمات مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى المبحوثين، و قد دلت النتائج على الآتي:

جاءت الموضوعات الثقافية في المرتبة الأولى من حيث نوع خدمات مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى الباحثين، حيث كانت عدد الإجابات 241 إجابة، أي ما نسبته 27.76٪ وهذا يعبر عن خصائص أفراد العينة وهم الطلبة الذين يعتبرون من الفئات المتعلمة والمتقفة في المجتمع، فمن الطبيعي أن نجد اهتمامهم بالمجال الثقافي يأتي ضمن أولوياتهم في الفضاء الإلكتروني والرقمي، و يسمح هذا الاهتمام بالزيادة في الوعي الثقافي والعلمي لديهم من خلال توسيع دائرة المعارف والمعلومات الجديدة المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي.

تليها الموضوعات الترفيهية في المرتبة الثانية حيث سجلنا 207 إجابة، أي بنسبة 23.84٪ إذ يمكن أن يرجع ذلك إلى كون عينة الدراسة من فئة الشباب، وهذه الفئة كثيرا ماتتعرض للاحساس بالفراغ وافتقاد شيء ما حينما تفرض عليهم ظروفًا معينة، ما يدفعهم إلى الهروب من هذا الواقع، بمتابعة برامج التسلية والترفيه التي تتيحها المجموعات الافتراضية على تلك الشبكات، وجاءت الموضوعات الدينية في المرتبة الثالثة بـ 23.15٪ و ذلك يعبر عن اهتمام عينة الدراسة بمعرفة رأي الدين في القضايا المختلفة و الأحكام المتعلقة بها، لا سيما تلك القضايا المعقدة و الشائكة، التي تخص الحياة اليومية، ناهيك عن ميل الشباب الجامعي إلى متابعة برامج الحوار الديني و الاستماع إلى دروس الوعظ والارشاد، وكذا الاستماع لآيات الذكر الحكيم، و محاولة معرفة أحكام تلاوة القرآن الكريم و تجويده لما في ذلك من فوائد كثيرة.

ثم جاءت الموضوعات الاجتماعية بـ 16.12٪ حيث يقوم الشباب الجامعي بانشاء صداقات عبر مواقع التواصل واختيار صفحات ومجموعات تحقق له الانتماء إلى مجتمع يلي حاجياته ورغباته، ولو كان هذا المجتمع افتراضيا، تليها المواضيع السياسية بـ 5.18٪ في المرتبة الخامسة، للتعبير عن آرائهم السياسية بما يساهم في تكوين نمط من أنماط الثقة والحرية، بما يدعم الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين، ثم الموضوعات الاقتصادية في المرتبة الأخيرة بـ 3.91٪. ونلاحظ أن المجموع الكلي في الجدول يفوق عدد الباحثين، إذ يشير إلى مجموع إجاباتهم وليس إلى عددهم بالنظر إلى أن السؤال متعدد الاجابات.

- الجدول رقم 26: يوضح عضوية المبحوثين في أي مجموعة لها علاقة بالخدمات المفضلة لديهم

النسبة المئوية %	التكرار	عضوية المبحوثين في أي مجموعة لها علاقة بالخدمات المفضلة لديهم
55.3 %	166	نعم
44.7 %	134	لا
100 %	300	المجموع العام

يبين الجدول رقم (26) أعلاه عضوية المبحوثين في أي مجموعة لها علاقة بالخدمات المفضلة لديهم، إذ تبين أن أكثر من نصف العينة ينتمون إلى مجموعات افتراضية على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 55.3%، مقابل 44.7% منهم لم يكونوا أعضاء في مجموعات لها علاقة بالخدمات المفضلة لديهم، ويأتي الانتماء إلى المجموعات الافتراضية من بين أهم النشاطات التي يقوم بها مستخدموا شبكات التواصل الاجتماعي، ذلك أنها تتيح للفرد افتراضياً أن يجتمع بآخرين من مختلف أرجاء العالم يشاركونه الاهتمام، سواء كان سياسياً أو ثقافياً أو اقتصادياً وغيرها.

فقد أحدثت العضوية بالمجموعات الافتراضية، نقلة نوعية في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية، حيث تعد تأثيراتها الاجتماعية على مستوى العلاقات بين الأفراد مطلباً مستمراً، في ظل ما يُموج به المجتمع المعاصر من تغيرات متلاحقة، سواء من خلال المضامين المتبادلة لهذه المواقع مثل موقع: فيس بوك وتويتر، أو من خلال ما ينشأ عليها يومياً وينتشر من معلومات تساعد في تلبية احتياجات الأفراد المختلفة للاتصال بالآخرين، والحصول على المعلومات، وتكوين الصداقات والعلاقات وما إلى ذلك بعيداً عن الاتصال المباشر بالعالم الخارجي¹، كما لعبت دوراً إيجابياً في المجتمع، من خلال تنمية شبكة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، كما أن العضوية في الشبكات الاجتماعية تجمع بين الطلبة الجامعيين الذين لديهم اهتمامات وأنشطة مشتركة، أو الذين يرغبون في

¹ - فهد بن علي الطيار: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة تويتر نموذجاً" دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود،

المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد ٣١، العدد 61، الرياض، 2014، ص 190.

استكشاف مصالح وأنشطة أخرى، كما لها أثر إيجابي على الجوانب الاجتماعية، فالأفراد في هذه الشبكات قد يحققون الترابط والتواصل الاجتماعي، بناء على اهتماماتهم وأفكارهم واتجاهاتهم.

وتدعم معظم شبكات التواصل الاجتماعي التواصل بين الأفراد داخل المجتمع الواحد، وتساعد في التواصل على أساس الاهتمامات المشتركة.

وينظر البعض إلى أن العضوية في مجموعات افتراضية ذات اهتمام مشترك، كباعث جديد للاهتمام بنموذج الاستخدامات والإشباع الذي يهتم بالاحتياجات النفسية والاجتماعية للجمهور، على أساس أن هذا الجمهور نشط وفعال وانتقائي في استخدامه لمضامين تلك المواقع؛ بهدف إشباع رغباته المختلفة، فالجمهور وفق هذا النموذج مبادر في استخدام الوسيلة لتحقيق أهداف اتصالية من جهة، وإشباع حاجات ورغبات اجتماعية وثقافية ودينية وترفيهية تنجم عن هذا الاستخدام من جهة أخرى.

- الجدول رقم 27: يوضح نوع مشاركة المبحوث في المجموعة التي لها علاقة بالخدمات المفضلة لديه

النسبة المئوية %	التكرار	نوع المشاركة
11.33%	34	صاحب صفحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
44.67%	134	مشارك نشط من حيث التعليقات ومواضيع المناقشة
15.67%	47	مجرد قارئ ومعلق
10.33%	31	لا تشارك في المناقشات ومجرد متصفح لمواقع التواصل الاجتماعي
17.66%	53	أخرى
0.33%	01	الذين لم يجيبوا
100%	300	المجموع العام

يوضح الجدول رقم 27 أعلاه نوع مشاركة المبحوث في المجموعة التي لها علاقة بالخدمات المفضلة لديه، إذ بينت المعطيات أن 44.67% من أفراد العينة هم مشاركون نشطون من حيث التعليقات ومواضيع المناقشة، ضمن المجموعات الافتراضية التي ينتمون إليها، وذات العلاقة بالمجالات المفضلة لديهم، في حين نجد 15.67% منهم مجرد قراء و معلقون فقط على المضامين التي تنشر ضمن المجموعات، أما 34 مبحوثا بما نسبته 11.33% يمتلكون صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، يتفاعلون من خلالها مع أعضاء آخرين أصدقاء لهم، كما سجلنا 10.33% من المبحوثين لا يشاركون في المناقشات ومجرد متصفحو فقط لمواقع التواصل الاجتماعي، أما 53 طالبا فقدموا خيارات أخرى عن نوع مشاركتهم ضمن المجموعة التي ينتمون إليها، تراوحت أغلبها بين الحوار والتفاعل، التشاور والتنسيق، المحاكاة والسخرية، التقييم والرد... الخ، أما الذين لم يجيبوا على هذا السؤال فلم تتجاوز نسبتهم 0.33% من المجموع الكلي لأفراد العينة.

نستنتج مما سبق أن تفاعل الأفراد مع منشورات المجموعات الافتراضية، يمنح العملية مزيدا من التفاعل، إذ يندمج الأفراد في العملية آليا بحكم انتمائهم للمجموعة، بحيث يشعرون أنهم جزء من إنتاج الرسالة المنشورة، قادرين على التعقيب الحر والفوري على ما هو منشور، فتتنوع المشاركة ما بين إعجاب وتعليق ومشاركة وتفاعل وقراءة، وقد يؤثر ذلك على الطبيعة الجدلية للقضايا ذات الاهتمام المشترك وارتباطها بالحياة اليومية، مما يسهم في تحقيق التواصل وتبادل الأفكار والآراء وتشكيل اتجاهاتهم وتصوراتهم إزاء تلك القضايا. كما أن هناك من الأفراد من يفضلون القراءة فقط دون تعليق أو مشاركة وهذا يعود إلى الفروق الفردية الموجودة بين الطلبة، واختلاف شخصياتهم في التعامل مع الأصدقاء الآخرين ضمن المجموعات المنتمين لها.

-المحور الثالث: تحليل بيانات دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 28: يبين سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين

النسبة المئوية %	التكرار	سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
28.8%	204	زيادة المعلومات والمعارف لديك
8.2%	58	السعي إلى إقامة علاقات مع الآخرين
13%	92	الحرص على التفاعل الاجتماعي مع الأسرة والأصدقاء
12.9%	91	التعبير بحرية عن الموضوعات والقضايا المختلفة
24.2%	171	الترفيه عن النفس وقضاء الوقت
10.8%	77	التواصل مع جماعات ذات اهتمام مشترك
2.1%	15	أخرى
100%	708	المجموع العام

يبين الجدول رقم 28 أعلاه سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين، حيث أن القراءة الأولى لبيانات الجدول توضح أن:

نسبة (28.8%) من المبحوثين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، يسعون بالدرجة الأولى إلى زيادة المعلومات والمعارف لديهم، وهي أكبر نسبة، ربما يرجع هذا إلى الخصائص العامة للمبحوثين، فهم طلبة متفرغين للدراسة بنسبة كبيرة، حيث هم من فئة المهتمين أكثر من غيرهم بالبحوث والدراسات، ومختلف المجموعات التي تركز على تخصصات علمية متنوعة، أين يجد فيها المستخدم ضالته في المعرفة والاستزادة من العلم والبحث، هذا بالإضافة إلى أن المستخدمين سواء من الطلبة أو الباحثين والمهتمين بتخصصات معينة، يجدون على مواقع التواصل الاجتماعي العديد من الأشخاص ذوي العلم والخبرة في مجالات اهتمامهم، فيتواصلون معهم

ويكونون علاقات اجتماعية معهم، مما يجعلهم يستفيدون من علمهم وخبرتهم، بما يحملونه من معارف وأفكار من خلال طرحها ومناقشتها.

أما السبب الثاني الذي من أجله يستخدم أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي فهو الترفيه عن النفس وقضاء الوقت وذلك بنسبة 24.2% حيث يجدون في تلك المواقع مكانا للمتعة والتسلية والترفيه، من خلال الألعاب سواء الفردية أو الجماعية التي يضمها الموقع، وهذا يرفه عن أنفسهم ويبعدهم عن القلق والروتين والاضطراب الذي يعيشونه في عالمهم الحقيقي.

فشبكات التواصل الاجتماعي تعد متنفسا طبيعيا آمنا للشباب الجامعي، فالكبت الذي يمارسه المجتمع، يعتبر دافعا رئيسيا لانتماء الأفراد إلى مواقع التواصل الافتراضية، التي أصبحت وسيلة للتعبير عن الآراء بحرية دون قيود أو خوف، لما يعرض من قضايا ومسائل على جميع الأصعدة.

فيما جاء الحرص على التفاعل الاجتماعي مع الأسرة والأصدقاء ثالثا بنسبة قدرها 13% حيث يتواصل أفراد العينة مع أهلهم وذويهم البعيدين عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، كما يسعى الشباب إلى إقامة علاقة صداقة مع أشخاص آخرين من بلدان مختلفة. فالدرشة والتواصل مع الأصدقاء يسمح للطلبة باكتشاف الذات، بمعنى البحث عن ردة فعل الآخرين اتجاه ما ينشر أو يتم التعليق عليه، وكيف يظهر في نظرهم، وبالتالي إقبال الطلبة لتحقيق إشباع التفاعل والتواصل، يرجع إلى طبيعة المرحلة التي يعيشونها، ففئة الشباب الجامعي وما يتميز به من خصائص، لها حاجات يجب إشباعها كالحاجة إلى القبول الاجتماعي والحاجة إلى الصداقات وتحقيق الانتماء الاجتماعي، هذا ما يؤكد الهدف الأساسي من عملية التفاعل الافتراضي وهو بناء علاقات اجتماعية عبر الحدود المحلية والإقليمية والعالمية .

بينما جاء التعبير بحرية عن الموضوعات والقضايا المختلفة رابعا بنسبة 12.9%، إذ تعتبر مواقع التواصل نافذة ممتلئة على العالم، حيث وجد الملايين من الشباب شبكات التواصل، نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار وثقافات الآخرين، و فرصة لتعزيز الذات، فهي تعطي فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به الطالب عن ذاته، فعند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل وعلى الصعيد العالمي، كما تعد منبرا للرأي والرأي الآخر، حيث من أهم خصائصها سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير، فالجمال مفتوح أمام حرية التعبير، مما جعل مواقع التواصل أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات والترجمات الشخصية تجاه قضايا مختلفة.

وجاء في المرتبة الخامسة التواصل مع جماعات ذات اهتمام مشترك بنسبة 10.8% بحيث يحاول الفرد دائما إنشاء الجماعة التي لها نفس اهتماماته ولها خصائص تتوافق مع شخصيته، أما السعي إلى إقامة علاقات مع الآخرين فجاء بنسبة 8.2%، فيما صرح عدد قليل جدا من الطلبة بأسباب أخرى تجعلهم يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي لم تتعدى نسبة اجاباتهم 2.1% .

- الجدول رقم: 29 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس و سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

ك ²	اناث=210		ذكور=90		الجنس سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
	%	ك	%	ك	
0.829	67.61%	142	68.89%	62	زيادة المعلومات والمعارف
0.074	16.67%	35	25.56%	23	السعي إلى إقامة علاقات مع الآخرين
0.662	31.42%	66	28.89%	26	الحرص على التفاعل الاجتماعي مع الأسرة والأصدقاء
0.239	32.38%	68	25.56%	23	التعبير بحرية عن الموضوعات والقضايا المختلفة
0.558	58.09%	122	54.44%	49	الترفيه عن النفس وقضاء الوقت
0.751	26.19%	55	24.44%	22	التواصل مع جماعات ذات اهتمام مشترك
0.386	04.28%	09	06.67%	06	أخرى

يبين الجدول رقم "29" أعلاه، توزيع عينة الدراسة حسب أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و النوع، إذ أكدت المعطيات بالجدول أعلاه على عدم وجود فروق دالة إحصائية بخصوص أسباب استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)، ويظهر ذلك مع قيمة اختبار ك² التي فاقت 0.05 مع جميع الخيارات.

فبالنسبة للخيار الأول " زيادة المعلومات والمعارف " جاء في المرتبة الأولى عند الطلبة والطالبات معا، حيث بلغ عدد التكرارات من الذكور 62 بنسبة 68.89 %، و 142 من الإناث بنسبة 67.61 %، أما قيمة اختبار

كا² فكانت 0.829. أما الاختيار المتعلق بـ " الترفيه عن النفس وقضاء الوقت " فتم اختياره ثانيا عند كلا الجنسين ، إذ اختاره 49 مبحوثا من الذكور ممثلين بنسبة 54.44 %، و 122 من الإناث بنسبة 58.09 %، وبلغت قيمة اختبار كا² 0.558 مشيرة إلى غياب فروق دالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس. كذلك الحال مع سبب " الحرص على التفاعل الاجتماعي مع الأسرة والأصدقاء " لم تظهر بشأنه فروق دالة إحصائية بين الجنسين عندما بلغت النسبتين 28.89 % للذكور و 31.42 % للإناث. أما الخيار المتعلق " بالتعبير بحرية عن الموضوعات والقضايا المختلفة " فتقاربت كذلك بشأنه التكرارات والنسب بين الجنسين، حيث اختاره من الذكور 23 ممثلين بنسبة 25.56 %، و 68 من الإناث بنسبة 32.38 %، ويؤكد ذلك قيمة اختبار كا² التي بلغت 0.239. وبالنسبة للخيار المرتبط " بالسعي إلى إقامة علاقات مع الآخرين " هو الآخر لا يدل على وجود فروق بين الجنسين حيث بلغ اختبار كا² = 0.074 كما لم نسجل فروقا ذات دلالة إحصائية بين الخيارين المتبقين " التواصل مع جماعات ذات اهتمام مشترك " و " أسباب أخرى " حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة لكل منهما على التوالي 0.751 و 0.386.

والظاهر أن إشباع الطلبة لحاجاتهم من المعلومات والمعارف يأتي في مقدمة أهدافهم من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وترجم ذلك في ارتفاع النسب مع الخيارات التي تركز هذا السبب، وهي مؤشرات تدل بوضوح تام على الدور البارز الذي تلعبه هذه المواقع ضمن عملية البحث العلمي وكافة أنشطته (إعداد بحوث، الاطلاع، تبادل معلومات... الخ). كما يحظى خيار الترفيه عن النفس وقضاء الوقت بالاهتمام الكبير لدى هذه الشريحة من المجتمع، حيث يمكن التوجه لمواقع التواصل الاجتماعي بوصفها وسيلة جيدة للترفيه والمتعة، فالعديد من الطلبة يقومون باستخدام هذه الوسائل عندما يريدون الاسترخاء والتحرر من ضغوط الحياة اليومية كالدراسة والعمل، ويعتبر أمر مشاهدة التعليقات والمشاركات من المستخدمين الآخرين وتبادل الفيديوهات أمرا جيدا يشعرهم براحة نفسية قد لا يجدونها في وسائل أخرى. ويفضل الطلبة والطالبات التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء عبر هاته المواقع التي تشهد تطورا مستمرا، إذ اختزلت المسافات بين أفراد العائلة الواحدة، وبين الأقارب، حيث يمكن بضغط زر على جهاز حاسوب أو حتى هاتف محمول صغير أن تهنيئ شخصا يقيم في قارة أخرى على بعد مئات الآلاف من الكيلومترات، ويزداد هذا التواصل خلال المناسبات والأعياد التي يتبادل فيها الأقارب والأصدقاء التهاني.

ويظهر جليا من خلال هذه النسب أن مواقع التواصل الاجتماعي، ترتبط بالمجال العام الافتراضي ارتباطا وثيقا، إذ يعد هذا المجال فرصة أمام الطلبة والطالبات ليتبادلوا الأفكار والمعلومات والاهتمامات المشتركة، و مجالا للتعبير الحر عن آرائهم التي لا يستطيعون البوح بها أو التعبير عنها في مجتمعاتهم الواقعية. ففي هذا المجال يشكل

المشاركون فيه ثقافة من نوع خاص تسمى "ثقافة المجال الافتراضي"¹، وهي ثقافة لها قيمها وعاداتها ولغتها وسلوكها الذي يميزها عن الثقافة الواقعية، وهو بذلك يتميز بمجموعة من المقومات يمكن أن نوجزها على النحو التالي²: المعرفة التي يمتلكها الأفراد المشتركون في الفضاء الرمزي، الشعور بالتميز والوحدة، المشاركة القائمة على تجانس الاهتمامات.

الجدول رقم 30: يوضح تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للمبحوثين

النسبة المئوية %	التكرار	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي
30.3%	91	ايجابا
27%	81	سلبا
42.7%	128	لا تأثير
100%	300	المجموع

يوضح الجدول رقم "30" تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للمبحوثين، حيث أظهرت الأرقام المبينة في الجدول أعلاه أن:

أفراد العينة الذين لا تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على تحصيلهم الدراسي بلغ عددهم 128 فردا بنسبة 42.7%. أما الذين يرون أن لها أثرا ايجابيا على تحصيلهم الدراسي فبلغ عددهم 91 مفردة في المرتبة الثانية بنسبة 30.3% والذين يرون أن لمواقع التواصل تأثيرا سلبيا على حياتهم الدراسية فبلغ 81 فردا في المرتبة الثالثة بنسبة 27%.

¹- حلمي ساري: التواصل الاجتماعي، كنوز المعرفة، ط1، الأردن، 2006، ص134.

²- زكي وليد: المشاركة عبر المجتمع الافتراضي، مجلة الديمقراطية، العدد 20، القاهرة، أكتوبر 2010، ص 53.

من خلال هذه النتائج نستنتج أن أقل من نصف أفراد العينة، يعتقدون بأنه لا تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي على تحصيلهم الدراسي بينما الأغلبية من المبحوثين تراوحت اجاباتهم بين من يرون أن تأثيرها كان ايجابيا، ومن يرون عكس ذلك بنسبتين متقاربتين، رغم أفضلية الايجابي على السلبي نسبيا.

هذا مايفسر استخدام بعض الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية،كتبادل الخبرات، والمعلومات، والتعاون في حل الواجبات المنزلية عبر هذه المواقع، واستخدام بعضهم لهذه المواقع كمصدر للمعلومات، هذا يتوقف على مدى وعي الطالب وتوجيهه نحو الاستخدام الايجابي لمواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد حجم الاستخدام بما لا يؤثر في الساعات المخصصة للدراسة، ونعتقد أن المستوى التعليمي للأولياء يلعب دورا كبيرا في توجيه الأبناء ايجابيا لاستخدام هذه المواقع، أما الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للطلبة، فقد كانت متقاربة مع سابقتها، وهذه النتيجة منطقية من وجهة نظرنا، وذلك كون الساعات التي يقضيها الطالب في استخدام هذه المواقع، تكون بالتأكيد على حساب التحصيل الدراسي والساعات المخصصة للدراسة. فقد بينت نتائج الجداول المتعلقة بالحجم الساعي اليومي والأسبوعي لتصفح المواقع، أن عدد الساعات التي يقضيها الطلبة أمام مواقع التواصل تتجاوز ثلاث ساعات يوميا في الغالب، كما أن استخدامها يكاد يكون يوميا عند أغلب الطلبة، وقد اتفقت هذه النتيجة مع النتائج التي توصلت اليها دراسة (أرين كاربنسكي)¹، التي بينت نتائجها أن الأشخاص الذين يقضون وقتا أطول على الانترنت، يخصصون وقتا أقصر للدراسة.

¹ - Aren, Karbiniski: **Facebook and the technology revolution**, (2010) NY Spectrum Publications

- الجدول رقم: 31 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس و تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي

النسبة	المجموع	اناث		ذكور		الجنس تأثير مواقع التواصل على التحصيل الدراسي
		%	ك	%	ك	
%30.33	91	%29.04	61	%33.33	30	ايجابا
%27	81	%26.19	55	%28.89	26	سلبا
%42.67	128	%44.77	94	%37.78	34	لا تأثير
%100	300	%100	210	%100	90	المجموع

χ^2 المحسوبة = 1,272 تحت 2 درجات حرية .
 χ^2 الجدولية = 5.99 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لديهم.

يبين الجدول رقم "31" أعلاه، توزيع أفراد العينة حسب الجنس و تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لديهم، حيث أوضحت النتائج التفصيلية الآتي:

- يعتبر أفراد عينة البحث ذكورا و إناثا أنه لا تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي على تحصيلهم الدراسي، وذلك في المرتبة الأولى بنسبة 37.78% للذكور مقابل 44.77% للإناث. يمكن تفسير ذلك في نظرنا بالوعي الذي يتميز به الشباب الجامعي، بضرورة تقسيم الوقت بين تصفح هذه المواقع من جهة، و المطالعة والمذاكرة وانجاز الأعمال البحثية من جهة أخرى، كما أنهم يدركون أن الإفراط في استخدام الانترنت وتطبيقاتها له تداعيات نفسية وصحية وادراكية عليهم ما يجعلهم ينظمون أوقات استخدامهم لها.

و صرح الطلبة والطالبات على حد سواء بأن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي كان إيجابيا على تحصيلهم الدراسي و ذلك بنسبة 33.33٪ لدى الذكور مقابل 29.04٪ لدى الإناث. فكثير من الشباب الجامعي، يعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي بصورة رئيسية، كأداة للاتصال مع الزملاء والأساتذة، والحصول على المعلومات في مختلف المجالات البحثية، حيث ربطت شبكة المعلومات الطلبة والأساتذة بعضهم ببعض، إذ تتضمن تلك التقنية كما هائلا من المعلومات في كافة مناحي الحياة الصحية، الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية، أعمال تجارية ومصرفية، ألعاب ووسائل ترفيه وغيرها. وقد تميزت مواقع التواصل بسهولة الاستخدام وسرعة الانتشار، ما جعل بعض الطلبة يعتبرون تأثيرها إيجابي على تحصيلهم الدراسي.

- كما أوضحت النتائج أن أفرادا من عينة الدراسة ذكورا وإناثا لا يختلفون في أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير سلبي على تحصيلهم الدراسي وذلك بنسبة 28.89٪ لدى الذكور مقابل 26.19٪ لدى الإناث. فطبيعي جدا أنه كلما زادت مدة التصفح لتلك المواقع، كلما كان ذلك على حساب المذاكرة ومراجعة الدروس مما يؤثر على التحصيل الدراسي، كما أن ضعف المستوى التعليمي للأولياء، وعدم استخدامهم لهذه المواقع، يضعف عملية المراقبة لطبيعة المضامين التي يتعرض لها أبنائهم، ناهيك عن الساعات الطويلة التي يقضونها في تصفح هذه المواقع مما ينعكس سلبا على الجانب الإدراكي والنفسي والصحي للطلاب، ما يجعل مهارات التواصل الاجتماعي لديه تضعف، حيث لا يتمكن من التفاعل مع الأستاذ في الصفوف الدراسية بطريقة إيجابية فعالة، تمكنه من تحقيق نتائج جيدة في حياته الدراسية.

إذن ليست هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين إجابات الذكور والإناث حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تحصيلهم الدراسي وهذا ما أكدته اختبار كا² المحسوبة (كا² = 1,272)، وهي أصغر من القيمة الجدولية (5.99) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتى حرية 2 و مستوى ثقة 95٪، والارتباط بينهما قوي جدا وهو ما دلت عليه قيمة (ر=1)، ومنه نستنتج أن الذكور و الإناث لا يختلفون في إجاباتهم حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تحصيلهم الدراسي.

- الجدول رقم: 32 يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص و تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي.

النسبة	المجموع	لا تأثير		سلبي		ايجابا		تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للمبحوثين
		%	ك	%	ك	%	ك	
%16.67	50	%18.75	24	%14.81	12	%15.38	14	علوم اجتماعية و انسانية
%16.66	50	%19.53	25	%08.64	07	%19.78	18	علوم الطبيعة والحياة
%16.67	50	%17.96	23	%16.04	13	%15.38	14	اداب ولغات
%16.66	50	%14.06	18	%29.62	24	%08.79	08	علوم اقتصادية
%16.67	50	%16.40	21	%12.34	10	%20.87	19	حقوق وعلوم سياسية
%16.67	50	%13.28	17	%18.51	15	%19.78	18	علوم وتكنولوجيا
%100	300	%100	128	%100	81	%100	91	المجموع

χ^2 المحسوبة = 20,649 تحت 10 درجات حرية .
 χ^2 الجدولية = 18.31 عند مستوى دلالة 95 % .
 النتيجة: توجد فروق ذات دالة إحصائية بين التخصصات العلمية للمبحوثين و تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لديهم.

أظهرت المعطيات في الجدول رقم "32" أعلاه وجود اختلافات بين استجابات المبحوثين نحو هذا السؤال تعزى لمتغير التخصص، ويظهر ذلك من خلال التكرارات والنسب المسجلة مع كل بديل، حيث

نلاحظ أن متغير التخصص كان له تأثير نسبي في إحداث اختلافات بين الطلبة المبحوثين بخصوص تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لديهم، ويظهر ذلك في عدد التكرارات والنسب المسجلة، حيث بلغت التكرارات في التخصصات الستة مع خيار "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي ايجابيا" 14 مبحوثا من تخصصي العلوم الاجتماعية والانسانية والآداب واللغات بنسبة 15.38% لكل

منهما، فيما بلغ 18 مبحثاً من تخصصي علوم الطبيعة والحياة والعلوم والتكنولوجيا ممثلين بنسبة 19.78% لكل منهما، فيما بلغ عدد التكرارات مع تخصص الحقوق والعلوم السياسية 19 مبحثاً بنسبة 20.87% وهي أعلى نسبة مع هذا الخيار، فيما سجلنا 08 طلبة فقط من العلوم الاقتصادية أجابوا به بنسبة قدرت بـ 8.79%، أما الخيار الثاني "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي كان سلبياً"، فالاجابات كانت متفاوتة هي الأخرى بين التخصصات العلمية، حيث سجلنا مع تخصص علوم اجتماعية وإنسانية 12 مبحثاً بنسبة 14.81%، و 13 مبحثاً من تخصص آداب ولغات بنسبة 16.04%، و 07 مبحثين فقط من علوم الطبيعة والحياة أجابوا على هذا الخيار بنسبة 8.64%، فيما أجاب عليه 10 مبحثين من تخصص الحقوق والعلوم السياسية بنسبة 12.34% و 15 طالباً من تخصص علوم وتكنولوجيا بنسبة 18.51% غير أن أكبر نسبة لهذا الخيار، كانت مع تخصص العلوم الاقتصادية بـ 24 إجابة من أصل 50 أي بنسبة قدرها 29.62% أما ما تعلق بالخيار الثالث والأخير "لاتأثير لمواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لأفراد العينة"، فظهرت اختلافات في استجابات المبحوثين من التخصصات المختلفة، فالتكرارات والنسب كانت كالاتي: 23 مبحثاً من تخصص آداب ولغات بنسبة 17.96% و 24 مبحثاً من تخصص علوم اجتماعية وإنسانية بنسبة 18.75% و 25 مبحثاً من علوم الطبيعة والحياة بنسبة 19.53%. أما بالنسبة لتخصص الحقوق والعلوم السياسية فكانت الأرقام كالاتي: 21 مبحثاً بنسبة 16.40% و 18 من العلوم الاقتصادية بنسبة 14.06%، وجاء في الأخير تخصص علوم وتكنولوجيا بـ 17 مبحثاً بنسبة 13.28%.

من خلال إجابات المبحوثين، نستنتج أن طلبة الحقوق والعلوم السياسية، العلوم والتكنولوجيا، علوم الطبيعة والحياة أكبر المستفيدين من تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في دراستهم، أكثر من غيرهم من التخصصات الأخرى، فيما تأثر التحصيل الدراسي لطلبة العلوم الاقتصادية سلباً أكثر من غيرهم عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، ويرى نصف الطلبة تقريباً من تخصصي الآداب واللغات، العلوم الاجتماعية والإنسانية أنه لاتأثير لهذه المواقع على تحصيلهم الدراسي لا بالإيجاب ولا بالسلب.

وبتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق، نجد قيمة كا² المحسوبة (كا²=20,64)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (18.31) المنبئة بوجود علاقة فارقة تحت 10 درجات حرية و مستوى ثقة 95%، و هذا ما دل عليه مستوى التوافق إذ بلغت قيمته (ق= 0.25) و عليه توجد فروق دالة إحصائية بين التخصصات العلمية في القول بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لديهم.

الجدول رقم 33: يوضح الزيادة في التحصيل العلمي والثقافي للمبحوثين

النسبة المئوية %	التكرار	الزيادة في التحصيل العلمي والثقافي
82.3%	247	نعم
17.7%	53	لا
100%	300	المجموع العام

يؤشر الجدول رقم 33 أعلاه والمتعلق بالزيادة في التحصيل العلمي والثقافي لدى لمبحوثين من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، أن هناك شبه إجماع من طرف المبحوثين أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي كان له الأثر الايجابي في زيادة تحصيلهم العلمي والثقافي، حيث عبر عن ذلك 247 طالبا وطالبة بنسبة بلغت 82.3% مقابل 17.7% ممن لا يعتبرون أن هناك زيادة في خزائهم المعرفي والثقافي بعد استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي. و نعتبر هذه النسبة المرتفعة مؤشرا واضحا ودالا على الميل المتزايد للمبحوثين نحو هذه المواقع، ولعل هذا الإقبال تفسره عدة عوامل، قد تعرضنا لبعضها سابقا، حيث أضحت مواقع التواصل تلعب دورا بارزا في تحقيق الحاجات المعرفية للطلبة الجامعيين، إذ يستعينون بها لتبادل المعلومات والدروس والتفاعل معها مع زملائهم وأساتذتهم، من خلال المجموعات والصفحات التي لها علاقة بتخصصهم، كما فتحت مواقع التواصل الاجتماعي عصرا جديدا من التطور الثقافي للإنسان، فجعلت من الممكن لكل شعوب العالم أن تتعرف على بعضها وبشكل خاص التبادل الثقافي ونقل القيم والمبادئ والعلوم والمعارف والآداب والفنون.¹

هذا التنوع الثقافي وتعدد الثقافات ساهم في زيادة الوعي لدى الطلبة الجامعيين بكل ماهو وافد ومحلي ضمن الاطار الثقافي الذي يعيشونه في عصرنا الحالي.

¹ - حامد سعيد جبر وآخرون: مرجع سابق، ص96.

إضافة إلى جملة الإشباعات التي يحققها الطلبة من وراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتي ستعرض لها في محور لاحق.

الجدول رقم 34: يوضح مدى الزيادة في التحصيل العلمي والثقافي للمبحوثين

النسبة المئوية %	التكرار	مدى الزيادة في التحصيل العلمي والثقافي
49.3%	148	كثيرا
17.7%	53	كثيرا جدا
23.7%	71	قليلا
4%	12	قليلا جدا
5.3%	16	الذين لم يجيبوا
100%	300	المجموع

يؤشر الجدول رقم "34" أعلاه توزيع مجموعة الدراسة حسب مدى الزيادة في التحصيل العلمي والثقافي للمبحوثين من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أظهرت الأرقام المبينة في الجدول أن:

أفراد العينة الذين يزيد تحصيلهم العلمي والثقافي من خلال تصفح مواقع التواصل الاجتماعي كثيرا بلغ عددهم 148 مبحوثا بنسبة 49.3% تليها الزيادة في التحصيل العلمي والثقافي قليلا في المرتبة الثانية بنسبة 23.7% ثم الزيادة في التحصيل العلمي والثقافي كثيرا جدا في المرتبة الثالثة بنسبة 17.7% والذين صرحوا بأن تحصيلهم العلمي والثقافي كان قليلا جدا لم يتجاوز 12 مبحوثا بنسبة قدرت بـ 4% أما الذين لم يجيبوا على هذا السؤال بلغ عددهم 16 مبحوثا من مجموع أفراد العينة بنسبة 5.3% .

من خلال هذه النتائج، نستنتج أن درجة الزيادة في التحصيل العلمي والثقافي لأفراد عينة البحث من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، مرتفعة عند الخيارين كثيرا و كثيرا جدا، حيث بلغت نسبتهما معا

67% في حين نجدها منخفضة نسبيا عند مستوى قليلا وقليلا جدا، إذ بلغت نسبتها معا 27.7%، هذا ما يفسر الدور الكبير الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في تثقيف الشباب الجامعي و إمدادهم بالمعلومات التي يحتاجونها في حياتهم الدراسية، حيث أوضحت من بين أهم وسائل الإعلام المعاصرة المؤثرة التي تسمح للأفراد بتبادل المعلومات والأفكار والتعلم والتثقيف، كما يمكن اعتبارها مختبرا لعمليات التعارف والتواصل، ومن خلال البيانات أعلاه نعتقد أن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة الجامعيين له انعكاسات سلبية و إيجابية على ثقافتهم وتعليمهم، وهذا يرجع إلى طبيعة استخدام الطالب لهذه المواقع، فكلما كان الاستخدام إيجابيا زادت القدرات العلمية والوعي الثقافي للشباب الجامعي، والعكس بالعكس أي كلما كان الاستخدام سلبيا تدنت هاته القدرات وانخفض مستوى الوعي الثقافي لديهم.

الجدول رقم 35: يوضح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الدراسات الجامعية لدى الباحثين

النسبة المئوية %	التكرار	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الدراسات الجامعية
33.3%	177	الاطلاع على المعارف والمعلومات الخاصة بالمقرر الدراسي لتخصصك
29.5%	157	لتبادل الخبرات مع الزملاء في الجامعة
25.8%	137	الاطلاع على المحاضرات والأعمال العلمية اليومية
8.1%	43	لتتابع صفحات أساتذتك على المواقع
3.4%	18	أخرى
100%	532	المجموع

يوضح الجدول رقم "35" أعلاه مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الدراسات الجامعية لدى الباحثين، وبحسب المعطيات الجدولية يظهر أن أهم ما يقوم به الطلبة أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي هو " الاطلاع على المعارف والمعلومات الخاصة بالمقررات الدراسية ذات العلاقة بتخصصهم " وذلك بـ 177

اجابة ونسبة بلغت 33.3%، ثم جاء الخيار الثاني المتعلق بـ " تبادل الخبرات مع الزملاء في الجامعة " بـ 157 تكرارا ونسبة 29.5%، حيث سهلت مواقع التواصل الاجتماعي التواصل بين الطلبة وزملائهم لأغراض الدراسة، كإعداد المشاريع والبحوث المطلوبة وتبادل المعلومات ذات العلاقة بتخصصهم.

وسجلنا 137 إجابة عبر من خلالها أفراد العينة أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في الدراسات الجامعية للاطلاع على المحاضرات والأعمال العلمية اليومية " ممثلين بنسبة 25.8%، ذلك أن الطالب المتغيب عن الصفوف الدراسية قد يحتاج إلى تبادل المعلومة وتبسيطها وتوضيحها، لذا يتجه إلى هذا النوع من الوسائل لتحقيق هذا الهدف، فيتواصل الطالب مع زملائه لإرسال واستقبال المعلومات فيما يخص محتوى المحاضرات المنجزة وكذا الواجبات المنزلية والرد على استفسارات بعضهم البعض.

هذا ولم يحظ خيار "متابعة صفحات أساتذتهم على المواقع "سوى بنسبة قدرت بـ 8.1%، فيما كانت الاجابات عن استخدامات أخرى مختلفة، قليلة جدا لم تتعد نسبتها 3.4%، وبذلك فإن الخيارات الثلاثة الأولى تحظى باهتمام كبير من طرف المبحوثين، كما تشغل حيزا كبيرا من الأوقات التي يقضيها الطلبة الجامعيون في الفضاء الافتراضي.

ذلك أن هذه الشبكات سهلت تبادل المعلومة بينهم، وهذا النوع من التواصل يوفر الوقت والجهد أيضا، كما نعتقد أن البحث عن المعلومة داخل مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام، يوفر جوا من المتعة أكثر من طرائق البحث الأخرى كالكتب، حيث توجد أصوات وصور وأنماط مختلفة في العروض، ووجود خيارات عديدة في المعلومات التي يتم تحديثها باستمرار، بالإضافة إلى الخدمات الأخرى التي تقدمها هذه الوسائل، كإمكانية تواصل الطلبة مع بعضهم في أي وقت، وقد توافقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة العتيبي.¹

ملاحظة: تشير خانة المجاميع الكلية إلى مجموع إجابات المبحوثين وليس إلى عددهم، لأن السؤال متعدد الاجابات يتيح للمبحوث الاجابة على أكثر من خيار واحد.

¹ - العتيبي، جراح: تأثير الفيس بوك على طلبة الجامعات السعودية ، رسالة ماجستير غير منشورة . الرياض : كلية الأدب جامعة الملك سعود (2008).

الجدول رقم: 36 يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص و غرض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الدراسات الجامعية

ك ²	علوم وتكنولوجيا 50 =		علوم سياسية 50 =		علوم اقتصادية 50 =		آداب ولغات 50 =		علوم الطبيعة والحياة 50 =		علوم اجتماعية وانسانية 50 =		التخصص استخدام مواقع التواصل في الدراسة الجامعية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.810	54%	27	58%	29	58%	29	58%	29	58%	29	68%	34	الاطلاع على المعارف والمعلومات الخاصة بالمقرر الدراسي لتخصصك
0.658	62%	31	46%	23	50%	25	50%	25	50%	25	56%	28	لتبادل الخبرات مع الزملاء في الجامعة
0.112	38%	19	46%	23	40%	20	56%	28	58%	29	36%	18	الاطلاع على المحاضرات والأعمال العلمية اليومية
0.101	06%	03	04%	02	08%	04	02%	01	02%	01	14%	07	لتتابع صفحات أساتذتك على المواقع
0.199	12%	06	20%	10	14%	07	16%	08	20%	10	04%	02	أخرى

يمثل الجدول أعلاه، توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي وغرض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الدراسات الجامعية.

بناء على الأرقام والنسب في الجدول أعلاه يتضح لنا وجود تشابه كبير بين المبحوثين في إجاباتهم حول الغرض من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الدراسات الجامعية، ويظهر ذلك من خلال قيمة ك² المحسوبة مع جميع الخيارات حيث فاقت قيمتها 0.05 عند مستوى ثقة 95%، وقد جاءت أهم المجالات التي يقوم بها المبحوثون في دراستهم ونسبها كالآتي:

الاطلاع على المعارف والمعلومات الخاصة بالمقرر الدراسي للتخصص 68% من طلبة العلوم الاجتماعية والانسانية، 58% لباقي التخصصات الأخرى، ماعدا تخصص علوم وتكنولوجيا الذي قدرت نسبته 54% أما

كما² المحسوبة فبلغت 0.810، بالنسبة للخيار الثاني "تبادل الخبرات مع الزملاء في الجامعة" 62% علوم وتكنولوجيا تليها 56% علوم اجتماعية وإنسانية، ثم 50% لباقي التخصصات الأخرى ماعدا تخصص الحقوق والعلوم السياسية الذي بلغت نسبته 46% وكما² المحسوبة 0.658، أما الاجابة بـ "الاطلاع على المحاضرات والأعمال العلمية اليومية" فجاءت النتائج: 58% لتخصص علوم الطبيعة والحياة، 56% آداب ولغات، 46% حقوق وعلوم سياسية، 40% علوم اقتصادية، 38% علوم وتكنولوجيا و 36% علوم اجتماعية وإنسانية و بلغت قيمة كما² المحسوبة 0.112. وحظي اختيار "متابعة صفحات الأساتذة على المواقع" بنسب ضعيفة بين مختلف التخصصات إذ جاءت النسب كالآتي: 14% لتخصص علوم اجتماعية وإنسانية، 08% علوم اقتصادية، و 06% علوم وتكنولوجيا، 04% حقوق وعلوم سياسية، أما بالنسبة لتخصصي الآداب واللغات وعلوم الطبيعة والحياة فبلغت نسبة كل منهما لهذا الخيار 02% كما بلغت قيمة كما² المحسوبة 0.101 وهي أكبر من 0.05 المنبئة بوجود فروق ذات دلالة احصائية.

أما الاختيار الأخير "استخدامات أخرى" فجاءت نتائجه كالآتي: 20% لكل من تخصصي علوم الطبيعة والحياة وحقوق وعلوم سياسية، 16% آداب ولغات، 14% علوم اقتصادية، 12% علوم وتكنولوجيا ثم أخيرا 04% لتخصص علوم اجتماعية وإنسانية، وبلغت قيمة كما² المحسوبة 0.199 وهي أكبر من 0.05 المنبئة بوجود فروق ذات دلالة احصائية.

نستنتج من خلال الجدول، أن الاطلاع على المعارف والمعلومات الخاصة بالمقرر الدراسي للتخصص أولا وتبادل الخبرات مع الزملاء في الجامعة ثانيا، هما أهم نشاطين يقوم بهما أفراد العينة من مختلف التخصصات العلمية عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، ثم يليهما الاطلاع على المحاضرات والأعمال العلمية اليومية، وذلك لحاجتهم الماسة لها عند جمع المادة العلمية الخاصة بالدروس والأعمال الموجهة. حيث أصبحوا يستغلون خدمات التواصل الفوري عبر مواقع التواصل الاجتماعي في عمليات التبادل العلمي، نظرا لما توفره هذه الخدمة من مزايا عديدة منها تقليل الجهد والوقت وعناء التنقل، خاصة بالنسبة للطلبة الذين يقطنون في مناطق بعيدة، أو أولئك الذين لديهم ظروف خاصة تمنعهم من الحضور أحيانا، وتشير عدة دراسات إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي استخدمت بشكل كبير لتحسين الحياة الأكاديمية للطلبة، وأدت بالتالي إلى الجودة في تحصيلهم العلمي. حيث أصبحت الجامعات من حول العالم توظف منصات التواصل الاجتماعي، وتستخدمها لتعزيز بيئة التعليم. حيث أشارت الدراسات الأخيرة إلى أن مؤسسات التعليم العالي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كي تساعد طلبتها على التفاعل مع الآخرين في البيئات التعليمية الافتراضية. ومن خلال هذه المواقع

يمكن نشر المعلومات بين الطلبة وبين أنفسهم لأهداف تعليمية. إذ في دراسة مشابها أجراها Balakrishnan و Liew و Pourgholaminejad سنة 2015¹ لاحظوا وجود عدة عوامل تساعد على إنجاح توظيف مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق أهداف أكاديمية. يعد أهم هذه العوامل استخدام الطلبة والمدرسين لهذه المواقع، من أجل تحسين التجربة التعليمية، وتكوين علاقات قوية، وعلى وجه الخصوص عند التعلم عن بعد، كما سمحت هذه المواقع للطلبة بعمل الأنشطة المختلفة في البيئات التعليمية الافتراضية، مثل النقاشات الجماعية وإنجاز الأبحاث والمشاريع.

الجدول رقم 37: يوضح كيفية تفاعل الباحثين مع المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية %	التكرار	كيفية تفاعل الباحثين مع المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي
39.7%	224	تسجل إعجابك بها
23.4%	132	تعلق عليها
15.8%	89	تمررها إلى الآخرين
9.8%	55	تستفيد منها ولا تشارك
10.3%	58	تخبر بها الآخرين شفويا
1.1%	6	أخرى
100%	564	المجموع

يبين الجدول رقم "37" أعلاه كيفية تفاعل الباحثين مع المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد سجلنا 224 إجابة يصرح فيها الباحثون بأنهم يسجلون إعجابهم بماتة المنشورات بنسبة 39.7% يليهم 132 مبحوثا ممثلين بنسبة 23.4% يعلقون عليها، فعند تصفح مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع "فايسبوك"

¹ - وائل بن شحات مُجد بصري وجيهان عبد الوهاب: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على أداء طلبة الجامعات - دراسة حالة جامعة الحدود الشمالية - المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، جامعة عين شمس، العدد 2، سنة 2017، ص 7.

(Facebook) كثيرا ما يجد الطلبة صفحة تعجبهم موضوعاتها، فيتفاعلون مع هذه الصفحة، بإضافة موضوعات أو المقالات أو الصور أو كتابة تعليقات على محتوياتها، ويتم ذلك بعد الاشتراك أو الاعجاب بهذه الصفحة من قبل المتصفح لها، كما يكون ذلك بالنقر على زر "أعجبني" (Like) من أعلى الصفحة الرئيسية، وبمجرد النقر على هذا الزر يتم الاشتراك أو تسجيل الاعجاب، وحينها يمكن التفاعل وإضافة ما يريده المستخدم من موضوعات أو تعليقات، ليقراء جميع زوار ومعجبي هذه الصفحة. كما يمكن الوصول للصفحات المتنوعة في مواقع التواصل الاجتماعي وعرضها والاعجاب بها والتفاعل معها بالبحث عنها، وذلك باستخدام مربع البحث من أعلى نافذة الموقع، تماما كما يتم عند البحث عن أصدقاء جدد.

أما الذين يمررونها إلى الآخرين فبلغت نسبتهم 15.8% من مجموع النسب، في حين بلغت نسبة من يستفيد منها ولا يشاركها الآخرين 9.8% و 10.3% من اجابات المبحوثين يخبرون بها الآخرين شفويا في حين يتفاعل أفراد عينة البحث مع المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي بطرق أخرى، بنسبة ضئيلة لم تتعدى 1.1% من مجموع الاجابات.

وتؤكد هذه النتائج ما توصلنا إليه من خلال جدول سابق عن الخدمات المفضلة للمبحوثين، حين تبين أن أغلبية المستخدمين يفضلون خدمة الدردشة. في حين يقل اهتمامهم بالتطبيقات الأخرى التي تتعدد وتتنوع في مواقع التواصل الاجتماعي، ما يجعل العديد من مستخدميها يفضلون الخدمات التي تكون فيها التفاعلية أكثر من غيرها، من خلال كتابة التعليقات ومناقشتها والرد عليها من طرف الأعضاء في الصفحات أو المجموعات.

ملاحظة: تشير خانة المجاميع الكلية إلى مجموع إجابات المبحوثين وليس إلى عددهم، لأن السؤال متعدد الاجابات يتيح للمبحوث الاجابة على أكثر من خيار واحد.

الجدول رقم: 38 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس و كيفية تفاعل المبحوثين مع المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي

ك ²	اناث=210		ذكور=90		الجنس كيفية تفاعل المبحوثين مع المنشورات
	%	ك	%	ك	
0.072	77.61%	163	67.78%	61	تسجل إعجابك بها
0.007	49.04%	103	32.22%	29	تعلق عليها
0.934	29.52%	62	30%	27	تمررها إلى الآخرين
0.416	17.14%	36	21.11%	19	تستفيد منها ولا تشارك
0.898	19.52%	41	18.89%	17	تخبر بها الآخرين شفويا
0.857	01.90%	04	02.22%	02	أخرى

يبين الجدول رقم "38" أعلاه، توزيع أفراد العينة حسب الجنس و كيفية تفاعل المبحوثين مع المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن القراءة الأولية لبيانات الجدول توضح جليا أن أعلى النسب سواء من الذكور (67.78%) أو من الإناث (77.61%) اختارت أن تتفاعل مع المنشورات بتسجيل إعجابهم بها، وما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس وكيفية التفاعل مع هذه المواقع وفق هذا الخيار، هو اختبار ك² المحسوبة والتي فاقت 0.05 حيث جاءت قيمتها 0.072، ويمكن تفسير ذلك في نظرنا بالخصائص التي يتميز بها الشباب الجامعي، فكثيرا ما يعجب الطلبة بموضوعات صفحة ما، فيتفاعلون مع هذه الصفحة، بإضافة موضوعات أو مقالات أو صور أو كتابة تعليقات على محتوياتها. كما سجلنا نسبة (32.22%) من الذكور يتفاعلون مع المنشورات بالتعليق عليها و(49.04%) بالنسبة للإناث حيث بلغت قيمة ك² المحسوبة 0.007 وهي أصغر من 0.05 ما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في التفاعل مع المنشورات من خلال التعليق عليها، فالإناث يملن إلى التعليق أكثر من الذكور، كما دلت البيانات أيضا أن نسبة (30%) من الذكور يتفاعلون مع المنشورات في مواقع التواصل الاجتماعي بمشاركتها مع الآخرين، والإناث كذلك بنسبة (29.52%) إذ بلغت قيمة ك² المحسوبة 0.934 حيث لا وجود لفروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس وكيفية تفاعل أفراد العينة مع المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي وفق هذا الخيار، أما

التفاعل معها من خلال الاستفادة منها وعدم مشاركتها الآخرين فجاءت عند الذكور في المرتبة الرابعة بنسبة 21.11% بينما حلت خامسة عند الاناث بنسبة 17.14%، و بلغت قيمة كا² المحسوبة 0.416 إذن نستنتج أنه لا وجود لفروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس وكيفية تفاعل أفراد العينة مع المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي وفق هذا الخيار، في حين يتفاعل أفراد العينة من الطلبة والطالبات مع المنشورات بابلأغ الآخرين بها شفويا في المرتبة الخامسة عند الذكور بنسبة 18.89% وفي المرتبة الرابعة عند الاناث بنسبة 19.52% لكن لا وجود لفروق ذات دلالة احصائية بين الجنسين لأن كا² المحسوبة بلغت 0.898 وهي أكبر من 0.05 المنبئة بوجود فارق بينهما.

أما التفاعل مع المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي بطرق أخرى فجاءت في الأخير عند الذكور، بنسبة ضعيفة قدرت بـ 02.22% وكذلك عند الاناث بنسبة 1.90% كما لم تسجل فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس وكيفية التفاعل مع هذه المواقع بطرق مختلفة وهو ما أكدته اختبار كا² المحسوبة حيث بلغت قيمتها 0.857

يتضح مما سبق أنه لا وجود لفروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات الذكور والاناث حول كيفية تفاعلهم مع المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما أكدته اختبار كا² المحسوبة مع كل الخيارات ماعدا الخيار الثاني، ومنه نستنتج أن الذكور و الإناث يتشابهون في إجاباتهم حول كيفية تفاعلهم مع المنشورات رغم التباينات الطفيفة التي لم تؤثر على العلاقة القوية بينهما.

الجدول رقم 39: يوضح دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ترتيبيا.

النسبة المئوية	التكرار	دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
29.64%	206	رغبة منك في الحصول على معلومات آنية وموثوقة
26.47%	184	لاعتقادك بأنها تشكل منبرا حرا للتعبير عن آرائك وتوجهاتك
22.45%	156	رغبة في توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية لديك
19.29%	134	الابتعاد عن التضييل الذي تمارسه بعض وسائل الإعلام التقليدية
2.15%	15	أخرى
100%	695	المجموع

من خلال الجدول رقم "39" اعلاه والذي يشتمل على قائمة بأهم دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل أفراد العينة، اتضح لنا أن هناك تقارباً عاماً في النسب المتحصل عليها بين الاختيارات، ما عدا الاختيار الأخير الذي جاءت نسبته ضعيفة، حيث سجلنا 206 إجابة يعبر فيها المبحوثين عن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي بغرض الحصول على معلومات آنية وموثوقة بنسبة 29.64%، و184 من الاجابات صرح فيها أفراد العينة بأنهم يستخدمونها لاعتقادهم بأنها تشكل منبراً حراً للتعبير عن آرائهم وتوجهاتهم بنسبة 26.47%، فيما تم تسجيل 156 تكراراً يعبر فيها الطلبة عن رغبتهم في توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية من خلال تصفحهم لهاته المواقع بنسبة بلغت 22.45%، أما من يستخدمونها للابتعاد عن التضليل الذي تمارسه بعض وسائل الإعلام التقليدية فبلغ عدد الاجابات 134 بنسبة 19.29%. هذا ولم نسجل سوى (15 إجابة بنسبة 2.15%، كشف فيها أفراد العينة عن أغراض أخرى تدفعهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كالرغبة في التواصل مع الآخرين، ملء أوقات الفراغ، ومتابعة آخر المستجدات في كل مجالات الحياة اليومية.

وبهذه النتائج نتأكد من الدور البارز الذي تلعبه تلك الشبكات الاجتماعية كفضاء علمي إلكتروني حاضر بقوة في النشاط العلمي الذي يقوم به الطلبة الجامعيون (دراسة، اعداد بحوث، مطالعة...الخ).

وفي هذا الصدد أشارت نتائج دراسة Aksayir¹ أن تقريباً نصف أعضاء هيئة التدريس المكونين لعينة الدراسة، والذين لديهم حسابات أو صفحات متاحة على شبكات التواصل الاجتماعي، يستخدمونها لأغراض تعليمية، وأهم دافع يحثهم على استخدامها هو توفير تلك الشبكات لأدوات اتصال سريع وفعال.

ونعتقد بأن الدور البارز لمواقع التواصل الاجتماعي في امداد الأفراد بالمعلومات، سيسهم في تراجع دور المصادر الأخرى كانت بالأمس القريب ذات مكانة رئيسية في عملية البحث والتعليم عبر مدة من الزمن، وهذا مايتفق مع دراسة أجرتها عواج وتبري² على عينة قصدية مكونة من 197 طالباً و35 أستاذاً جامعياً بهدف التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم التعليم عن بعد لدى الطلبة الجامعيين في الجزائر، أن لكل من شبكتي فايسبوك ويوتيوب أدواراً فعالة في التعليم عن بعد، وهذا فضلاً عن مساهمتهما الكبيرة في تقليل صعوبات التعليم التقليدي، خاصة ما يتعلق بالزمن والجهد.

¹ - Gokce Akçayır, Why do faculty members use or not use social networking sites for education? Computers in Human Behavior, (2017) 71, 378-385

² - سامية عواج وسامية تبري: دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم التعليم عن بعد لدى الطلبة الجامعيين، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر الدولي الحادي عشر لمركز جيل البحث العلمي حول التعلم بعصر التكنولوجيا الرقمية، طرابلس لبنان، من 22-24 أبريل 2016. ص ص 02، 01

أما ماتعلق باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي كفضاء حر للتعبير عن الآراء وتوسيع شبكة العلاقات الاجتماعية، فقد جاءت في المراتب الأولى هي الأخرى، واتضح ذلك من خلال النسب العالية المسجلة مع هذين الخيارين، فقد حول هذا المشهد الواسطي حياة الفرد إلى فضاء افتراضي رقمي حر، يحتاج بالتأكيد إلى التنظيم والتقنين لتجنب الاستخدام السيء له، كما أسهم في تعارف الناس على بعضهم البعض بشكل أسرع، وأزال الكثير من الحواجز والقيود الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وأصبحت إمكانية التحدث مع الزملاء والأصدقاء سهلة جدا مقارنة بما سبق، إذ يكفي إرسال رسالة نصية أو صوتية أوحى مقطوع مصور إلى الشخص الآخر، لإيصال فكرة ما وفي أي وقت، دون أن يكون هناك أي ضرورة إلى رؤية هذا الشخص بشكل شخصي، أو تنسيق موعد معه، كما أسهم في زيادة المعرفة بين الشعوب ونشر الثقافات المختلفة لها، وأصبح منصة لكثير من الشباب الجامعي لينشروا مناسباتهم الاجتماعية ويدعون الآخرين إلى مناسبات مختلفة تخصهم، وساعد في انفتاح المجتمعات والأشخاص بشكل كبير، أما انخفاض نسبة الخيار الأخير في القائمة، يرجع ربما لكون فئة قليلة من الطلبة يدفعها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض أخرى غير موجودة ضمنها كالترفيه والتسلية و متابعة آخر المستجدات في كل المجالات وملء أوقات الفراغ... الخ

ملاحظة: تشير خانة المجاميع الكلية إلى مجموع إجابات المبحوثين وليس إلى عددهم، لأن السؤال متعدد الاجابات يتيح للمبحوث الاجابة على أكثر من خيار واحد.

الجدول رقم 40: يوضح القضايا والموضوعات التي يحرص المبحوثون على متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية %	التكرار	القضايا والموضوعات التي يحرص المبحوثون على متابعتها
22.73%	196	قضايا التعليم
21.46%	185	قضايا دينية
17.98%	155	قضايا الفن والثقافة
12.52%	108	قضايا الصحة
9.51%	82	قضايا الشباب والرياضة
7.54%	65	قضايا الأدب
6.14%	53	قضايا سياسية ودولية
2.08%	18	قضايا البيئة
100%	862	المجموع

تبين لنا من الجدول رقم 40 أعلاه والذي يوضح القضايا والموضوعات التي يحرص المبحوثون على متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أن القضايا التعليمية والدينية هما المجالين الأكثر اهتماما ومتابعة من طرف الطلبة وذلك بنسبة بلغت 22.73% و 21.46% على التوالي من مجموع إجابات المبحوثين، تليهما قضايا الفن والثقافة بنسبة قدرت بـ 17.98%، ثم تأتي في المرتبة الرابعة القضايا الصحية بنسبة بلغت 12.52% تليها مباشرة قضايا الشباب والرياضة و قضايا الأدب والفن بنسبة بلغت 9.51% و 7.54% على التوالي، وجاءت القضايا السياسية والدولية في المرتبة السابعة بنسبة قدرت بـ 6.14%، لتأتي في الأخير القضايا البيئية من حيث الاهتمام والمتابعة بنسبة ضعيفة قدرت بـ 2.08% ويظهر من القائمة في الجدول، أن فئة قليلة من المبحوثين تهتم وتتابع القضايا الثلاث الأخيرة، فعدد إجاباتهم لم تتعد 136 تكرارا من المجموع الكلي الذي بلغ 862 إجابة، وهذا الأخير يفوق بكثير العدد الكلي للمبحوثين، وذلك لأن السؤال متعدد الخيارات، يتيح الإجابة على أكثر من قضية واحدة لكل مبحوث.

بعد استعراضنا لبيانات الجدول السابق نستنتج أن نسبة كبيرة من الطلبة يفضلون بالدرجة الأولى قضايا التعليم، الدين والفن والثقافة للمتابعة أكثر من الموضوعات والقضايا الأخرى، فالاهتمام الأول بطبيعة الحال يرجع كما أوضحنا سابقا إلى خصائص أفراد العينة، الذين هم من الطلبة الجامعيين، وهي أكثر الفئات اهتماما بالقضايا العلمية من غيرها، حيث تعتبر الشبكات الاجتماعية فضاء رحبا لتبادل المعلومات والأفكار العلمية ومناقشتها بين الطلبة فيما بينهم أو بينهم وبين أساتذتهم في الجامعة.

أما الموضوع الثاني الأكثر تفضيلا من قبل المبحوثين هو - الموضوعات الدينية - ذلك ما يؤشر إلى أن أفراد عينة البحث من الشباب الذي يعيش في مجتمع محافظ ومتشبث بالقيم الدينية الإسلامية و متطلع إلى التزود بالمعلومات الدينية، من خلال البرامج التي تتضمنها مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي هذه الأخيرة لها دور كبير في تثقيف و إعلام الجماهير بأمور دينهم وديناهم، من خلال الدروس الوعظية والأحاديث النبوية الشريفة، برامج الفتاوى والقرآن الكريم، ناهيك عن الأفلام والمسلسلات الدينية والكارتونية وغيرها التي تعرض دوريا على هاته المنصات الاجتماعية.

أما ما تعلق بموضوع - قضايا الفن والثقافة - الذي حل ثالثا ترتيبيا من حيث المتابعة لدى أفراد العينة، هو الآخر نال اهتمام هذه الفئة من المجتمع لعدة اعتبارات كون الشباب الجامعي من الفئات التي تتذوق الفن من خلال تبادل الصور الخاصة بنجوم الفن السينمائي والفيديوهاات والقصص وغيرها، كما تهتم هذه الفئة بالعادات

المأكلية والمشربية واللباس للثقافات الأخرى الوافدة، وهذا ما يتجلى في كثير من سلوكيات الطلبة التي نلاحظها يوميا سواء في اللباس أو الأكل... الخ.

بالنسبة للقضايا الصحية احتلت مكانة هامة في الفضاء الرقمي، إذ جاءت في الاختيار الرابع لدى الطلبة المبحوثين، فالوعي الصحي له أهمية قصوى في حياة الأفراد والمجتمعات، خاصة فئة الشباب، بحكم ارتباطهم القوي والتصاقهم بمفاهيم هذا الجانب من الوعي، فالصحة مؤشر هام من مؤشرات التنمية في أي بلد، ناهيك عن انخفاض معدل المرض كلما زادت الثقافة الصحية للأفراد، فمن البديهي إذن ألا تكتمل سعادة الشباب إلا بتحقيق الصحة والعافية، ووفقا لتقارير معهد الطب الأمريكي "Institute of medicine"¹ الصادر عام 2014 أن ما يقارب من نصف البالغين في الولايات المتحدة الأمريكية، حوالي 90 مليون فرد يعانون من مشكلات في فهم المعلومات الصحية واستخدامها، وهو ما أدى إلى ارتفاع دخول المستشفيات والتردد على خدمات الطوارئ من المرض، محدودي الوعي الصحي. فيعد الإسهام في زرع الوعي الصحي والمعرفة الصحية من موضوعات المهمة، حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا من مصادر المعلومات وتؤدي به إلى بناء الفرد وتكوينه المعرفي والوجداني والسلوكي من خلال زيادة ثقافته الصحية.

وبخصوص قضايا الشباب والرياضة، فاهتمام الطلبة بهذا الموضوع كان في المرتبة الخامسة، كون الرياضة والترفيه ليس من أولوياتهم خاصة وأن أغلب أفراد العينة من الإناث، وهن لا يفضلن كثيرا موضوعات الرياضة مقارنة بالذكور.

أما قضايا الأدب، القضايا السياسية والقضايا البيئية، فقد احتلت المراتب الأخيرة من حيث ترتيب اهتمام المبحوثين وحرصهم على متابعتها، وهذا يرجع في تقديرنا إلى طبيعة اهتمامات الطلبة، التي تبتعد نسبيا عن الموضوعات الثقيلة، وكذلك طبيعة التنشئة الاجتماعية والأسرية، والوعي الذي يمتلكونه عن تلك القضايا.

¹ - هامل عبد النور: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور الجلفة، العدد الثاني عشر، ديسمبر 2018، ص 72.

الجدول رقم 41: يبين مدى تغير مواقف وأفكار المبحوثين حيال قضايا ناقشوها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية %	التكرار	تغير مواقف وأفكار المبحوث حول قضايا ناقشها
73.7%	221	نعم
26.3%	79	لا
100%	300	المجموع

يبين الجدول رقم "41" أعلاه مدى تغير مواقف وأفكار المبحوثين حيال قضايا ناقشوها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إذ تبين أن أغلبية أفراد العينة تتغير مواقفهم وأفكارهم حول القضايا التي يناقشونها عبر الفضاء الإلكتروني وذلك بنسبة 73.7%، مقابل 26.3 % منهم لم يغيروا مواقفهم وأفكارهم حول تلك القضايا، بناء على هاته النتائج يمكننا القول أن شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، تقوم بإثارة وعي الطلبة وتعديل أفكارهم وسلوكاتهم من خلال زيادة المعلومات المنشورة للتأثير على مواقفهم إزاء قضايا مختلفة، ويتدعم ذلك أكثر من خلال الاتصالات الشخصية بأعضاء في مجموعات معينة ومناقشة مواضيع معينة معهم، عندها يصبح الطالب الجامعي، مهتما بتكوين صورة ذهنية عن طريق الأخبار والمعلومات والأفكار التي يتلقاها، سواء مكتوبة أو مسموعة أو مرئية في مجالات علمية أو ثقافية أو اجتماعية وغيرها من المجالات الأخرى، وهنا تسعى الجهة القائمة بالاتصال عبر صفحات تلك المواقع، إلى تكوين صورة ذهنية تربط الموضوع بمصالح الشباب وتطلعاته. وفي خطوة لاحقة تبدأ الجهة المنظمة بتصميم الرسائل والمضامين الجديدة، للوصول إلى نتائج سلوكية أكثر تحديدا كاتخاذ قرار مغاير، ثم تأتي مرحلة صناعة أحداث معينة لضمان استمرار الاهتمام بالموضوع وتغطيته، ثم حث الأفراد على اتخاذ قرار محدد معبر عن الفكرة، عن طريق الدعوة لتبني مواقف تركز عليها أطراف فاعلة، ما يؤدي في النهاية إلى التأثير في آراء واتجاهات الطلبة إما إيجابيا أو سلبيا. وبما أن جمهور الطلبة جمهور نوعي ومتعلم، فقلما لا تتغير مواقفه وأفكاره، فالفضاءات الإلكترونية اليوم، هي مكان مناسب للنقد وتبادل الأفكار وزيادة الوعي لدى الشباب الجامعي.

- الجدول رقم: 42 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس و مدى تغير مواقف وأفكار المبحوثين حيال قضايا

ناقشوها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	المجموع	اناث		ذكور		الجنس مدى تغير مواقف وأفكار المبحوثين عن قضايا ناقشوها
		%	ك	%	ك	
73.67%	221	76.19%	160	67.78%	61	نعم
26.33%	79	23.81%	50	32.22%	29	لا
100%	300	100%	210	100%	90	المجموع

كا² المحسوبة = 2,298 تحت 1 درجة حرية .

كا² الجدولية = 3.84 عند مستوى دلالة 95 % .

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث حول مدى تغير مواقفهم وأفكارهم حيال قضايا ناقشوها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

يبين الجدول رقم "42" أعلاه توزيع أفراد العينة حسب الجنس و مدى تغير مواقف وأفكار المبحوثين حيال قضايا ناقشوها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث دلت الأرقام المبينة في الجدول على أن:

أغلبية أفراد العينة تتغير مواقفهم وأفكارهم حول القضايا التي يناقشونها عبر الفضاء الإلكتروني بصفة عامة، و ذلك بنسبة 73.67%، وسجلت أعلى نسبة عند الإناث ب 76.19% بما يقابل 160 إجابة من مجموع 210 طالبة، مقابل 67.78% عند الذكور أي 61 إجابة من أصل 90 طالبا، حيث أن الفرق غير دال إحصائيا على مستوى ثقة 95%، إذ بلغت قيمة ي المحسوبة ($T = 0.96$)، وهي أصغر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للنوع . وعليه فإجابات الذكور والاناث متشابهة في قولهم بأن مواقفهم وأفكارهم تتغير حول مواضيع يناقشونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وأجاب ما نسبته 26.33% من مجموع الأفراد المبحوثين بأنه لا تتغير مواقفهم وأفكارهم حول القضايا التي يناقشونها عبر الفضاء الإلكتروني، حيث سجلت أعلى نسبة عند الذكور قدرت ب 32.22% ما يعادل 29 إجابة،

في حين لم تتجاوز نسبة الإناث 23.81% أي 50 إجابة فقط من أصل 210 حيث أن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%، إذ بلغت قيمة T المحسوبة (2.69)، وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقاً للنوع والاجابة بهذا الخيار. إذن هناك اختلافات طفيفة بين الجنسين في التصريح بعدم تغير مواقفهم وأفكارهم التي تناقش عبر الفضاء الإلكتروني.

إذن من خلال هذه النتائج نستخلص أن جل المبحوثين من الجنسين تتغير مواقفهم وأفكارهم حول القضايا التي يناقشونها عبر الفضاء الإلكتروني، وقلة منهم من لا تتغير مواقفهم، ما يؤكد دائماً الأهمية الكبيرة لمواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية للشباب الجامعي، كونها تمدهم بمعلومات و معارف تساهم في زيادة الوعي لديهم في شتى المجالات، وتوفر لهم فضاء مناسباً للنقاش والتفاعل وتبادل الآراء ووجهات النظر.

وبتطبيق اختبار χ^2 على أرقام الجدول السابق، نجد قيمته المحسوبة ($\chi^2 = 2.29$) وهي أصغر من القيمة الجدولية (3.84) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجة حرية واحدة ومستوى ثقة 95%، وعليه نستنتج أنه لا تأثير لمتغير الجنس على مدى تغير مواقف وأفكار المبحوثين حيال قضايا ناقشوها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 43: يبين كيف تتغير مواقف وأفكار المبحوثين حيال قضايا ناقشوها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية %	التكرار	كيفية تغير مواقف وأفكار المبحوثين
52.33%	157	أحيانا
19%	57	غالبا
26.33%	79	دائما
2.33%	7	لم يجيبوا
100%	300	المجموع

يبين الجدول رقم "43" كيف تتغير مواقف وأفكار المبحوثين حيال قضايا ناقشوها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث دلت النتائج على الآتي:

عبر 157 مبحوثا بنسبة 52.33٪ أي أكثر من نصف أفراد العينة، أنه تتغير مواقفهم وأفكارهم حيال قضايا ناقشوها عبر مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا ثم دائما ما تتغير تلك المواقف والأفكار، حيث أجاب 79 مبحوثا بذلك أي بنسبة قدرها 26.33٪ يليها التغير بغالبا بنسبة 19٪، بينما لم يجب عن هذا السؤال 07 من أفراد العينة. و يمكننا أن نفسر ذلك انطلاقا من سمات مجتمع الدراسة، المتمثل في الطلبة الجامعيين وهم من أكثر الفئات في المجتمع تعلما ووعيا بالقضايا المطروحة للنقاش من غيرهم من الفئات الأخرى، كما يتعلق الأمر كذلك بطبيعة المواضيع التي تنشر، أهميتها، مصدرها، ومدى مصداقيتها، فالطلبة يغيرون ويجددون معلوماتهم في شتى المجالات، لكن ليس بالملق دائما، فقد يرتبط ذلك بمقياس الثقة بالأشخاص الذين يتواصلون معهم، و بالمضامين ذات النوعية و التي تقدم بأساليب إقناعية متباينة، وذلك بالرغم من كون بعض المنشورات لا تتضمن معلومات قيمة وذات تأثير كبير في الطلبة الجامعيين.

جدول رقم 44: يوضح تقييم المبحوثين لمستوى تفاعلهم مع الموضوعات المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية %	التكرار	تقييم مستوى التفاعل مع القضايا المطروحة
41,7%	125	إيجابي
6,0%	18	سلبي
52,3%	157	لا أدري
100%	300	المجموع

يوضح الجدول رقم "44" أعلاه تقييم المبحوثين لمستوى تفاعلهم مع الموضوعات المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث دلت النتائج المتحصل عليها

أن نصف عدد أفراد العينة أجابوا بأنهم لا يستطيعون تقييم مستوى تفاعلهم مع الموضوعات المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي و ذلك بنسبة 52.3٪ في حين أجاب 41.7٪ منهم بأن مستوى تفاعلهم مع

الموضوعات المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان ايجابيا ، فيما سجلنا 06% من أفراد العينة صرحوا بسلبية تفاعلهم مع تلك القضايا والموضوعات.

وتدل هذه النتائج على أن الشباب الجامعي يتفاعل دوريا مع مجموعة كبيرة من المواضيع وفي مجالات كثيرة، مايجعل تقييم مستوى التفاعل صعب لديهم، لكن الغالب من اجابات المبحوثين في المرتبة الثانية يميل إلى التفاعل الايجابي مع محتويات مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال إبراز الآراء ونشرها وتقبل أفكار الآخرين وتبنيها، فالانسان كائن اجتماعي بطبعه وفطرته، ما يجعل التواصل مع الآخرين ضرورة لا بد منها، وهذا ماوفرته مواقع التواصل الافتراضي على اختلافها وتنوعها، في عالم رقمي وجد فيه الطالب مجالا خصبا للتعبير عن نفسه، ومشاعره وأفكاره مع الآخرين، وبالمقابل هناك قلة ممن يطلقون ألسنتهم وأقلامهم في كل المسائل والقضايا، خاصة المصرية منها، فالخوض في كل الميادين والحكم فيها مع قلة الفهم والادراك يؤثر سلبا على الأفراد والجماعات، ناهيك عن التعصب الفكري والسب والشتم والمساس بأعراض الآخرين، فكلها تصب في خانة التفاعل السلبي مع ما يطرح من قبل الأعضاء في الصفحات والمجموعات.

- الجدول رقم: 45 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس و تقييم المبحوثين لمستوى تفاعلهم مع الموضوعات

المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	المجموع	اناث		ذكور		الجنس تقييم المبحوثين لمستوى تفاعلهم مع الموضوعات
		%	ك	%	ك	
41.67%	125	41.90%	88	41.11%	37	إيجابي
6.00%	18	04.28%	09	10.00%	09	سلبي
52.33%	157	53.81%	113	48.89%	44	لا أدري
100%	300	100%	210	100%	90	المجموع

ك² المحسوبة = 3,730 تحت 2 درجة حرية .

ك² الجدولية = 5.99 عند مستوى دلالة 95 % .

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث حول تقييم المبحوثين لمستوى تفاعلهم مع الموضوعات المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يبين الجدول رقم "45" أعلاه توزيع أفراد العينة حسب تقييم المبحوثين لمستوى تفاعلهم مع الموضوعات المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي و متغير الجنس، حيث أشرت الأرقام المبينة في الجدول على أن:

- نصف أفراد عينة البحث تقريباً أجابوا بأنهم لا يستطيعون تقييم مستوى تفاعلهم مع الموضوعات المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بنسبة 52.33%، وسجلت أعلى نسبة عند الإناث بـ 53.81% بما يقابل 113 إجابة من مجموع 210 طالبة، مقابل 48.89% عند الذكور أي 44 إجابة من أصل 90 طالباً، حيث أن الفرق غير دال إحصائياً على مستوى ثقة 95%، إذ بلغت قيمة $T = 0.79$ ، وهي أصغر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقاً للنوع.

- و أجاب 125 مبحوثاً من مجموع أفراد العينة بأن مستوى تفاعلهم مع الموضوعات المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان إيجابياً وذلك بنسبة 41.67%، حيث سجلنا نسبتين متقاربتين جداً بين الطلبة والطالبات، حيث عند الذكور قدرت بـ 41.11% ما يعادل 37 إجابة، وسجلت عند الإناث نسبة قدرها 41.90% أي 88 إجابة من أصل 210 حيث أن الفارق بين النسبتين ليس ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%، إذ بلغت قيمة $T = 0.16$ ، وهي أصغر بكثير من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقاً للنوع.

أما الذين صرحوا بسلبية تفاعلهم مع تلك القضايا والموضوعات المنشورة من الجنسين لم يتجاوز عددهم 18 فرداً، حيث جاءت التكرارات والنسب ضعيفة مقارنة بالخيارات الأولى، إذ لم نسجل سوى 10 % فقط بالنسبة للذكور و 4.28% للإناث، والفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%، إذ بلغت قيمة $T = 0.806$ ، وهي أكبر بكثير من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقاً للنوع والاجابة بالتفاعل السلبي مع المنشورات على شبكات التواصل الاجتماعي. إذن نستنتج أن الطالبات يتفاعلن بسلبية مع المواضيع أقل من الذكور.

إذن من خلال هذه النتائج نستخلص أن جل المبحوثين من الجنسين، يقيمون مستوى تفاعلهم مع الموضوعات والقضايا المختلفة التي تنشر إما بالإيجاب أو بعدم تحديد مستوى التقييم، وقلة قليلة من الطلبة المبحوثين من يتفاعلون بسلبية مع تلك المواضيع، وبتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول، نجد قيمته المحسوبة (كا² = 3,70)، وهي أصغر من القيمة الجدولية (5.99) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتي حرية 2 و مستوى ثقة 95%، وعليه نستنتج أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث حول تقييم مستوى تفاعلهم مع الموضوعات المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 46: يبين رأي المبحوثين في أن مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مساعد على تطور المجتمع

النسبة المئوية %	التكرار	مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مساعد على تطور المجتمع
62.7%	188	نعم
37.3%	112	لا
100%	300	المجموع

يبين الجدول رقم "26" أعلاه رأي المبحوثين في أن مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مساعد على تطور المجتمع، إذ تبين أن أكثر من نصف أفراد العينة يعتبرون ذلك بنسبة 62.7%، مقابل 37.3% منهم أكدوا عكس ذلك الرأي، فالتقدم والتطور الحاصل في المجتمعات اليوم، ماهو إلا نتاج متوقع أفرزته التكنولوجيا الجديدة، خاصة تكنولوجيا الاعلام والاتصال وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعي، ذلك أنها أسست لميلاد عصر جديد من عصور التواصل البشري، حيث فتحت آفاقا واسعة وتغيرات عميقة في أساليب الحياة للمجتمعات، ومنها المجتمع الجزائري، حيث فتحت جسور التواصل دون حدود وبلا قيود واختزلت المسافات.

فقد أحدثت العضوية بالمجموعات الافتراضية، نقلة نوعية في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية، حيث تعد تأثيراتها الاجتماعية على مستوى العلاقات بين الأفراد مطلبا مستمرا، في ظل ما يموج به المجتمع المعاصر من تغيرات متلاحقة، سواء من خلال المضامين المتبادلة لهذه المواقع مثل موقع: فيس بوك وتويتر، أو من خلال ما

ينشأ عليها يوميا وينتشر من معلومات تساعد في تلبية احتياجات الأفراد المختلفة للاتصال بالآخرين، والحصول على المعلومات، وتكوين الصداقات والعلاقات وما إلى ذلك بعيدا عن الاتصال المباشر بالعالم الخارجي،¹ ويمكننا القول اليوم، أن المؤسسات الجزائرية بدأت تعي الدور الكبير لهذه المواقع في تطور مختلف نشاطاتها، خدماتية كانت أو إنتاجية سلعية، حيث شرعت في تكريس جهود نوعية نحو اعتمادها بصورة عامة، حتى تحقق علاقة أكثر مرونة في تعاملاتها اليومية مع الزبائن والمتعاملين، قصد إرضاء واشباع رغبات الجمهور، ناهيك عن التأثير المتزايد لهذه الشبكات على الحياة السياسية والثقافية والاقتصادية وغيرها، من خلال نقل المعلومات والملفات بشكل يومي وبوتيرة متصاعدة.

وعليه فالقول بأن مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مساعد على تطور المجتمع اليوم حقيقة بارزة للعيان، خاصة إذا ما استخدمت أفضل استخدام واستغلت في تنمية القطاعات المختلفة، أما الذين يعتبرونها غير مساعدة على تطور المجتمع وهم قلة، فقد يعود رأيهم إلى أن الحديث عن مواقع التواصل الاجتماعي، لا ينبغي أن يكون من زاوية واحدة (الايجابية فقط)، بل الاستخدام السلبي لتلك المواقع قد يضر بالمجتمع أكثر من أن ينفعه، بالنظر إلى الاقبال المتزايد عليها، وانعكاس ذلك سلبا على الحالة النفسية والسلوكية للأفراد والجماعات، ومنها التأثير على القيم والعادات والتقاليد السائدة، فكثير من الدراسات رصدت تأثيرات سلبية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد والجماعات، كالعزلة، تفكك الروابط الأسرية، الادمان، التبعية، نشر الأخبار الكاذبة، اثارة الفتن والنعرات الطائفية، التحايل من أجل الحصول على المال... الخ.

- الجدول رقم: 47 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس و رأي المبحوثين في أن مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مساعد على تطور المجتمع

النسبة	المجموع	الجنس		رأي المبحوثين	
		ذكور	إناث	نعم	لا
		%	ك	%	ك
73.67%	188	67.78%	48	76.19%	140
26.33%	112	32.22%	42	23.81%	70
100%	300	100%	90	100%	210

¹ - فهد بن علي الطيار: مرجع سابق، ص 190.

ك² المحسوبة = 4,787 تحت 1 درجة حرية .

ك² الجدولية = 3.84 عند مستوى دلالة 95 % .

النتيجة: توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث حول رأي المبحوثين في أن مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مساعد على تطور المجتمع.

يبين الجدول رقم "47" أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس و رأي المبحوثين في أن مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مساعد على تطور المجتمع، حيث دلت الأرقام المبينة في الجدول على أن:

- أغلبية أفراد عينة البحث (188 طالبا) أجابوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مساعد على تطور المجتمع ورقية، وذلك بنسبة 73.67%، وسجلت أعلى نسبة عند الإناث ب 76.19% بما يقابل 140 إجابة من مجموع 210 طالبة، مقابل 67.78% عند الذكور أي 48 إجابة من أصل 90 طالبا، حيث أن الفرق غير دال إحصائيا على مستوى ثقة 95%، إذ بلغت قيمة ي المحسوبة ($T = 0.96$) وهي أصغر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للنوع .

- و 26.33% من المبحوثين (122 طالبا) لا يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مساعد على تطور المجتمع ورقية، حيث سجلت أعلى نسبة عند الذكور قدرت ب 32.22% ما يعادل 42 إجابة للطلبة الذكور، في حين لم تتجاوز نسبة الإناث 23.81% أي 70 إجابة فقط من أصل 210 حيث أن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%، إذ بلغت قيمة ي المحسوبة ($T = 2.70$)، وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.98 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المبحوثين طبقا للنوع .

إذن من خلال هذه النتائج نستخلص أن جل المبحوثين من الجنسين يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مساعد على تطور المجتمع ورقية، وقلة منهم من قال عكس ذلك، ما يؤكد دائما الأهمية الكبيرة لمواقع التواصل الاجتماعي في حياة الشعوب، كونها تحقق حاجات واشباكات لا يمكن تلبيتها من وسائل اتصالية أخرى، فظهور شبكات التواصل الاجتماعي في حد ذاته يعتبر نقلة نوعية لوسائل الاعلام، حيث نقله إلى آفاق غير مسبقة، وأعطى مستخدميه فرصا أكبر للتأثير والانتقال عبر الحدود، بلاد قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي ومحدود.

كما عملت مواقع التواصل الاجتماعي على تفعيل الطاقات المتوافرة لدى الإنسان، ووجهتها للبناء والإبداع في إطار تطوير القديم وإحلال الجديد من قيم وسلوك، وزيادة مجالات المعرفة للجمهور، وازدياد قدرتهم على

التقصص الوجداني وتقبلهم للتغيير، وبهذا فإن الاتصال له دور مهم، ليس في بث معلومات، بل تقديم شكل الواقع، واستيعاب السياق الاجتماعي والسياسي الذي توضع فيه الأحداث،¹ ولهذا تشكل توجهات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي سلاحاً ذو حدين، لما له من مزايا وإيجابيات إذا أحسن استخدامها في الأوقات المناسبة، وأصبحت تستخدم باتجاهات موضوعية وبناءة، وأيضاً لما لها من مساوئ وسلبيات في حال أسئ استخدامها لساعات طويلة فتصبح كنوع من الإدمان، مما يسهم في إهمال متطلبات الحياة عند الأزواج، وزيادة العزلة الاجتماعية فيما بينهم، لهذا كان لزاماً الوقوف عند تلك المساوئ التي تؤثر على الأفراد ومواجهتها و التخلص منها.

وبتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق، نجد قيمته المحسوبة (كا² = 4,78)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (3.84) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجة حرية واحدة ومستوى ثقة 95٪، وعليه نستنتج أنه لمتغير الجنس تأثير في رأي المبحوثين على أن مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مساعد على تطور المجتمع.

الجدول رقم 48: يبين الأسباب التي تجعل مواقع التواصل الاجتماعي فضاء غير مساعد على تطور المجتمع

النسبة المئوية %	التكرار	الأسباب التي تجعل مواقع التواصل الاجتماعي فضاء غير مساعد على تطور المجتمع
17.03%	31	لأنها تفتقد للموضوعية في الطرح
17.03%	31	مملة وغير مفيدة في كثير من الأحيان
29.13%	53	خطورة بعض الموضوعات التي يدعو إليها ناشطون
30.77%	56	تسبب للعادات والتقاليد في المجتمع
6.04%	11	أخرى
100%	182	المجموع

¹ - مي العبد الله: مرجع سابق، ص 21.

من خلال الجدول رقم "48" اعلاه والذي يشتمل على قائمة بأهم الأسباب التي تجعل مواقع التواصل الاجتماعي فضاء غير مساعد على تطور المجتمع في نظر بعض أفراد العينة، اتضح لنا أن هناك تبايناً في النسب المتحصل عليها بين الاختيارات، ماعدا الاختيار الأخير الذي جاءت نسبته ضعيفة، حيث سجلنا 56 إجابة يعبر فيها أصحابها على أن مواقع التواصل الاجتماعي تسيء للعادات والتقاليد في المجتمع بنسبة 30.77% إذ باتت مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة الأخيرة تسيطر على أوقات وأفكار الشباب الجامعي، فأصبحوا يقضون أغلب أوقاتهم وراء شاشات الكمبيوتر، الأمر الذي ساهم في التأثير على العادات والتقاليد، هذه الأخيرة تشكل الجسر الرابط بين الأجيال المختلفة في أي مجتمع، مما يضمن استمراره وبقائه، كالدين واللغة والتاريخ والقيم والأخلاق... الخ، فقد تقلصت بشكل ملحوظ بعض العادات كصلة الرحم، وزيارة المرضى، وتفقد الأهل والجيران، وزادت أخرى كالعزلة، الإدمان، التفكك الأسري، قلة المطالعة في الكتب، ضعف الملكات اللغوية... الخ، كما سجلنا 53 إجابة صرح فيها أفراد العينة، بأن مواقع التواصل الاجتماعي لا تساعد على تطور المجتمع بسبب خطورة بعض الموضوعات التي يدعوا إليها ناشطون على مختلف الصفحات وضمن مجموعات معينة بنسبة 29.13%، منها الانتقاد، والمعايرة، والسب والقذف، والإساءات، والبذاءات، والتجريح، حيث ينتهي الأمر برمته إلى خلاف مع تواصل الأخذ والرد، ثم ارتفاع حدة النبوة واشتدادها، لبدء التنافر اللفظي النابي، والتراشق بالكلمات الجارحة، فتكبر الفتن، ناهيك عن المواضيع الأخرى كالهجرة السرية، والايديولوجيات السياسية وغيرها.

فيما تم تسجيل 31 تكراراً لكل من الاختيار الأول والثاني يعتبر فيها الطلبة أن هذه المواقع تفتقد للموضوعية في الطرح بالنسبة للخيار الأول ومملة وغير مفيدة في كثير من الأحيان بالنسبة للخيار الثاني، وذلك بنسبة بلغت 17.03% لكل منهما، ففي دراسة حديثة أعدها فريق من الباحثين بجامعة "وارويك البريطانية"¹ أكد مختصون وباحثون، افتقار تغريدات مواقع التواصل الاجتماعي إلى المصداقية المطلوبة للاعتماد عليها كمصدر للبيانات والمعلومات في البحوث والدراسات العلمية. وكثيراً ما تنشر شبكات التواصل الاجتماعي معلومات مغلوطة ومضللة أو منقوصة، مما يفقدها مصداقيتها بمرور الوقت.

هذا ولم نسجل سوى 11 إجابة بنسبة 6.04%، كشف فيها أفراد العينة عن أسباب أخرى تجعل مواقع التواصل الاجتماعي لا تساعد على تطور المجتمع، ترتبط في مجملها بالسلبيات التي تميز استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

¹ - خالد سعيد: التواصل الاجتماعي، مصادر غير موثوقة للبحث العلمي متاح على الخط <https://www.scientificamerican.com/>

ملاحظة: المجموع الكلي في الجدول يشير إلى مجموع المبحوثين الذين أجابوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي لا تساعد على تطور المجتمع في الجدول الذي سبقه، وقد تعدى العدد 112 بالنظر إلى أن السؤال متعدد الاجابات.

-المحور الرابع: تحليل بيانات الاشباكات المحققة من استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 49: يبين اشباكات البيئة المجتمعية المحققة لدى المبحوثين من تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية %	التكرار	اشباكات البيئة المجتمعية المحققة
31.9%	157	عرّفتني بأحداث وقضايا عديدة تحدث في المجتمع
5.5%	27	جعلني أشعر بالأمان من خلال المعرفة التي أحصل عليها من تواصلي مع الآخرين
33.3%	164	جعلني أتعرف على ثقافات، عادات وتقاليد شعوب أخرى
26.8%	132	أكتسبني مهارات جديدة تفيدني في التعامل مع الآخرين
2.5%	12	أخرى
100%	492	المجموع

في الجدول رقم "49" أعلاه قائمة من اشباكات البيئة المجتمعية المحققة لدى المبحوثين، التي تم عرضها عليهم ليختاروا منها ما تحقق لديهم من خلال تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؛ فجاءت النسب والتكرارات كالآتي:

164 من إجابات المبحوثين ونسبة (33.3%) تحقق لديهم اشباكات التعرف على ثقافات وعادات وتقاليد شعوب أخرى، و157 منها بنسبة قدرت بـ (31.9%) تعرفوا على أحداث وقضايا عديدة تحدث في المجتمع، بينما سجلنا 132 تكراراً ونسبة (26.8%) اكتسب من خلالها أفراد العينة مهارات جديدة تفيدهم في التعامل مع الآخرين، وجاء الاشباكات المتعلقة بالشعور بالأمان من خلال المعرفة التي يتحصلون عليها من تواصلهم مع الآخرين في المرتبة الرابعة بـ 27 اجابة ونسبة قدرها 5.5% وأخيراً وبعدد قليل بلغ 12 إجابة فقط أي مانسبته (2.5%) من مجموع الاجابات، حقق أفراد العينة اشباكات أخرى مختلفة.

بهذه النسب المتضمنة في الجدول والخاصة بالإشباكات المرتبطة بالبيئة المجتمعية للمبحوثين، يثبت لدينا أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً بارزاً في تحقيق الحاجات المجتمعية للطلبة الجامعيين، حيث أن كثير من

الشباب اليوم، ومنهم طلبة الجامعة في الجزائر يستخدمون شبكات التواصل كنافذة حرة للاطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره، فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح له كيان مستقل وعلى الصعيد العالمي. كما أن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد، واللون و المظهر والميول، فإنه يكسبك بالمقابل أصدقاء جدد ذوي هوية مختلفة عنك، وقد يكون ذلك بالقرب منك أو على بعد آلاف الأميال في قارة أخرى، مما يعزز ثقافة الحوار والتعارف عن بعد.

إضافة إلى استعانتهم بها للتعرف على أحداث وقضايا عديدة تحدث في المجتمع. إذ أصبحت هاته المواقع تشكل بديلا يلجأ إليه الشباب الجامعي لتعويض النقص المسجل في وسائل الاعلام التقليدية، خاصة مع ما توفره من خاصية الفورية في التغطية للأحداث المختلفة، سياسية كانت أو اقتصادية أو اجتماعية وغيرها، ومشاركتها الآخرين بالصوت والصورة والنص، فالجمال هنا أكثر انفتاحا على حرية الرأي والتعبير من ذي قبل، وأكسبت مواقع التواصل الطلبة مهارات جديدة تفيدهم في التعامل مع الآخرين كتبادل الرسائل الالكترونية، التسويق الالكتروني، التعليم عن بعد، التعليق، الإعجاب، المشاركة، المكالمات المرئية عن طريق الفيديو، استخدام رموز تعبيرية جديدة (Imojis,Gif,Stickers) في الميسنجر...الخ.

وكثيرا ما يشعر الشباب من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، بنوع من الراحة النفسية والأمان عند استخدام تلك المهارات لتبادل المعلومات والأفكار مع الأعضاء في المجموعات التي ينتمون إليها.

ملاحظة: المجموع الكلي في الجدول، يشير إلى مجموع إجابات المبحوثين وليس إلى عددهم، وقد تعدى العدد 300 بالنظر إلى أن السؤال يتيح إجابات متعددة للمبحوث.

الجدول رقم: 50 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس و اشباكات البيئة المجتمعية المحققة لديهم.

ك ²	اناث = 210		ذكور = 90		الجنس اشباكات البيئة المجتمعية
	%	ك	%	ك	
0.632	51.42%	108	54.44%	49	عرّفي بأحداث وقضايا عديدة تحدث في المجتمع
0.071	10.95%	23	04.44%	04	جعلني أشعر بالأمان من خلال المعرفة التي أحصل عليها من تواصلتي مع الآخرين
0.960	54.76%	115	54.44%	49	جعلني أتعرف على ثقافات، عادات وتقاليد شعوب أخرى
0.094	47.14%	99	36.67%	33	أكسبني مهارات جديدة تفيدني في التعامل مع الآخرين
0.700	04.28%	09	03.33%	03	أخرى

يمثل الجدول رقم "50" توزيع أفراد العينة حسب الجنس و اشباكات البيئة المجتمعية المحققة لديهم من تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، إذ أكدت المعطيات على عدم وجود فروق دالة إحصائية بخصوص اشباكات البيئة المجتمعية تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى) ويظهر ذلك مع قيمة اختبار كا² التي فاقت 0.05 مع جميع الخيارات.

فبالنسبة للخيار الثالث "جعلني أتعرف على ثقافات، عادات وتقاليد شعوب أخرى" جاء في المرتبة الأولى عند الطلبة والطالبات معا، حيث بلغ عدد التكرارات من الذكور 49 بنسبة 54.44%، و 115 من الإناث بنسبة 54.76%، أما قيمة اختبار كا² فكانت 0.96. أما الاختيار المتعلق بـ"التعرف على أحداث وقضايا عديدة تحدث في المجتمع" فتم اختياره أولا كذلك عند الذكور وحل ثانيا عند الاناث، إذ اختاره 49 مبحوثا من الذكور ممثلين بنسبة 54.44%، و 108 من الإناث بنسبة 51.42%، وبلغت قيمة اختبار كا² = 0.63 مشيرة إلى غياب فروق دالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس. كذلك الحال مع خيار "أكسبني مهارات جديدة تفيدني في التعامل مع الآخرين" حيث لم تظهر بشأنه فروق دالة إحصائية بين الجنسين عندما بلغت النسبتين 36.67% للذكور و 47.14% للإناث وقيمة كا² = 0.09. أما خيار المتعلق "بالشعور بالأمان من خلال المعرفة التي أحصل عليها من تواصلتي مع الآخرين" فجاءت النسب والتكرارات ضعيفة عند كلا الجنسين، حيث اختاره من الذكور

04 ممثلين بنسبة 04.44% و23 من الإناث بنسبة 10.95%، وأكدت ذلك قيمة اختبار كا² التي بلغت 0.07. وبالنسبة للخيار المرتبط "باشباعات أخرى" هو الآخر لا يدل على وجود فروق بين الجنسين حيث بلغ اختبار كا² 0.704

والظاهر أن إشباع الطلبة لحاجاتهم من التعرف على ثقافات وعادات وتقاليد شعوب أخرى يأتي في مقدمة أهدافهم من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وترجم ذلك في ارتفاع النسب مع هذا الخيار، وهي مؤشرات تدل بوضوح تام على الدور البارز الذي تلعبه هذه المواقع ضمن عملية التواصل والتعارف بين الأفراد في كل أنحاء العالم، والاطلاع على عاداتهم ولغاتهم وثقافتهم المختلفة. كما يحظى خيار التعرف على أحداث وقضايا عديدة تحدث في المجتمع، بالاهتمام الكبير لدى هذه الشريحة من المجتمع، حيث يمكن التوجه لمواقع التواصل الاجتماعي بوصفها وسيلة جيدة للاعلام والتبليغ عن الوقائع والأحداث اليومية بالنظر إلى الخصائص التي تميزها عن باقي وسائل الاتصال الأخرى، فالعديد من الطلبة يقومون باستخدام هذه الوسائل عندما يريدون الاطلاع على الشؤون السياسية والاقتصادية وغيرها، ويعتبر أمر "اكتساب مهارات جديدة تفيد في التعامل مع الآخرين" أمراً جيداً للطلبة الجامعيين، حيث يشعرون براحة نفسية قد لا يجدونها في وسائل أخرى. خاصة عند الدردشة والتعليق والاعجاب ومشاركة الآخرين في المعلومات والأفكار المختلفة التي يتناولونها.

ويظهر جلياً من خلال النسب المذكورة، أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على إشباع رغبات الطلبة والطالبات ذات الارتباط بالبيئة المجتمعية التي يعيشون فيها، كي يتبادلوا الاهتمامات المشتركة، ويحققوا حرية أكبر في التعبير عن آرائهم وميولاتهم. ففي هذا المجال يشكل المشاركون فيه ثقافة مجتمعية من نوع خاص تسمى "ثقافة المجتمع الافتراضي".

الجدول رقم 51: يبين الاشباكات المحققة لدى المبحوثين من مشاركة الرأي مع الآخرين

النسبة المئوية %	التكرار	إشباكات المشاركة في الرأي مع الآخرين
27.8%	117	عزز آرائني من خلال مناقشاتي مع الآخرين
18%	76	جعلني أتبنى رأي من يعجبني من آراء المستخدمين الآخرين
32.2%	136	جعلني أعبر عن آرائني بحرية مطلقة
19.4%	82	جعلني أشعر بالثقة في النفس أكثر
2.6%	11	أخرى
100%	422	المجموع

نقرأ من خلال معطيات الجدول رقم 51 أعلاه قائمة من الاشباكات المحققة لدى المبحوثين من مشاركة الرأي مع الآخرين عند تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؛ فجاءت اجاباتهم كالآتي:

136 من إجابات المبحوثين وبنسبة 32.2% تحقق لديهم إشباع التعبير عن الآراء بحرية مطلقة، و117 تكرارا بنسبة قدرت بـ 27.8% عززوا آراءهم من خلال مناقشات مع أفراد آخرين عبر منصات التواصل الاجتماعي، بينما سجلنا 82 إجابة وبنسبة 19.4% شعر من خلالها أفراد العينة بالثقة في النفس أكثر، وجاء الاشباكات المتعلقة بتبنى رأي المستخدمين الآخرين في المرتبة الرابعة بـ 76 اجابة و بنسبة قدرها 18% وأخيرا وبعدد قليل بلغ 11 إجابة فقط أي مانسبته 2.6% من مجموع الاجابات، حقق فيها أفراد العينة اشباكات أخرى مختلفة.

مما سبق ذكره ومن خلال النسب المتضمنة في الجدول والخاصة بالإشباكات المحققة لدى المبحوثين من مشاركة الرأي مع الآخرين عند تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، اتضح لنا أن هاته المواقع أكثر الأمكنة تحررية. الشيء الذي ساهم في اتساع رقعة مشاركة الآخرين والتفاعل معهم في عدد من القضايا، إذ ما نود التأكيد عليه في هذا الصدد هو أن الفضاء الافتراضي هو فضاء حر وديمقراطي ويسميه "بيار ليفي ومارك بوستير" الفضاء السيبري(Cyberspace) وهو فضاء لتبادل الاتصال بين المستخدمين في اطار شبكة اتصال

اجتماعي،¹ لا يعترف بظاهرة الحدود ولا بقيود السيادات التي توجد في الفضاء المحسوس الفيزيائي، وقد صار تبادل المعلومات فيه، وتداول الأخبار يتم بدون رضى الدولة ورغم أنها، ولا يمكن لتلك المعلومات بأي حال أن تقف عند حدود دولة أخرى.

حيث أن كثير من الشباب اليوم، ومنهم طلبة الجامعة الجزائرية يستخدمون شبكات التواصل لتعزيز الآراء و الأفكار من خلال مناقشتها مع الآخرين ، فقد أصبحت وسائل الاتصال والإعلام الرقمية من ضرورات الحياة، وهي بمثابة حلقة الوصل بين كل مكونات البناء الاجتماعي، وعلى عاتقها تقوم عمليات شرح وتقديم ما لدى كل فرد للآخر، إذ تؤدي وسائل الإعلام دورا بالغ الأهمية في تشكيل آراء الجماهير و تعبئة الجماعات، وحشدها حول أفكار وآراء واتجاهات معينة، مهما كانت هذه الجماهير متباعدة جغرافيا، وزادت التطورات التكنولوجية الهائلة قدرة وسائل الاتصال الرقمية في تحقيق المزيد من التأثير على الجماهير، وتوجيهها نحو آراء وأفكار معينة.

وكثيرا ما يشعر الشباب من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، بنوع من الراحة والثقة بالنفس عند تبادل المعلومات والأفكار مع الأعضاء في المجموعات التي ينتمون إليها، خاصة في ظل انعدام قيود الرقابة المباشرة على الفضاء الافتراضي، كما أتاح هذا الفضاء إمكانية اختيار وانتقاء المعلومات والأفكار الصحيحة التي تنشر من قبل الطلبة، وتبنيهم لاتجاهات تتوافق معها حول قضايا معينة.

ملاحظة: المجموع الكلي في الجدول، يشير إلى مجموع اجابات المبحوثين وليس إلى عددهم، وقد تعدى العدد 300 بالنظر إلى أن السؤال يتيح إجابات متعددة للمبحوث.

¹ - George,Eric : Les Usages sociaux d'Internet au sein d'un mouvement altermondialiste entre promesse et réalité, Texte pour le colloque international du Démocratie et dispositifs électronique : regards sur la décision, la délibération et le militantisme, université d'Ottawa, Canada, 2005

الجدول رقم: 52 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس و إشبعات المشاركة في الرأي مع الآخرين

ك ²	اناث = 210		ذكور = 90		الجنس اشبعات المشاركة في الرأي مع الآخرين
	%	ك	%	ك	
0.454	%37.61	79	%42.22	38	عزز آرائني من خلال مناقشاتي مع الآخرين
0.817	%25.71	54	%24.44	22	جعلني أتبنى رأي من يعجبني من آراء المستخدمين الآخرين
0.006	%50.47	106	%33.33	30	جعلني أعبر عن آرائني بحرية مطلقة
0.007	%31.90	67	%16.66	15	جعلني أشعر بالثقة في النفس أكثر
0.027	%05.23	11	%00	00	أخرى

يبين الجدول رقم 52 أعلاه توزيع أفراد العينة حسب الجنس و الإشبعات المحققة لديهم من المشاركة في الرأي مع الآخرين، عند تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، إذ أكدت المعطيات، على عدم وجود فروق دالة إحصائية مع الخيارين الأولين تعزى لمتغير الجنس، ويظهر ذلك مع قيمة اختبار كا² التي فاقت 0.05 مع هذين الخيارين، بينما سجلنا اختلافا بين الجنسين في إجاباتهم عن الخيارات الأخرى المتبقية، وهو ما أظهرته قيمة كا² المحسوبة والتي لم تتعدى 0.05

فبالنسبة للخيار الأول "عزز آرائني من خلال مناقشاتي مع الآخرين" جاء في المرتبة الأولى عند الطلبة الذكور و ثانيا عند الطالبات، حيث بلغ عدد التكرارات عند الذكور 38 وبنسبة %42.22، و 79 من الإناث بنسبة %37.61، أما قيمة اختبار كا² فكانت 0.45 ما ينبئ بعدم وجود فارق بين الجنسين في الإجابة على هذا الخيار، أما الاختيار المتعلق بـ "التعبير عن الآراء بحرية مطلقة" فتم اختياره أولا عند الاناث وحل ثانيا عند الذكور، إذ سجلنا 30 إجابة للذكور ممثلين بنسبة 33.33 %، و 106 من الإناث بنسبة %50.47، وبلغت قيمة اختبار كا²

0.006 مشيرة إلى وجود فروق دالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس والاجابة على هذا الخيار. أما متعلق بالخيار الثاني "جعلني أتبني رأي من يعجبني من آراء المستخدمين الآخرين" لم تظهر بشأنه فروق دالة إحصائية بين الجنسين، عندما بلغت النسبتين 24.44% للذكور و 25.71% للإناث وقيمة $\chi^2 = 0.81$. أما خيار المتعلق "بالشعور بالثقة في النفس أكثر" فكان عدد اجابات الذكور 15 ممثلين بنسبة 16.66% و 67 من الإناث بنسبة 31.90%، حيث دلت هاتين النسبتين على وجود اختلاف في إجابات الطلبة والطالبات، وأكدت ذلك قيمة اختبار χ^2 المحسوبة والتي بلغت 0.07 وبالنسبة للخيار المرتبط "باشباعات أخرى" هو الآخر دل على وجود فروق بين الجنسين حيث لم نسجل أية اجابة للطلبة الذكور، في حين سجلنا عند الاناث 11 اجابة و بلغت قيمة اختبار χ^2 المحسوبة 0.02

والظاهر أن إشباع الطلبة لحاجاتهم من "التعبير عن الآراء بحرية مطلقة" و "تعزيزها من خلال المناقشات مع الآخرين"، يأتي في مقدمة إشباعات حاجاتهم من المشاركة في الرأي مع الآخر، وترجم ذلك في ارتفاع النسب مع هذين الخيارين، وهي مؤشرات تدل بوضوح تام على الدور البارز الذي تلعبه هذه المواقع في ضمان حرية الرأي والتعبير للشباب الجامعي ، كما يحظى خيار الشعور بالثقة في النفس باهتمام كبير لدى هذه الشريحة من المجتمع، حيث يُمكن التوجّه لمواقع التواصل الاجتماعي بوصفها فضاء افتراضيا بعيدا عن قيود الرقابة والمتابعة الجماعية، مقارنة بما هو موجود في وسائل تقليدية أخرى. خاصة عند الدردشة والتعليق والاعجاب ومشاركة الآخرين في المعلومات والأفكار المختلفة.

ويظهر جليا من خلال النسب المذكورة، أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على اشباع رغبات الطلبة والطالبات، ذات الارتباط بالمشاركة في الرأي مع الآخرين، ليحققوا حرية أكبر في التعبير عن آرائهم وميولاتهم واتجاهاتهم.

الجدول رقم 53: يبين الاشباكات المحققة لدى المبحوثين من التفاعل الاجتماعي

النسبة المئوية %	التكرار	اشباكات التفاعل الاجتماعي
24.3%	115	جعلني اجتماعيا أكثر
33.8%	161	سهّل لي التواصل مع الأهل والأصدقاء
23.9%	114	جعلني أعيد الاتصال بالأصدقاء القدامى الذين فقدت الاتصال بهم
15.3%	73	جعلني على اتصال بأفراد عائلتي التي أنتمي إليها
2.7%	13	أخرى
100%	476	المجموع

تشير البيانات الجدولية أعلاه إلى قائمة من الخيارات المتعلقة بالاشباكات المحققة لدى المبحوثين من التفاعل الاجتماعي عبر الفضاء الافتراضي، إذ بينت أن النسبة الغالبة من الشباب الجامعي يحققون إشباع التواصل مع الأهل والأصدقاء في المرتبة الأولى وذلك بنسبة 33.8%، و115 تكرارا بنسبة قدرت بـ 24.3% جعلت منابر التواصل الاجتماعي منهم أناسا اجتماعيين أكثر، بينما سجلنا 114 إجابة بنسبة 23.9% أعاد الطلبة من خلالها الاتصال بالأصدقاء القدامى الذين فقدوا الاتصال بهم، وجاء الاشباكات المتعلقة بالاتصال بأفراد العائلة في المرتبة الرابعة بـ 73 إجابة و بنسبة قدرها 15.3% وأخيرا وبعدد قليل بلغ 13 إجابة فقط بنسبة 2.6% من مجموع الاجابات، حقق فيها أفراد العينة اشباكات أخرى من تفاعلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

مما سبق ذكره ومن خلال النسب المتضمنة في الجدول والخاصة بالاشباكات المحققة لدى المبحوثين من التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي، اتضح لنا أن الشباب الجامعي الجزائري لازال محافظا على تقاليد التواصل الاجتماعي مع الأقارب والأصدقاء، كما أن طبيعة المرحلة التي يعيشها الشباب تتميز بنوع من الحيوية والنشاط، ولهم حاجات يجب إشباعها، كالحاجة إلى القبول والتقبل الاجتماعي، والحاجة إلى الصداقات وتحقيق

الانتماء الاجتماعي، بحيث يحاول الفرد دائما إيجاد الجماعة التي لها نفس اهتماماته، ولها خصائص تتوافق مع شخصيته، هذا ما يؤكد أن ذلك الفضاء، حقق هدفا أساسيا في عملية التفاعل الاجتماعي وبناء علاقات اجتماعية. كما أن الإنسان بطبعه اجتماعي، ويجب التفاعل مع غيره، وتبادل المنافع معهم، وهذه السمة بارزة ومترسخة في الشباب.

ويؤكد بعض الباحثين النظرة السابقة، فبالرغم من أن العالم الافتراضي يحمل بعض المعوقات التي قد تكبح تطور العلاقات الشخصية، إلا أنه ينضوي أيضا وفي نفس الوقت على ميزات أخرى مهمة تدعم عملية إنشاء العلاقات¹

وهذا ما يتطلب من الباحثين وعيا أكبر بالاختلافات الموجودة بين العالمين الفيزيقي والافتراضي، بحيث يرى "McKenna and Bargh²" أنه يمكن للإنترنت أن يعزز علاقات لم يكن من الممكن أن تبدأ في العالم الحقيقي، كما أنها قد تكون على مستوى أقوى في العمق والديمومة من تلك التي تنشأ في العالم الفيزيقي، بحيث يعطي العالم الافتراضي للأفراد إمكانية اللقاء دون تأثير نمطية الجاذبية الجسمية، والتي قد تكون سببا في منع بعض الأشخاص (الخجولين أو ذوي الاحتياجات الخاصة مثلا) من مواجهة الأطراف الأخرى، لتكوين علاقات وتطويرها فالإتصال عن طريق وسيط، يسمح للمستخدم بإظهار كل نقاط قوته وقدراته في سبيل الفوز بعلاقة صداقة. حيث أن الكثير من الشباب اليوم، يستخدم شبكات التواصل لتعزيز الصداقات القديمة من خلال البحث عن الأصدقاء الذين فقدوا التواصل معهم لأسباب مختلفة.

ملاحظة: المجموع الكلي في الجدول، يشير إلى مجموع اجابات المبحوثين وليس إلى عددهم، وقد تعدى العدد 300 بالنظر إلى أن السؤال يتيح اجابات متعددة للمبحوث.

¹ - إبراهيم قائد أحمد خالد: استخدام الفيسبوك ودوره في تكوين علاقات الصداقة لدى عينة من طلبة الدراسات العليا والجامعية، مجلة جيل العلوم

الإنسانية والاجتماعية، العدد 42، جامعة محمد الخامس، المغرب، ص51.

² - McKenna and Bargh: plan 9 from Cyberspace: "The implications of the internet for personality and social psychology" 'personality and social psychology Review' 4(1), 2000, p 59.

الجدول رقم: 54 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس و إشبعات التفاعل الاجتماعي

كا ²	اناث = 210		ذكور = 90		الجنس اشبعات التفاعل الاجتماعي
	%	ك	%	ك	
0.154	%40.95	86	%32.22	29	جعلني اجتماعي أكثر
0.561	%54.76	115	%51.11	46	سهّل لي التواصل مع الأهل والأصدقاء
0.640	%37.14	78	%40	36	جعلني أعيد الاتصال بالأصدقاء القدامى الذين فقدت الاتصال بهم
0.792	%24.76	52	%23.33	21	جعلني على اتصال بأفراد عائلتي التي أنتمي إليها
0.578	%04.76	10	%03.33	03	أخرى

يمثل الجدول رقم 54 توزيع أفراد العينة حسب الجنس و إشبعات التفاعل الاجتماعي المحققة لديهم من تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، إذ أكدت المعطيات على عدم وجود فروق دالة إحصائية بخصوص إشبعات التفاعل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)، ويظهر ذلك مع قيمة اختبار كا² التي فاقت 0.05 مع جميع الخيارات.

فبالنسبة للخيار الثاني " سهّل لي التواصل مع الأهل والأصدقاء " جاء في المرتبة الأولى عند الطلبة والطالبات معا، حيث بلغ عدد التكرارات من الذكور 46 بنسبة 51.11 %، و 115 من الإناث بنسبة 54.76 %، أما قيمة اختبار كا² فكانت 0.56. أما الاختيار المتعلق بـ "جعلني اجتماعيا أكثر" فتم اختياره في المرتبة الثالثة عند الذكور وحل ثانيا عند الاناث، إذ اختاره 29 مبحوثا من الذكور ممثلين بنسبة 32.22 %، و 86 من الإناث بنسبة 40.55 %، وبلغت قيمة اختبار كا² 0.15 مشيرة إلى غياب فروق دالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس. كذلك الحال مع خيار "جعلني أعيد الاتصال بالأصدقاء القدامى الذين فقدت الاتصال بهم" لم تظهر بشأنه

فروق دالة إحصائية بين الجنسين عندما بلغت النسبتين 40% للذكور و37.14% للإناث وقيمة $\chi^2 = 0.64$. أما خيار المتعلق "بالاتصال بأفراد عائلي" فجاءت النسب والتكرارات أقل نوعاً ما من سابقتها عند كلا الجنسين، حيث اختاره من الذكور 21 ممثلين بنسبة 23.33% و52 من الإناث بنسبة 24.76%، وأكدت ذلك قيمة اختبار χ^2 التي بلغت 0.79. وبالنسبة للخيار المرتبط "باشباعات أخرى" هو الآخر لا يدل على وجود فروق بين الجنسين حيث بلغ اختبار χ^2 0.57.

والظاهر أن إشباع الطلبة لحاجاتهم من التواصل مع الأهل والأصدقاء، يأتي في مقدمة أهدافهم من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، و ترجم ذلك في ارتفاع النسب مع هذا الخيار، وهي مؤشرات تدل بوضوح تام على الدور البارز الذي تلعبه هذه المواقع ضمن عملية التواصل وتبادل المعلومات بين الأفراد وأهاليهم سواء داخل الوطن أو في المهجر، وتسمح الصداقة عبر منصات التواصل للشباب الجامعي على خلاف غيرها من العلاقات، بأن يناقشوا كل أمور حياتهم تقريباً، بما تشتمل عليه من أنشطة واهتمامات بصراحة، وصدق، وشفافية. وتعتبر هذه الخاصية من أهم خصائص الصداقة التي تميزها عن غيرها من العلاقات الاجتماعية، حيث تشتمل الأحاديث التي تدور بين الصديقين، الموضوعات شديدة الخصوصية، وأن يعرف الصديق المعلومات الدقيقة والخاصة المتعلقة بصديقه مثل همومه، تطلعاته، وطموحاته، كما يحظى خيار التواصل مع أصدقاء قدامى، بالاهتمام الكبير لدى هذه الشريحة من المجتمع، حيث يُمكن التوجّه لمواقع التواصل الاجتماعي بوصفها وسيلة جيدة للبحث عن أصدقاء قدامى أو للبحث عن الأشخاص الذين انقطعت الصلة بهم لسبب ما، كالبعد أو العمل أو تغيير مكان الإقامة، وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة مهمة في جعل الشباب الجامعي "اجتماعياً أكثر" خاصة بالنسبة للطلبة الخجولين، أو المنطوين على ذاتهم حيث لا يفضلون المواجهة وجها لوجه، بل يعبرون عن طريق الدردشة والتعليق والاعجاب ومشاركة الآخرين عبر هذا الفضاء الافتراضي. ومن هذا المنطلق وضع ميكنا "Mickenna" وبارج "Bargh" فرض التعويض الاجتماعي "Social compensation hypothesis"، الذي يرى أن الأفراد الذين ليست لديهم أي علاقات اجتماعية في الحياة، يتجهون إلى الانترنت ليقوموا بعلاقات اجتماعية مع مستخدمين جدد تعوض غياب الصداقات في الواقع، ومن ثم تعطيه الفرصة للتفاعل مع الآخرين والتعبير عن أنفسهم بشكل واضح¹.

¹ - K.Y.A Mckenna, J. Bargh: **Coming out in the age of the internet, (Identity demarginalization through virtual group participation)** Journal of personality and Social Psychology, Vol.75, No.3, September 1998, pp: 681-694.

ومن خلال النسب المذكورة آنفاً، يتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على اشباع رغبات الطلبة من خلال تفاعلهم الاجتماعي، ليتبادلوا الاهتمامات المشتركة مع الأهل والأقارب، ويحققوا علاقات صداقة مع أعضاء في صفحات ومجموعات ينتمون إليها.

الجدول رقم 55: يبين اشباعات التسلية المحققة لدى المبحوثين

النسبة المئوية %	التكرار	اشباعات التسلية المحققة لدى المبحوثين
13.5%	50	أشبع لدي حب التسلية والهروب من الواقع
27.6%	102	أبعدني عن روتين الدراسة
52.7%	195	ساعدني في ملء أوقات الفراغ
6.2%	23	أخرى
100%	370	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم 55 أعلاه نجد قائمة من اشباعات التسلية المحققة لدى المبحوثين عند تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؛ فجاءت اجاباتهم كالآتي:

195 من اجابات المبحوثين وبنسبة (52.7%) ساعدتهم شبكات التواصل الاجتماعي على ملء أوقات الفراغ، و102 تكرارا بنسبة قدرت بـ (27.6%) أبعدتهم عن روتين الدراسة، بينما سجلنا 50 إجابة وبنسبة (13.5%) أشبعت لديهم حب التسلية والهروب من الواقع، وأخيرا وبعدد قليل بلغ 23 إجابة فقط أي مانسبته (6.2%) من مجموع الاجابات، حقق فيها أفراد العينة اشباعات أخرى مختلفة.

مما سبق ذكره ومن خلال النسب المتضمنة في الجدول والخاصة بالإشباعات المحققة لدى المبحوثين من التسلية والترفيه عند تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، اتضح لنا أن هاته المواقع عززت العلاقات بين الشباب

اجتماعيا، وساعدت كما يقول "Benoit Desavoye"¹ على ملء الفراغ لديهم، كما ساعدت الطلبة الجامعيين على الابتعاد من الروتين اليومي للدراسة، حيث الشعور بالملل وعدم القدرة على المتابعة واستكمال الدراسة، لا سيما عند اقتراب الامتحانات، والتي يجد الطلبة أنفسهم فيها مجبرين على المذاكرة تحت أي ظرف، ما يدفعهم إلى تصفح تلك المواقع من حين لآخر لكسر ذلك الشعور و الاحساس، كما يفضل الشباب دائما الترفيه و التسلية والهروب من الواقع، لنسيان الضغوط والمشاكل الأسرية والعاطفية والمادية والاخفاقات في الدراسة والذكريات المؤلمة وغيرها.

المجموع الكلي في الجدول، يشير إلى مجموع اجابات المبحوثين وليس إلى عددهم ، وقد تعدى العدد 300 بالنظر إلى أن السؤال يتيح اجابات متعددة للمبحوث.

الجدول رقم:56 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس و اشباكات التسلية المحققة لديهم

كا ²	اناث = 210		ذكور = 90		الجنس اشباكات التسلية المحققة لدى المبحوثين
	%	ك	%	ك	
0.735	17.14%	36	15.56%	14	أشبع لدي حب التسلية والهروب من الواقع
0.710	33.33%	70	35.56%	32	أبعدني عن روتين الدراسة
0.692	64.28%	135	66.67%	60	ساعدني في ملء أوقات الفراغ
0.170	09.04%	19	04.44%	04	أخرى

قراءة بيانات الجدول أعلاه توضح جليا أن أعلى النسب سواء من الذكور (66.67%) أو من الإناث (64.28%) كانت حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لملء أوقات الفراغ أولا ، وما يدل على عدم وجود

¹ - Benoit Desavoye : Quels usage fontles jeunes d'Internet [en ligne] [http://www.netalya.com/fr/Article2.asp?](http://www.netalya.com/fr/Article2.asp?CLE=158)
CLE=158, le 10/01/2020

فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس وهذا الخيار، هو اختبار كا² المحسوبة والتي فاقت 0.05 حيث جاءت قيمتها 0.69، كما سجلنا نسبة (35.56%) من الذكور يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي للابتعاد عن روتين الدراسة و(33.33%) بالنسبة للإناث حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 0.71 وهي أكبر من 0.05 ما يدل على وجود تقارب كبير بين الجنسين في استخدام هذه المواقع لذلك السبب، كما دلت البيانات أيضا أن نسبة (15.56%) من الذكور يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتسلية والترفيه والهروب من الواقع والاناث بنسبة (17.14%) إذ بلغت قيمة كا² المحسوبة 0.73 إذن نستنتج أنه لا وجود لفروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس وتصفح هذه المواقع من أجل التسلية والهروب من الواقع، وأخيرا وبعدد قليل بلغ 04 طلبة من الذكور فقط أي مانسبته (4.44%) و 19 طالبة بنسبة (9.04%) من مجموع الاجابات، حققوا فيها اشباعا أخرى مختلفة، إذ بلغت قيمة كا² المحسوبة لكل منهما 0.17 وهي أكبر من 0.05 مايدل على وجود تشابه كبير بين الطلبة والطالبات في إجاباتهم عن هذا السؤال.

إن وقت الفراغ يعبر عن الوقت الحر للشباب الجامعي، الذي يقضيه في أي نشاط لايتصل بالدراسة أو العمل، وهو الوقت الذي يستغله الطلبة في أي نشاط مفيد، يتمكن أثناءه من تحقيق بعض ما يرغب فيه ويميل إليه، لذلك نجد مواقع التواصل الاجتماعي في العصر الحديث تحتل حيزا كبيرا من حياة الشباب الجامعي الجزائري في قضاء أوقات فراغه، وهو جانب مفيد لتحقيق الرضا الذاتي والإحساس بالسعادة، خاصة وأن الطلبة عبروا عن رغبتهم في الابتعاد عن روتين الواجبات الدراسية اليومية في الجامعة وانشغالات الحياة المختلفة، وكثيرا مايجد الطلبة في مضامين تلك الشبكات فرصة للترفيه والتسلية مع توفر عدد لا حصر له من تطبيقات التواصل الاجتماعي ووسائل الترفيه المتاحة في كل وقت، وقد قدمت الإنترنت خيارات متعددة من وسائل الترفيه المجانية، ومنحت الشباب امكانية متابعة أحدث العروض والأفلام، كما سمحت للكثير من الأشخاص بإنشاء مقاطع فيديو الترفيه والفن ليستمتع بها الآخرون، واجراء المحادثات مع بعضهم البعض، من خلال خيارات محادثات الفيديو والكتابة والردشة، ومشاركة الذكريات والصور مع بعضهم البعض.

الجدول رقم 57: يبين الاشباكات المعرفية المحققة لدى المبحوثين

النسبة المئوية %	التكرار	الاشباكات المعرفية
25.3%	126	تشكل مصدرا معرفيا وعلميا مهما لديك
21.3%	106	زادت معرفتك بمعالم ومناطق جغرافية حول العالم
25.3%	126	زادت من الوعي السياسي والثقافي والديني لديك
25.3%	126	ساهمت في تعديل أفكارك حول قضايا عديدة
2.8%	14	أخرى
100%	498	المجموع

توضح البيانات الجدولية أعلاه قائمة من الخيارات المتعلقة بالاشباكات المعرفية المحققة لدى المبحوثين من استخدامهم للفضاء الرقمي الافتراضي، إذ بينت المعطيات أن النسبة الغالبة من الشباب الجامعي، يحققون مجموعة من الإشباعات بنفس الأهمية كزيادة الوعي السياسي والثقافي والديني، وتعديل أفكار حول قضايا متعددة، إضافة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تشكل مصدرا هاما للمعرفة والعلم لديهم وذلك بنسبة 25.3% لكل واحدة من الخيارات المذكورة، و 106 تكرارا بنسبة قدرت بـ (21.3%) زادت معارفهم بمعالم ومناطق جغرافية حول العالم، بينما سجلنا 14 إجابة فقط وبنسبة ضعيفة قدرت بـ (2.8%) من مجموع الاجابات، حقق فيها أفراد العينة اشباكات معرفية أخرى من تفاعلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

مما سبق ذكره ومن خلال النسب المتضمنة في الجدول، والخاصة بالإشباعات المعرفية المحققة لدى المبحوثين من التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي، اتضح لنا أن الشباب الجامعي الجزائري يحقق اشباكات هامة في المجال الثقافي والديني والسياسي وهو ما يتوافق مع نتائج سابقة في الجدول رقم 25 إذ أن أهم التغيرات التي

طُرأت على المجتمعات العربية عامة والجزائر خصوصا، هو ذلك التطور التكنولوجي الهائل في مجال الإعلام والاتصال، باعتباره مصدرا رئيسيا من مصادر المعرفة و الثقافة التي يتعرض لها الشاب في حياته، كما يعد مكونا من مكونات الفكر و السلوك، ومن هنا فإن له أثر على شخصية الإنسان وبنائها بناءا ثقافيا سليما، وقد زاد الأمر حدة خاصة مع مواقع التواصل الاجتماعي التي تغوي الشباب أكثر من غيرهم، وتؤدي دورا بارزا في بلورة ثقافة المعلومة لديهم رغم وجود خطر الدوبان في الثقافة العالمية من خلال عدة متغيرات كالعولمة و ثورة المعلومات والاعترا ب و التطرف الفكري... الخ

كما أن لهاته المواقع تأثير على زيادة الوعي الديني للشباب الجامعي وذلك من خلال معرفة رأي الشريعة الإسلامية في القضايا المختلفة، ومتابعة برامج الحوار الديني والاستماع إلى دروس الوعظ والارشاد وغيرها، وأحدثت شبكات التواصل الاجتماعي طفرة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال بين الأفراد والجماعات بل في نتائج وتأثير هذا الاتصال، إذ كان لهذا العامل نتائج مؤثرة في المجال الاجتماعي والسياسي. إلى درجة أصبحت أحد أهم عوامل التغير الاجتماعي محليا وعالميا، وذلك بما تتيحه هذه الوسائل للشباب من إمكانات للتواصل والسرعة في إيصال المعلومة. بحيث لم تعد لوسائل الإعلام التقليدية القدرة الكبيرة على إحداث هذا التغير، بل تقف عاجزة أمام التأثير المباشر والفعال لشبكات التواصل الاجتماعي. والأحداث الأخيرة التي شهدتها الجزائر، أو ما يعرف بالحراك الشعبي، خير دليل على قوة تأثير هذه الوسائل على الوعي السياسي، خاصة لدى فئة الطلبة الجامعيين، وقدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح المجتمع، وإعطاء قيمة مضافة في الحياة السياسية. وقد أثر إستخدام تلك المواقع الاجتماعية على الطلبة الجامعيين في الجزائر على ثقافتهم وخبراتهم المعرفية والعلمية من خلال التواصل العلمي والثقافي والإجتماعي فيما بينهم، وذلك من خلال تبادل الخبرات والمحادثة والمتابعة والنقاش، حول الكثير من القضايا التي تهمهم في حياتهم اليومية وفي علاقاتهم الاجتماعية.

الجدول رقم 58: يبين الاشباكات السلوكية المحققة لدى المبحوثين

النسبة المئوية %	التكرار	الاشباكات السلوكية المحققة
10.8%	39	دفعتك الى المشاركة في أعمال أكاديمية ونشاطات داخل الجامعة
23.8%	86	ساهمت في تغيير انماط سلوكية مع أفراد الأسرة
40.9%	148	غيرت لديك نمط التعامل الاجتماعي (ارسال التهاني، العزاء، الشكر...الخ
21.5%	78	استجبت لبعض الاعلانات التجارية (الشراء، المقاطعة...الخ
3%	11	أخرى
100%	362	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم 58 أعلاه نجد قائمة من الاشباكات السلوكية المحققة لدى المبحوثين عند تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث جاءت اجاباتهم كالآتي:

148 من الاجابات وبنسبة (40.9%) غيرت شبكات التواصل الاجتماعي نمط التعامل الاجتماعي لأفراد عينة البحث، كارسال التهاني، العزاء، الشكر وغيرها، و86 تكرارا بنسبة قدرت بـ (23.8%) ساهمت في تغيير أنماطهم السلوكية مع أفراد عائلاتهم وأسرهم، بينما سجلنا 78 إجابة وبنسبة (21.5%) تفاعل من خلالها أفراد العينة مع بعض الاعلانات التجارية (بالشراء، أو المقاطعة...الخ)، فيما حلت المشاركة في أعمال أكاديمية ونشاطات داخل الجامعة في المرتبة الرابعة بـ 39 استجابة و بنسبة 10.8% وأخيرا وبعدد قليل بلغ 11 إجابة فقط أي مانسبته (3%) من مجموع الاجابات، حقق فيها أفراد العينة اشباكات سلوكية أخرى مختلفة.

مما سبق ذكره ومن خلال النسب المتضمنة في الجدول، والخاصة بالإشباكات السلوكية المحققة لدى المبحوثين من تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، اتضح لنا الشباب أكثر عرضة للتحويلات والتغيرات المنتشرة عبر الشبكات الاجتماعية، مما يجعل الشباب الجامعي في الجزائر يتأثر بالمضامين التي تحملها سواء كانت ايجابية أم

سلبية في جانبه السلوكي، باعتبار أن الشباب يتميز بحب الاطلاع و الظهور و التفتح و الميول إلى ما هو أفضل و جديد، لذا فهم أكثر عرضة للتجديد و التغيير في السلوك، من خلال الأنماط التواصلية الجديدة المنتشرة عبر الشبكات الاجتماعية، والتي تسيطر بشكل مباشر وغير مباشر على سلوكيات الشباب الجزائري، سواء كان ذلك داخل الأسرة أو خارجها، وهذا ما يتفق مع نتائج تصويت أجرته شبكة المواقع الأردنية¹ حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العادات والتقاليد العربية، حيث دلت النتائج على أن التأثير وصل حد التهتهة بالأعياد الدينية كالفطر والأضحى وأعياد الميلاد الرسمية، وبخاصة عبر موقع الفيس بوك، كذلك الأمر بالنسبة للتعازي والاهداءات والشكر...الخ.

كما ساهمت مواقع التواصل في تغيير الأنماط السلوكية للمبحوثين مع أسرهم وذويهم، حيث بدلا من أن يقوم الفرد بنشاطاته اليومية كالسوق ومشاهدة البرامج المختلفة مع أسرته، أصبح يقوم بها بمفرده على شبكة الانترنت. لذلك فإن ظهور وانتشار الشبكات الاجتماعية قد أفرز العديد من المشكلات الاجتماعية، فنجد "فيليب بروتون" يطلق مصطلح "الثمالة الاتصالية" (L'iverse de communication) على الاستعمال المفرط لهذه الشبكات، ويؤكد على المخاطر المحتملة والجسيمة على التفاعل الإنساني، التي تقود الأفراد إلى العزلة النفسية والاجتماعية عن محيطهم بفعل الاستخدام المفرط، كما يؤكد "دومينيك نورا" (Dominique Nora)² أن هذه الوسائط الاتصالية قد رسمت مجالا لعلاقات جديدة، مبنية على الاتصال عن طريق الحواسيب والشبكات، عوض الالتقاء بصورة جسمانية فيزيقية، فأصبح الأفراد إفتراضيين، وكائنات حوارية كتابية، وهذا النمط الجديد من الاتصال أثر على عملية التفاعل الفردي والجماعي داخل المحيط الأسري، وداخل المحيط الاجتماعي للمجتمع الأكبر، كما أكدت نتائج دراسة كروت "Kraut" وآخرون أن "الذين استخدموا شبكة الانترنت لمدة سنة كاملة قضوا وقتا أقل مع أسرهم، كما تقلصت علاقاتهم الاجتماعية، وارتفعت معدلات الوحدة والإحباط لديهم"³

و بعض الأسر في الغالب ذات نواة واحدة، حيث أصبح لكل فرد في الأسرة وسائله المنفصلة للوصول إلى مصادره الاتصالية الخاصة. وهنا تكمن الخطورة خاصة عند الأفراد الذين يعانون من الفراغ العاطفي والوجداني،

¹ - خالد غسان يوسف المقدادي: مرجع سابق، ص 94.

² - مريم مراكشي: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين - فايسبوك نموذجاً (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة بسكرة، رسالة ماجستير غير منشورة في علم النفس الاجتماعي، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013/2014، ص 23. pdf)

³ - Robert Kraut, Michael Patterson, Vicki Lundmark, Sara Kiesler, Tridas Mukopadhyay, William Scherlis: **Internet paradox A social technology that reduces social involvement and psychological well- Beeing?**, American psychologist, Vol.53, No.9, September 1998, pp 1017-1031.

والذين يلجئون إلى التواصل من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية حيث يغيب الضبط الأسري، لتكوين علاقات اجتماعية سرية، مأمونة العواقب في ظاهرها، إلا أنها تهدد بشكل كبير حياتهم الاجتماعية.

ويتفاعل أفراد العينة مع بعض الاعلانات التجارية على منصات التواصل الاجتماعي بسلوكات مختلفة، بهدف شراء سلع أو خدمات معينة عن طريق ما يطلق عليه بالدفع الإلكتروني بعد طلب سلع مباشرة عبر الويب، أو بالاستجابة لطلبات أعضاء ومجموعات ينتمون إليها، بمقاطعة سلع ما لأسباب معينة. إلا أننا سجلنا نقصا واضحا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للدعوة إلى أعمال أكاديمية ونشاطات داخل الجامعة، وهذا مرده ربما إلى الوسائل الاتصالية الأخرى التي تستخدمها الجامعة للتواصل مع الطلبة خاصة الاعلانات اللوحية.

يشير المجموع الكلي في الجدول إلى مجموع اجابات المبحوثين وليس إلى عددهم، وقد تعدى العدد 300 بالنظر إلى أن السؤال يتيح اجابات متعددة للمبحوث.

الجدول رقم: 59 يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص و الاشباكات السلوكية المحققة لديهم

ك ²	علوم وتكنولوجيا 50 =		حقوق وعلوم سياسية 50 =		علوم اقتصادية 50 =		آداب ولغات 50 =		علوم الطبيعية والحياة = 50		علوم اجتماعية وانسانية = 50		التخصص الاشباكات السلوكية المحققة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.433	14 %	07	18 %	09	06 %	03	12 %	06	18 %	09	10 %	05	دفعتك الى المشاركة في أعمال أكاديمية ونشاطات داخل الجامعة
0.390	20 %	10	36 %	18	22 %	11	32 %	16	28 %	14	34 %	17	ساهمت في تغيير انماط سلوكية مع أفراد الأسرة
0.142	40 %	20	48 %	24	62 %	31	58 %	29	40 %	20	48 %	24	غيرت لديك نمط التعامل الاجتماعي (ارسال التهاني، العزاء، الشكر... الخ)
0.162	24 %	12	24 %	12	38 %	19	32 %	16	22 %	11	16 %	08	استجبت لبعض الاعلانات التجارية كالشراء، المقاطعة... الخ
0.024	00 %	00	08 %	04	00 %	00	02 %	01	02 %	01	10 %	05	أخرى

يمثل الجدول رقم 59 أعلاه توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي و الاشباغات السلوكية المحققة لديهم من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

وبناء على الأرقام والنسب في الجدول، يتضح لنا وجود تشابه كبير بين المبحوثين في إجاباتهم حول الاشباغات السلوكية المحققة لديهم من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومتغير التخصص، ويظهر ذلك من خلال قيمة χ^2 المحسوبة مع جميع الخيارات ماعدا الخيار الأخير، حيث فاقت قيمتها 0.05 عند مستوى ثقة 95%، وقد جاءت أهم الاشباغات السلوكية المحققة لديهم ونسبها كالآتي:

"غيرت لديك نمط التعامل الاجتماعي (كارسال التهاني، العزاء، الشكر)" 48% من طلبة العلوم الاجتماعية والانسانية وكذلك طلبة الحقوق والعلوم السياسية، و40% لتخصصي علوم الطبيعة والحياة والعلوم والتكنولوجيا، أما تخصص آداب ولغات فقددرت نسبته 58% في حين سجلت عند تخصص علوم اقتصادية ب 62% أما χ^2 المحسوبة فبلغت 0.14، وبالنسبة للخيار الثاني " ساهمت في تغيير انماط سلوكية مع أفراد أسرتي " فبلغت 36% عند الحقوق والعلوم السياسية، تليها 34% عند العلوم الاجتماعية والانسانية، ثم 32% لتخصص آداب ولغات وتخصص علوم الطبيعة والحياة بلغت نسبته 28% يليه تخصص العلوم الاقتصادية ب 22% وأخيرا تخصص العلوم والتكنولوجيا بنسبة 20%، وبلغت قيمة χ^2 المحسوبة 0.39، أما الاجابة ب "استجبت لبعض الاعلانات التجارية كالشراء، المقاطعة... الخ " فجاءت النتائج كما يلي: 38% لتخصص علوم اقتصادية، 32% للآداب واللغات، 24% لتخصصي الحقوق والعلوم السياسية والعلوم والتكنولوجيا، ثم 22% علوم الطبيعة والحياة، وأخيرا 16% للعلوم الاجتماعية والانسانية و بلغت قيمة χ^2 المحسوبة 0.16. وحظي اختيار "المشاركة في أعمال أكاديمية ونشاطات داخل الجامعة" بنسب ضعيفة بين مختلف التخصصات إذ جاءت النسب كالآتي: 10% لتخصص علوم اجتماعية وانسانية، 06% علوم اقتصادية، و14% علوم وتكنولوجيا، 18% لتخصصي علوم الطبيعة والحياة، وحقوق وعلوم سياسية، أما بالنسبة لتخصص الآداب واللغات فبلغت النسبة لهذا الخيار 12% كما بلغت قيمة χ^2 المحسوبة 0.43 وهي أكبر من 0.05 المنبئة بوجود فروق ذات دلالة احصائية.

أما الاختيار الأخير "اشباغات سلوكية أخرى" فجاءت نتائجه كالآتي: 10% لتخصص علوم اجتماعية وانسانية، 08% لتخصص الحقوق والعلوم السياسية، 02% لكل من تخصصي آداب ولغات، وعلوم الطبيعة والحياة، أما باقي التخصصات الأخرى فلم نسجل أي اجابة تذكر بشأنها، وبلغت قيمة χ^2 المحسوبة 0.02 وهي أصغر من 0.05 المنبئة بوجود فروق ذات دلالة احصائية، وعليه توجد اختلافات بين اجابات المبحوثين بشأن اشباغات سلوكية أخرى تعزى لمتغير التخصص العلمي.

نستنتج من خلال الجدول السابق، أن "تغير نمط التعامل الاجتماعي للطلبة (ارسال التهاني، العزاء، الشكر...الخ)" أولا و"ساهمت في تغيير انماط سلوكية مع أفراد أسرتي" ثانيا، يشكلان أهم الاشباكات السلوكية التي يحققها أفراد العينة من مختلف التخصصات العلمية عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، فقد استطاعت هذه الأخيرة أن تحدث تحولات عديدة وتطورات سريعة كان لها الأثر الكبير في حياة الشباب، خصوصا وأنها تقدم خدمات متعددة تتنوع من موقع إلى آخر، ساهمت في خلق التفاعل وتبادل الاهتمامات والمشاركة في حوارات ونقاشات بين مستخدميها، لتتحول بذلك إلى بديل عن النشاطات الاتصالية التقليدية، إلا أنه رغم ما حققته من تغييرات إيجابية على عملية التواصل الإنساني عموما، من خلال المساهمة في استمرارية الاتصال الدائم والفوري مع مختلف أفراد الأسرة والأصدقاء، وتكوين علاقات اجتماعية جديدة بطريقة سهلة وسريعة تتجاوز حدود المكان والزمان، إلا أن هذه الخصائص الفريدة والمتعددة التي تميز مواقع التواصل قد تنعكس وتحدد منظومة العلاقات الأسرية وتنمي ظاهرة العزلة مع مرور الوقت.

ثم تليهما الاستجابة لبعض الاعلانات التجارية كالشراء، المقاطعة...الخ"، وذلك لحاجتهم الماسة لها عند شراء سلع أو خدمات معينة عن طريق الدفع الإلكتروني. حيث أصبحوا يستغلون خدمات التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي في عمليات الشراء للسلع والخدمات، نظرا لما توفره هذه الخدمة من مزايا عديدة منها تقليل الجهد والوقت وعناء التنقل، وتشير عدة دراسات إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي استخدمت للمشاركة في أعمال أكاديمية ونشاطات داخل الجامعة"، لكن بنسب ضئيلة لم ترتقي إلى نسب وتكرارات الخيارات السابقة. حيث أصبحت الجامعات من حول العالم توظف منصات التواصل الاجتماعي، وتستخدمها لتقوية بيئتها التعليمية. كي تساعد طلبتها على التفاعل مع الآخرين من خلال الأنشطة المختلفة في البيئات التعليمية الافتراضية، مثل الدروس على الخط، النقاشات الجماعية و انجاز الأبحاث والمشاريع وغيرها.

الجدول رقم 60: يبين الاشباكات الوجدانية المحققة لدى المبحوثين

النسبة المئوية %	التكرار	الاشباكات الوجدانية
15.8%	64	زادت الرغبة في التواصل مع المجموعة التي تشترك معك
29.8%	121	توطدت الروابط الوجدانية مع الزملاء والأصدقاء
23.9%	97	توطدت أكثر روابط الانتماء والتواصل مع الآخرين في المناسبات المختلفة
28.6%	116	تطورت بعض السمات الشخصية لديك (حب الآخر، التضامن،... الخ
2%	8	أخرى
100%	406	المجموع

في الجدول رقم 60 أعلاه نجد قائمة من الاشباكات الوجدانية المحققة لدى المبحوثين من تصفحهم لمنصات التواصل الاجتماعي؛ حيث جاءت اجاباتهم كالاتي:

121 من اجابات المبحوثين وبنسبة 29.8% توطدت روابطهم الوجدانية مع زملائهم وأصدقائهم عند استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي، و116 تكرارا بنسبة قدرت بـ 28.6% تطورت بعض السمات الشخصية لديهم كحب الآخر، التضامن،... الخ، بينما سجلنا 97 إجابة وبنسبة 23.9% توطدت لديهم أكثر روابط الانتماء والتواصل مع الآخرين في المناسبات المختلفة، فيما سجلنا 64 اجابة لمن زادت رغبتهم في التواصل مع المجموعة التي يشتركون معها وبنسبة قدرت بـ 15.8% ، وأخيرا وبعدد قليل بلغ 08 إجابات فقط أي مانسبته (2%) من مجموع الاجابات، حقق فيها أفراد العينة اشباكات وجدانية أخرى.

من خلال النسب المتضمنة في الجدول والخاصة بالاشباكات الوجدانية المحققة لدى المبحوثين من تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، اتضح لنا أن هاته المواقع وطدت الروابط والعلاقات بين الشباب وجدانيا، وهي تلك الروابط الخاصة بمشاعر الحب والتقبل بين أفراد الجماعة. وتظهر خصائص الروابط الوجدانية عند الشباب، في انتشار التضامن والتعاون والمحبة بين أعضائها؛ فيهبون تلقائيا لمعاونة بعضهم في أداء الأعمال المختلفة، وتعليم

بعضهم المهارات اللازمة لتسيير أمورهم. وإذا ما تعرض أحد الأعضاء لمشكلة أو أزمة، تهب باقي الأعضاء تلقائيا لمساعدته. وتنتشر بينهم روح المرح والدعابة، دون حساسية شديدة، تؤدي إلى جرح المشاعر والأحاسيس. ويتقبل الأعضاء في المجموعة اختلاف وجهات النظر بصدر رحب، ما يساعد على تطوير أساليب أدائهم للأعمال المختلفة. كل هذا يؤدي إلى أن تكون الجماعة أكثر تماسكا عبر الفضاء الرقمي، فلا يرغب أحدهم في تركها أو مغادرتها، ويكون كل عضو فخور بانتسابه إليها. وبصفة عامة، ينتشر بين أعضاء الجماعة الشعور بالنحن.

إن التواصل مع الآخرين في المناسبات المختلفة ينمي روابط الانتماء والتفاعل الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء، لأن ذلك يساعدهم على إشباع حاجتهم النفسية وإدراك الدعم الاجتماعي الوجداني. وتعتبر شبكة الانترنت وسيلة هامة تعمل من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية على إبقاء التواصل بين الفرد والأفراد البيئة المحيطة به، فمن يمتلكون شبكات من العلاقات الاجتماعية الجيدة يستخدمون البريد الإلكتروني والمراسلة الفورية لتدعيم والحفاظ على تلك العلاقات خاصة في المناسبات الدينية والوطنية الرسمية، ويرى باحثون¹ أن التواصل من خلال شبكة الانترنت يؤدي إلى تحسين وزيادة العلاقات الاجتماعية.

وقد كشفت نتائج دراسة كوتن "Cotten" وآخرون أن طلاب الجامعة يستخدمون شبكة الانترنت للاتصال بروابطهم الاجتماعية كالأهل والأصدقاء الذين يعيشون بعيدا عنهم، كما أن استخدام الشبكة لأغراض الاتصال يرتبط إيجابا بإدراك الشباب للدعم الاجتماعي من الأهل والأصدقاء. كما وضع كاتز "Katz" وأسبدن "Aspden" فرض الوفرة الاجتماعية "Social Augmentation" ومفاده أن التواصل عبر الشبكة يزود المستخدمين منفذ جديد للتفاعل الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء، الذي يحسن من حياتهم بشكل أو بآخر.²

المجموع الكلي في الجدول، يشير إلى مجموع اجابات المبحوثين وليس إلى عددهم، وقد تعدى العدد 300 بالنظر إلى أن السؤال يتيح اجابات متعددة للمبحوث

¹ - Elisheva F. Gross, Jaana Juvonen, Shelly L. Gable: **Internet use and well-being in adolescence**, Journal of Social Issues, Vol.58, No.1, Spring 2002, pp:75-90.

² - حدادي وليدة: **الشبكات الاجتماعية: من التواصل إلى خطر العزلة الاجتماعية**، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 7، العدد 21، ص 278 متاحة على

الخط <https://www.asjp.cerist.dz/> تاريخ الاطلاع 2020/05/11 سا 14.00

الجدول رقم: 61 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس و الاشباكات الوجدانية المحققة

ك ²	اناث = 210		ذكور = 90		الجنس الاشباكات الوجدانية المحققة
	%	ك	%	ك	
0.806	%20.95	44	%22.22	20	زادت الرغبة في التواصل مع المجموعة التي تشترك معك
0.269	%42.38	89	%35.55	32	توطدت الروابط الوجدانية مع الزملاء والأصدقاء
0.003	%37.61	79	%20	18	توطدت أكثر روابط الانتماء والتواصل مع الآخرين في المناسبات المختلفة
0.023	%42.85	90	%28.89	26	تطورت بعض السمات الشخصية لديك (حب الآخر، التضامن،... الخ
0.274	%03.33	07	%01.11	01	أخرى

يمثل الجدول رقم 61 توزيع أفراد العينة حسب الجنس و الاشباكات الوجدانية المحققة لديهم من تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، إذ أكدت المعطيات على تشابه الطلبة الذكور والاناث بخصوص بعض الإشباعات الوجدانية خاصة مع الخيار الأول والثاني والأخير، ويظهر ذلك مع قيمة اختبار كا² التي فاقت 0.05 مع جميعها، واختلاف بين الجنسين مع الخيارين الثالث والرابع، كذلك أبرزته قيمة كا² المحسوبة والتي لم تتعدى 0.05 عند مستوى ثقة 95%.

فبالنسبة للخيار الثالث "توطدت الروابط الوجدانية مع الزملاء والأصدقاء" جاء في المرتبة الأولى عند الطلبة الذكور وحل ثانيا عند الطالبات، حيث بلغ عدد التكرارات من الذكور 32 بنسبة 35.55 %، و 89 من الإناث بنسبة 42.38 %، أما قيمة اختبار كا² فكانت 0.26 وهي أكبر من قيمتها الجدولية 0.05 مايدل على عدم وجود اختلاف بين الجنسين في إجاباتهم عن هذا الخيار، أما الاختيار المتعلق بـ "تطور بعض السمات

الشخصية لدى المبحوثين (كحب الآخر، التضامن، التعاون... الخ) فتم اختياره ثانيا عند الذكور وحل أولا عند الاناث، إذ اختاره 26 مبحوثا من الذكور ممثلين بنسبة 28.89%، و 90 من الإناث بنسبة 42.85%، وبلغت قيمة اختبار كا² 0.02 مشيرة إلى وجود فروق دالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس حول هذا الخيار. وسجلنا مع خيار "زادت الرغبة في التواصل مع المجموعة التي أشرت معها" عدم ظهور فروق دالة إحصائية بين الجنسين عندما بلغت النسبتين 22.22% للذكور و 20.95% للإناث وقيمة كا² = 0.80. أما خيار المتعلق بـ "توطدت أكثر روابط الانتماء والتواصل مع الآخرين في المناسبات المختلفة" فجاءت النسب والتكرارات عند الذكور 18 ممثلين بنسبة 20% و 79 عند الإناث بنسبة 37.61%، وأكدت الفارق بين الاجابتين قيمة كا² المحسوبة التي بلغت 0.003 وبالنسبة للخيار المرتبط "باشباعات أخرى" هو الآخر لايدل على وجود فروق بين الجنسين حيث بلغ اختبار كا² 0.27

ويتضح مما سبق أن إشباع الطلبة لحاجاتهم من توطيد الروابط الوجدانية مع الزملاء والأصدقاء وتطور بعض السمات الشخصية لديهم كحب الآخر، التضامن،... الخ يأتي في مقدمة أهدافهم من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وترجم ذلك في ارتفاع النسب مع هذين الخيارين، وهي مؤشرات تدل بوضوح تام على الدور البارز الذي تلعبه هذه المواقع في دعم العلاقات الوجدانية للطلبة الجامعيين في الجزائر، ما يؤدي إلى تماسك إجتماعي أكبر بين الشباب. كما يحظى خيار "الرغبة في التواصل مع المجموعة التي أشرت معها" بالاهتمام الكبير لدى هذه الشريحة من المجتمع، حيث يمكن التوجه لمواقع التواصل الاجتماعي لتلبية حاجيات ترتبط بالدعم الاجتماعي من الأهل والأقارب والأصدقاء، ويُعتبر أمر "توطيد روابط الانتماء والتواصل مع الآخرين في المناسبات المختلفة" إشباعا هاما للطلبة الجامعيين، خاصة في المناسبات الدينية والوطنية الرسمية، ويظهر جليا من خلال النسب المذكورة أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على إشباع رغبات الطلبة والطالبات الوجدانية، ما يؤدي بدوره إلى تمتين الروابط والعلاقات الافتراضية بينهم بشكل جيد عبر الفضاء الالكتروني.

المحور الخامس: تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي بالقضايا الوطنية للطلاب الجامعي الجزائري

الجدول رقم 62: يوضح تأثير محتويات مواقع التواصل الاجتماعي على شخصية المبحوثين

النسبة المئوية %	التكرار	تأثير محتويات مواقع التواصل الاجتماعي على شخصية المبحوثين
10%	30	جعلتك إنطوائيا
35.66%	107	زادت من مهارات التواصل لديك
53.67%	161	لم تؤثر في شخصيتك
0.67%	2	أخرى تذكر
100%	300	المجموع

يوضح الجدول رقم 62 أعلاه تأثير محتويات مواقع التواصل الاجتماعي على شخصية المبحوثين، وبحسب المعطيات الجدولية يظهر أن أكثر من نصف أفراد العينة لم تتأثر شخصيتهم أثناء تصفحهم لمحتويات مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بـ 161 إجابة ونسبة بلغت 53.67%، وبمكنا تفسير ذلك بطبيعة وخصائص أفراد العينة (الطلبة) الذين يحسنون التعامل مع تلك المحتويات وينتقون الأفضل منها، وقد يشعرون بالمتعة والإثارة عندما يشاركون جوانب مهمة من هوياتهم مع الآخرين، سواء عن طريق الصور أو الفيديوهات المتداولة بينهم، فضلا عن تنمية المهارات الشخصية والخبرات الحياتية والتعامل مع الآخرين، والتسلية والترفيه والهروب من المشكلات المختلفة. ثم جاء الخيار الثاني المتعلق بـ "الزيادة في مهارات التواصل لديهم" بـ 107 تكرارا ونسبة 35.66%، حيث ينظر إلى تنظيم الاتصال داخل أي جماعة على أنه شبكة معقدة من العلاقات المتداخلة بين الأفراد. وتنعكس تلك العلاقات على وجود شبكات متعددة أو طرق كثيرة للاتصال بين الأعضاء كمهارات التحدث، الاقتناع، التفاوض، الانصات و التعاطف...الخ.

وسجلنا 30 إجابة عبر من خلالها أفراد العينة أنهم أصبحوا انطوائيين أكثر بعد استخدامهم المتكرر لمختلف مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 10%، فمن الغريب حقا أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت على نمط

العلاقات الإجتماعية للشباب، فكم من المرات يتجمع الأصدقاء في مكان ما، وكلا منهم منشغلا في هاتفه دون أن يلتفت إلى الآخرين، فقد خلقت هاته الشبكات نوعا جديدا من الوحدة؛ لأن أغلب الأشخاص وبالأخص الشباب الذين يعتمدون على تلك المواقع في علاقاتهم، يكونوا أكثر الناس إنطوائية؛ لأنهم يرتبطون بأصدقاء افتراضيين ويهملوا حياتهم الحقيقية. على شاكلة "Otakus" وهم مراقبون يابانيون أدمنوا على الانترنت حيث يقضون ساعات طويلة في فضاءات خيالية، إلى درجة أصبحوا يعتقدون أن حياتهم خارج الانترنت هي حياة ثانوية¹. هذا ولم يحظ خيار "تأثيرات أخرى ذكرها المبحوثون" سوى بنسبة قدرت بـ 0.67%، وبذلك فإن الخيارين الثاني والثالث كان تأثيرهما على شخصية المبحوثين قويا مقارنة بالخيارات الأخرى.

الجدول رقم: 63 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس و تأثير محتويات مواقع التواصل الاجتماعي على شخصية المبحوثين

النسبة	المجموع	اناث		ذكور		الجنس
		%	ك	%	ك	
10%	30	10%	21	10%	9	جعلتك إنطوائيا
35.67%	107	37.14%	78	32.22%	29	زادت من مهارات التواصل لديك
53.67%	161	52.38%	110	56.67%	51	لم تؤثر في شخصيتك
0.66%	02	0.47%	01	01.11%	01	أخرى تذكر
100%	300	100%	210	100%	90	المجموع
كا² المحسوبة = 1.024 تحت 3 درجات حرية . كا² الجدولية = 7.81 عند مستوى دلالة 95 % . النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في تأثير محتويات مواقع التواصل الاجتماعي على شخصيتهم.						

¹- الصادق رايح: الانترنت كفضاء مستحدث لتشكيل الذات، البوابة العربية لعلوم الاعلام والاتصال www.arabmediastudies.org تاريخ

يوضح الجدول رقم 63 توزيع أفراد العينة حسب الجنس وتأثير محتويات مواقع التواصل الاجتماعي على شخصية المبحوثين، فمن خلال البيانات المدونة فيه، يتضح أن الإناث يتأثرن بمحتويات مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متقارب مع الذكور، وظهر تقارب في النسب المتعلقة بالتأثيرات المقترحة، حيث لم يكن هناك تأثير على شخصية المبحوثين عند كلا الجنسين بنسبة 56.67% لدى الطلبة و52.38% لدى الطالبات إذ يمكن تفسير ذلك بكون الطلبة الجامعيون فئة نوعية ومتعلمة، ويستخدمون تلك المواقع بوعي أكثر من غيرهم، ويبدو أن النضج في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبح يميز تلك الفئة من المجتمع، حيث لم يعد تأثير محتويات الشبكات الاجتماعية كبير عليهم، بل يعتبرونها فضاءات بديلة احتضنت حاجياتهم المشتركة علمياً واجتماعياً وفنياً واقتصادياً... الخ، فهي وسائل اتصال ثرية، بالنظر إلى تنوع المضمون المقدم من خلالها، وزادت من مساحة حرية الرأي والتعبير ومشاركة الشباب في مختلف الأحداث والمتغيرات التي تطرأ على المجتمع، كما تساهم في تنشئة آراء وتوجهات أفرادهم حول قضايا تهمهم، وعلى هذا الأساس فإن الشباب الجامعي لا يرى في تلك المضامين خطر على شخصيتهم لأنهم يستخدمونها بوعي وإيجابية أكثر.

و نجد (32.22%) من الذكور زادت مهارات التواصل لديهم عند تعرضهم لمحتوى منصات التواصل الاجتماعي، في حين نسبة الإناث بلغت (37.14%)، وتشمل مهارات اللغة، الاستماع، الرد على الرسائل والمنشورات، إقناع الآخر بفكرة معينة... الخ. ونسبة (10%) لكلا الجنسين جعلتهم إنطوائيين، فالإدمان على الانترنت وتطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي له تأثير على شخصية الفرد من حيث الوحدة والعزلة الاجتماعية، في حين أن الذين ذكروا تأثيرات أخرى لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي على شخصيتهم لم تتعدى نسبتهم (1.11%) بالنسبة للذكور و(0.47%) للإناث.

ومن معطيات الجدول أيضاً نجد قيمة كاي تربيع المحسوبة قدرت بـ (1.02) عند ثلاث درجات حرية (3) ومستوى الدلالة (0.05) في حين بلغت قيمتها الجدولية (7.81) وقد اعتمدنا هذا المستوى من الثقة أي نسبة 5% التي تمثل نسبة الخطأ في النتائج المتوصل إليها، وبالتالي فإن 95% من النتائج المتوصل إليها هي صحيحة، أي أن هناك تشابه بين إجابات الطلبة والطالبات حول هذا السؤال، ومنه نستطيع القول أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول تأثير محتويات مواقع التواصل الاجتماعي على شخصية المبحوثين حسب متغير الجنس.

الجدول رقم 64: يبين مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المبحوثين بقضايا ومواضيع وطنية

النسبة المئوية %	التكرار	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المبحوثين بقضايا ومواضيع وطنية
82.7%	248	نعم
17.3%	52	لا
100%	300	المجموع

يبين الجدول رقم (64) أعلاه مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المبحوثين بقضايا ومواضيع وطنية، إذ تبين أن الأغلبية الساحقة من أفراد العينة تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في بلورة الوعي بالقضايا والمواضيع ذات البعد الوطني لديهم، وذلك بنسبة 82.7%، فقد أدى تزايد عدد المشتركين في تلك الشبكات الرقمية لا سيما من فئة الشباب الجامعي، إلى تصاعد تأثيرها ودورها في المجتمع والتحول الجارية فيه، وزيادة مستوى منافستها لوسائل الإعلام التقليدية في تشكيل الرأي العام الجزائري حول العديد من القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية، فقد استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي إبراز الأحداث الجارية في الوطن بصورة أكثر فاعلية من الإذاعة والتلفزيون وغيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى، التي لم تعد في نظرهم تلبي حاجياتهم المعرفية والثقافية والاجتماعية وغيرها. مقابل 17.3% منهم لا يعتقدون أن لتلك المواقع دور في توعيتهم بقضايا وطنهم، ربما يعود ذلك إلى عدم ارتباط تلك الفئة بشبكة الانترنت لأسباب معينة، أو عدم امتلاكها لجهاز يسمح لهم بالاطلاع على القضايا الوطنية عبر المنصات الالكترونية المختلفة، كما لا تزال فئة من الشباب الجزائري تقرأ الصحف والمجلات وتتابع باهتمام وسائل الاعلام الأخرى كالإذاعة والتلفزيون، مما يعزز فرضية تكوين آراء حول قضايا مختلفة من تلك الوسائل الاتصالية الجماهيرية.

وتدعم معظم شبكات التواصل الاجتماعي التواصل بين الأفراد داخل المجتمع الواحد، وتساعد في التواصل على أساس الاهتمامات المشتركة، وتتداخل عديد العوامل فيما بينها لتشكل وعي الشباب بالقضايا المختلفة في المجتمع، منها عوامل مجتمعية مثل: الحرية والديمقراطية، أساليب الاتصال المعتمدة في المجتمع،

جماعات الضغط والأحزاب، الموروث الفكري والعقائدي، إضافة إلى العوامل الخارجية، أو الدولية والإقليمية، وعوامل شخصية مثل: مستوى الفرد التعليمي والثقافي والاقتصادي، وطريقة التنشئة الاجتماعية. وينظر البعض إلى أن العضوية في مجموعات افتراضية ذات اهتمام مشترك، كباعث جديد للاهتمام بنموذج الاستخدامات والإشباع التي يهتم بالاحتياجات النفسية والاجتماعية للجمهور.

الجدول رقم: 65 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس و مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي

في توعية المبحوثين بقضايا ومواضيع وطنية

النسبة %	المجموع	اناث		ذكور		الجنس مساهمة مواقع التواصل في توعية المبحوثين بقضايا ومواضيع وطنية
		%	ك	%	ك	
82.67%	248	84.28%	177	78.89%	71	نعم
17.33%	52	15.72%	33	21.11%	19	لا
100%	300	100%	210	100%	90	المجموع

ك² المحسوبة = 1,281 تحت 1 درجة حرية .

ك² الجدولية = 3.84 عند مستوى دلالة 95 % .

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في توعيتهم بقضايا ومواضيع وطنية.

يوضح الجدول رقم "65" توزيع أفراد العينة حسب الجنس ومساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المبحوثين بقضايا ومواضيع وطنية، حيث دلت النتائج على أن:

نسبة الطلبة الذكور الذين تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في توعيتهم بقضايا ومواضيع وطنية بلغت 78.89% مقابل 84.28% للإناث، والفارق بينهما ليس ذو دلالة إحصائية، ذلك أن قيمة (ي) المحسوبة (T = 0.55) وهي أصغر من القيمة الجدولية عند مستوى الثقة (0.05 = 1.98) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائية بين الطلبة والطالبات. أما الذكور الذين "لا يعتقدون أن لتلك المواقع دور في توعيتهم بقضايا وطنهم" فقدرت نسبتهم بـ 21.11% فيما بلغت عند الإناث 15.72% حيث أن الفارق دال إحصائياً إذ بلغت قيمة (ي)

المحسوبة ($T=2.62$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة إحصائية، وعليه نستنتج أن الطلبة والطالبات يختلفون في اعتقادهم بأنه: "ليس لمواقع التواصل الاجتماعي دور في توعيتهم بقضايا وطنهم"، حيث نجد الذكور يميلون إلى هذا الاتجاه أكثر من الإناث. وبتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول أعلاه، وجدنا قيمته المحسوبة ($\chi^2=1.28$)، وهي أقل من القيمة الجدولية (3.84) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجة حرية واحدة و مستوى ثقة 95٪ وفي حدود هذه النتائج نستنتج أنه لا توجد اختلافات بين الجنسين حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في توعيتهم بقضايا ومواضيع وطنية، و نلاحظ فقط ميل الذكور نسبيا للاتجاه الثاني أكثر من الإناث. الجدول رقم 66: يبين كيف ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المبحوثين بقضايا ومواضيع وطنية

النسبة المئوية %	التكرار	كيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المبحوثين بقضايا ومواضيع وطنية
36.5%	149	عززت لديك روح الانتماء للوطن
18.1%	74	عرفتك بالبرامج والخطط التنموية الاقتصادية والاجتماعية
19.6%	80	عرفتك على آراء السياسيين والقادة من منظمات المجتمع المدني
24%	98	أبرزت لديك أبعاد الهوية الوطنية
1.7%	07	أخرى
100%	408	المجموع

توضح البيانات الجدولية أعلاه، كيف ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المبحوثين بقضايا ومواضيع وطنية، إذ بينت المعطيات أن نصف أفراد العينة تقريبا من الشباب الجامعي، تعزز لديهم روح الانتماء للوطن، وذلك بنسبة 36.5%، و 98 تكرارا بنسبة قدرت بـ (24%) أبرزت محتويات مواقع التواصل الاجتماعي أبعاد الهوية الوطنية لديهم، بينما سجلنا 80 إجابة بنسبة قدرت بـ (19.6%) من مجموع الاجابات، عرفتهم على آراء السياسيين والقادة من منظمات المجتمع المدني في الجزائر حول مواضيع مختلفة، بينما بلغت إجاباتهم حول

التعرف على برامج وخطط تنمية إقتصادية واجتماعية 74 تكرارا بنسبة قدرت ب 18.1%، فيما لم نسجل سوى 1.7% من الإجابات ترتبط بكيفيات أخرى ساهمت في توعية الشباب بقضاياهم الوطنية.

مما سبق ذكره ومن خلال النسب المتضمنة في الجدول، والخاصة بالكيفية التي ساهمت بها مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المبحوثين بقضايا ومواضيع وطنية، اتضح لنا أن الشباب الجامعي الجزائري تعزز لديه روح الانتماء للوطن من خلال الإحساس بالانتماء إلى المجموعة وتقاسم شعورها، بعاداتها وتقاليدها وسلوكياتها، كما تصل بالطالب الجامعي إلى التفاعل في أوسع معانيه مع الوطن ومع المواطنين، فهي إذا علاقة الشاب "بالوطن" من حيث هو "الأرض" المساحة الجغرافية والتاريخية والاجتماعية والسياسية، لذلك فإن الشباب الجامعي يدرك أن المواطنة والروح الوطنية هي المحرك الحقيقي للحياة الاجتماعية، وتلك الروح الوطنية تتضمن مجموعة القيم التي تحدد علاقة الفرد بمجتمعه، وتصل به إلى الالتزام بالعقد الاجتماعي الذي يربط بين المواطنين المتساويين في الحقوق والواجبات.

فالمساواة بين المواطنين هي التي تحقق الوطنية (Patriotisme) والتي تتمثل في شرعية الانتماء إلى الوطن من خلال مجموع القيم التي تحدد علاقة الفرد بالمواطنين، وتتحقق من خلال التفاعلية بين القيادة والمجموعات البشرية المستهدفة عبر قنوات الاتصال والإعلام وفي مقدمتها الإنترنت التي تتضمن شبكات التواصل الاجتماعي، كما بينت هذه الأخيرة أبعاد الهوية الوطنية للطلبة الجامعيين، إذ يمكن القول أن استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي قد أدت إلى ظهور المجتمعات الافتراضية التي تسعى إلى غرس الوطنية وتحقيق الانتماء والولاء وحب الوطن لدى منتسبي الجامعة، ويتم ذلك من خلال استثمار غايات ودوافع استخدام منتسبي الجامعات لها والتي تتمثل فيما يلي:¹

غايات دينية أخلاقية، غايات تعليمية، غايات تجارية، غايات سياسية، غايات ترفيهية، غايات أدبية، غايات نفسية اجتماعية.

كما أن لهذه المواقع تأثير على زيادة الوعي السياسي للطلبة الجامعيين، من خلال معرفة آراء السياسيين والقادة من منظمات المجتمع المدني، والإطلاع على البرامج والخطط التنموية الإقتصادية والاجتماعية التي تقرها الجهات الحكومية في البلد، وذلك من خلال تبادل الخبرات والمحادثات والمتابعة والنقاش، حول الكثير من القضايا

¹ - Boyd, d., & Ellison, N: **Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship**. Journal of Computer-Mediated Communication, (2007), 13(1), 210-230.

- Smock, A. D., Ellison, N. B., Lampe, C., & Wohn, D. Y: **Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use**. Computers in human Behavior, (2011), 27, 2322-2329.

التي تهمهم في حياتهم اليومية، ولا أدل على ذلك من طرح مسودة الدستور الجزائري الجديد في شهر ماي من سنة 2020 للنقاش وطنيا، خاصة من قبل الطبقة المثقفة والمتخصصة من أساتذة وطلبة جامعيين وأحزاب وجمعيات وغيرها، قبل تمريره على البرلمان والاستفتاء الشعبي.

الجدول رقم: 67 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس و كيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في توعية

المبحوثين بقضايا ومواضيع وطنية

ك ²	اناث = 210		ذكور = 90		كيفية الجنس مساهمة مواقع التواصل في توعية المبحوثين بقضايا ومواضيع وطنية
	%	ك	%	ك	
0.013	54.76%	115	37.78%	34	عززت لديك روح الانتماء للوطن
0.388	23.80%	50	26.67%	24	عرفتك بالبرامج والخطط التنموية الاقتصادية والاجتماعية
0.529	26.19%	55	27.78%	25	عرفتك على آراء السياسيين والقادة من منظمات المجتمع المدني
0.021	37.14%	78	22.22%	20	أبرزت لديك أبعاد الهوية الوطنية
0.394	02.85%	06	01.11%	01	أخرى

يبين الجدول رقم 67 أعلاه، توزيع أفراد العينة حسب الجنس و كيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المبحوثين بقضايا ومواضيع وطنية، إذ أكدت المعطيات عدم وجود فروق دالة إحصائية مع الخيارين الثاني والثالث والأخير تعزى لمتغير الجنس، ويظهر ذلك مع قيمة اختبار كا² التي فاقت 0.05 مع هذه الخيارات، بينما سجلنا اختلافا بين الجنسين في إجاباتهم عن الخيارات الأخرى المتبقية (الأولى والرابعة)، وهو ما أظهرته قيمة كا² المحسوبة والتي لم تتعدى 0.05 عند مستوى ثقة 95%.

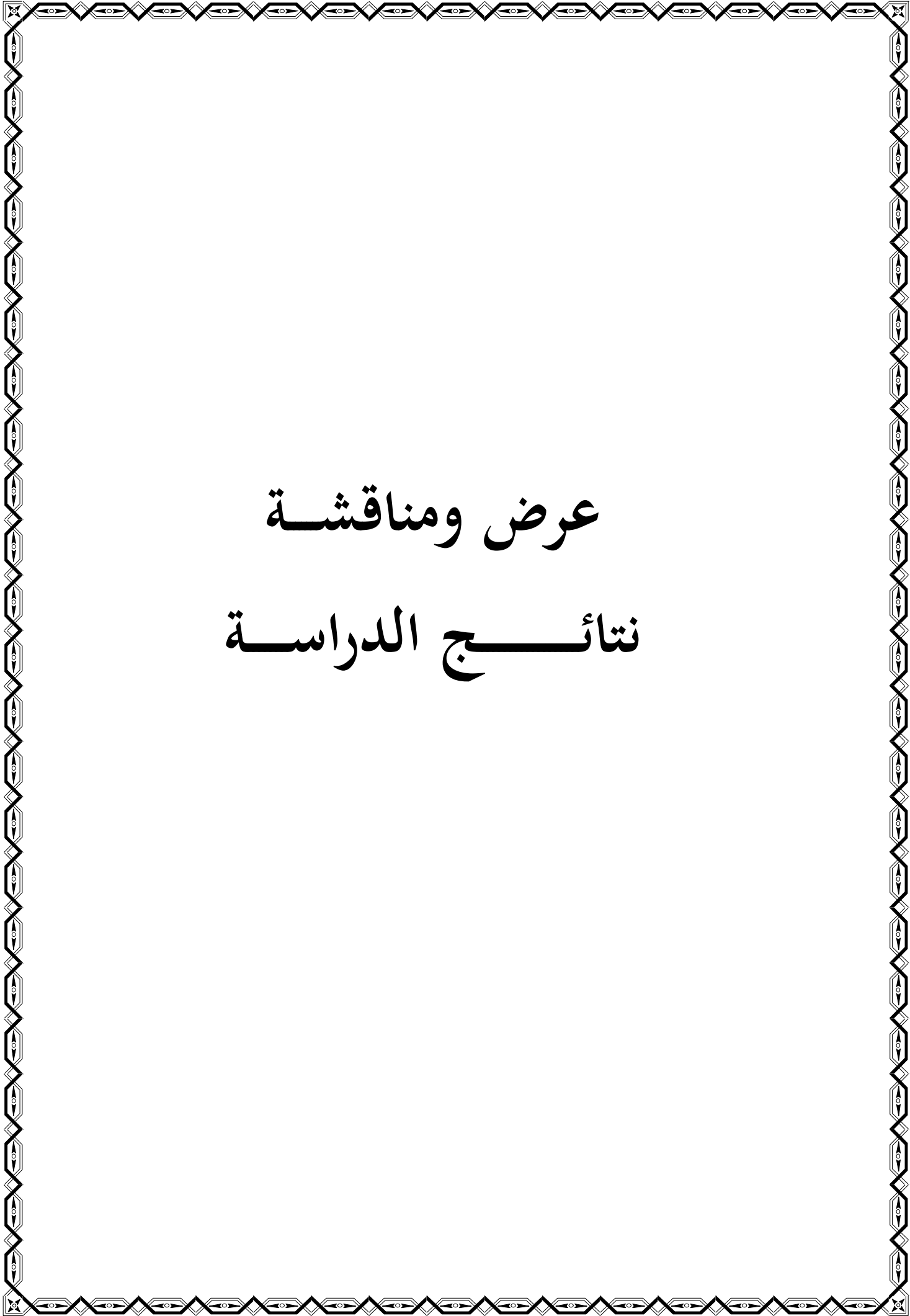
فبالنسبة للخيار الأول "عززت لديك روح الانتماء للوطن" جاء في المرتبة الأولى عند كل من الطلبة و الطالبات، حيث بلغ عدد التكرارات عند الذكور 34 تكرارا بنسبة 37.78%، و 115 من الإناث بنسبة

54.76%، أما قيمة اختبار كا² المحسوبة فكانت 0.01 ماينبئ بوجود فارق بين الجنسين في الإجابة على هذا الخيار، أما الاختيار المتعلق بـ "أبرزت لديك أبعاد الهوية الوطنية" فتم اختياره ثانيا عند الإناث وحل رابعا عند الذكور، إذ سجلنا 78 إجابة لدى الإناث بنسبة 37.14%، و 20 إجابة للذكور ممثلين بنسبة 22.22%، وبلغت قيمة اختبار كا² = 0.021 مشيرة إلى وجود فروق دالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس والإجابة على هذا الخيار. أما متعلق بالخيار الثاني "عرفتك بالبرامج والخطط التنموية الاقتصادية والاجتماعية" لم تظهر بشأنه فروق دالة إحصائية بين الجنسين، عندما بلغت النسبتين 26.67% للذكور و 23.80% للإناث وقيمة كا² = 0.38. أما خيار المتعلق بـ "عرفتك على آراء السياسيين والقادة من منظمات المجتمع المدني" فكان عدد إجابات الذكور 25 ممثلين بنسبة 27.78% و 55 من الإناث بنسبة 26.19%، حيث دلت هاتين النسبتين على عدم وجود اختلاف في إجابات الطلبة والطالبات، وأكدت ذلك قيمة اختبار كا² المحسوبة، والتي بلغت 0.52، وبالنسبة للخيار المرتبط "بكيفيات أخرى ساهمت بها مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المبحوثين بقضايا وطنية" هو الآخر دل على عدم وجود فروق بين الجنسين حيث لم نسجل سوى إجابة واحدة فقط للطلبة الذكور، و 06 إجابات للإناث، إذ بلغت قيمة اختبار كا² المحسوبة 0.39 وهي أكبر من 0.05 المنبئة بوجود فروقات بين الجنسين.

والظاهر أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في توعية الطلبة والطالبات بقضايا ومواضيع وطنية من خلال "تعزيز روح الانتماء للوطن لديهم" و"إبراز أبعاد الهوية الوطنية" و"التعرف على آراء السياسيين والقادة من منظمات المجتمع المدني في الجزائر" وهاته الخيارات جاءت في مقدمة كيفية مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في توعيتهم بقضايا وطنهم، وترجم ذلك في ارتفاع النسب مع هذه الخيارات، وهي مؤشرات تدل بوضوح على الدور البارز الذي تلعبه هذه المواقع في تكوين رأي عام محلي، ذو علاقة بأبعاد الهوية الوطنية للشباب الجامعي الجزائري، كما يخطى خيار التعرف على البرامج السياسية والخطط التنموية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر باهتمام متزايد لدى هذه الشريحة من المجتمع، وباتت هذه الشبكات تشكل بوابة جديدة لكل من أراد الحصول على معلومات أو متابعة الأحداث اليومية أو التأكد من حدث ميداني وقع بإحدى المناطق الجزائرية بشكل عام، أو منطقة سكنه بشكل خاص، لذلك أصبح لشبكات التواصل الاجتماعي دور مميز في نقل المعلومات والوقائع وزيادة الوعي والمعرفة لدى جمهور الشباب الجامعي الجزائري، ويزداد هذا الدور يوما بعد يوم، خصوصا بعد التأثير الكبير الذي أحدثته عند نقلها وقائع وأحداث الحراك الشعبي الجزائري، فعززت بذلك مفهوما جديدا وهو "صحافة المواطن"، حيث أصبح بإمكان أي مواطن جزائري أن يكون صحفيا من خلال نقل النصوص والصور والفيديوهات الموثقة من أماكن الأحداث، وذلك عن طريق نشرها عبر صفحات شخصية وضمن مجموعات هو

عضو فيها، مما شكل ذلك عنصر ضغط فعال على الحكومات، من خلال مراقبة كافة أشكال الفساد والإستبداد التي تحدث في البلاد.

ويظهر جليا من خلال النسب المذكورة، أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تكوين وعي وطني لدى الطلبة الجامعيين يمس مختلف المجالات ذات الصلة بالمجتمع الذي يعيشون فيه، كالبرامج الاستثمارية والمشاريع التنموية إقتصادية وإجتماعيا وثقافيا وغيرها.



عرض ومناقشة نتائج الدراسة

عرض ومناقشة نتائج الدراسة:

من خلال الدراسة الميدانية التي تضمنت توضيح الرؤية بشأن استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، وذلك بتبيان عادات وأنماط استخدامها، والدوافع التي أدت إلى ذلك، ورصد مختلف الأسباب التي جعلت الشباب الجامعي الجزائري يتصفح شبكات التواصل الاجتماعي، مع توضيح للإشباع المحققة لديهم من ذلك الاستخدام، كما تمكنت الدراسة من رسم صورة واضحة عن تأثيرات تلك المواقع على وعي الطلبة بقضاياهم الوطنية، مع تحديد الأولويات في الاستخدام وعليه؛ يمكن رصد هذه النتائج ومناقشتها كما يلي:

نتائج المحور الأول: البيانات الشخصية

01- بلغ عدد الطلبة الذكور 90 من أفراد العينة، في مقابل 210 طالبة، ويرجع هذا التباعد في الأعداد المحصل عليها إلى وجود فارق كبير نوعا ما في عدد الطلبة الجامعيين بين جنسي الذكور والإناث، إذ سجلنا من خلال الإحصائيات المقدمة لنا من إدارة الجامعة عددا كبيرا للطالبات في كل التخصصات مقارنة بالطلبة الذكور، كما أن الجامعة الجزائرية شهدت خلال السنوات الماضية تزايدا ملحوظا لعدد الإناث اللائي تحصلن على شهادة البكالوريا والتحقن بالجامعات والمعاهد في مختلف التخصصات.

02- غالبية المبحوثين يتراوح سنهم بين 18 و 27 سنة وذلك يعود إلى أن أكبر شريحة في طلبة الجامعة محل الدراسة يتراوح سنها بين القيمتين المذكورتين سابقا، إضافة إلى أنها فئة شبابية هامة ونشطة على مواقع التواصل الاجتماعي إذ تجد فيه متنفسا ومجالا رحبا للتعبير والتفاعل، كما تملك هذه الفئة طموحات كبيرة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والتجديد المستمر على عكس الفئات العمرية الأكبر سنا.

03- تمت تغطية كل الكليات الموجودة بالجامعة بطريقة متساوية، أي بمتوسط 50 طالبا وطالبة في كل تخصص ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، أي ما يمثل 16.7% لكل منها، وقد راعينا في اختيار هذه التخصصات المزج بين التخصصات العلمية والتقنية كالعلوم والتكنولوجيا وعلوم الطبيعة والحياة والعلوم الاقتصادية، وكذا التخصصات الأدبية والإنسانية كالآداب واللغات والعلوم الإنسانية والاجتماعية والحقوق والعلوم السياسية، وتحت كل تخصص علمي من هذه التخصصات نجد أخرى فرعية ذات علاقة بأبعاد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

04- أغلب الطلبة والمقدر عددهم بـ 276 مفردة من عينة البحث يمتلكون حسابا على شبكات التواصل الاجتماعي، لما لهذه الأخيرة من أهمية متزايدة في حياة الشباب الجامعي، نظرا لميزاتها كوسيط اتصالي بديل

ومميز، يسمح للطلاب بتبادل المعارف والمعلومات في فضاء مفتوح على مدار الساعة، وكذا الخدمات الكبيرة للفضاء الرقمي الافتراضي التي أتاحتها هذه المواقع للطلبة الجامعيين.

نتائج المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي

01- يقبل على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كل أفراد العينة، لكن بدرجات متفاوتة إذ تتراوح بين أربع درجات هي: دائما، غالبا، أحيانا، نادرا وأكبرها كانت دائما بنسبة 41.7%، حيث أظهرت النتائج أنه لا يوجد بالمطلق الكامل استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين، ويعود ذلك إلى عدة اعتبارات كونهم طلبة يقضون فترات مهمة في الدراسة والمذاكرة، ولأنهم قد يتعرضون إلى جملة من العوائق المتعلقة بكل من الأجهزة المستخدمة أو البرامج التي يتصفحونها، أمام إمكانية قراءة ومتابعة مريحة لوسائل تقليدية أخرى، ومن العوامل التي تجعل الطلبة يعجزون عن قضاء فترات طويلة ومتواصلة في استخدام مواقع التواصل بأريحية، هي الآثار الصحية التي تسببها الأجهزة المستخدمة في ذلك، منها آلام الظهر والإرهاق البصري، اللذان يقللان من مستويات التركيز على المحتوى ويبعثان على الملل والإنصراف من أمام هذه الأجهزة.

02- تأكد عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين من الذكور و الإناث حول درجات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بعد تطبيق اختبار كا² حيث بلغت قيمته المحسوبة: كا² = 3.432، وهي أقل من القيمة الجدولية 7.81 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاث درجات حرية و مستوى ثقة 95%، وتشير هذه النتائج إلى أن درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي غير مرتبطة بمتغير النوع، حيث أن الذكور و الإناث سواء من حيث درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة.

03- توصلت الدراسة إلى أن نسبة كبيرة من الطلبة يفضلون بالدرجة الأولى موقع فايس بوك، ثم اليوتيوب يليه الانستغرام والتويتر للتصفح أكثر من المواقع الأخرى، فالأول بطبيعة الحال من أهم وأشهر مواقع التواصل عبر العالم بفضل المزايا التي يتوفر عليها، فهو يشهد انتشارا ونجاحا كبيرا مقارنة بالمواقع الأخرى بين الشباب، فهو مصدر للتفاعل والتعارف والتواصل بين الأعضاء المشتركين فيه، كما يتيح الفايس بوك إمكانية متابعة الأخبار وتبثيها في شكل صور أو مقاطع فيديو، ويسدي كذلك خدمات كبيرة في التسويق والترويج للمنتجات، كما يعتبر فضاء رحبا لتبادل المعلومات والأفكار العلمية ومناقشتها بين الطلبة فيما بينهم. أما الموقع الثاني - اليوتيوب - فيشتهر بقدرة كبيرة على عرض مقاطع الفيديو بأحجام مختلفة سواء أفلام أو أشرطة أو مقاطع موسيقية، واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع، وفيما يخص الموقع الثالث الأكثر تصفحا لدى أفراد العينة، الانستغرام هو الآخر يحمل عدة ميزات جعلته من أثير المواقع تصفحا لدى مستخدمييه، فهو تطبيق مجاني

يسمح بتبادل الصور و الفيديوها والقصص كذلك، حيث يتزايد عدد مستخدميها منذ تأسيسه عام 2010م. فيما حل "تويتر" الذي يقدم خدمة التدوين المصغر رابعا لدى الطلبة المبحوثين، فهو يعتبر مصدرا معتمدا للتصريحات الشخصية الرسمية وغير الرسمية، كما يتميز بالسرعة والتركيز على ما قل ودل من الكلام، لذلك يستخدم من قبل شرائح واسعة من المجتمعات، لمتابعة آخر الأخبار في شكل رسائل نصية مختصرة.

04- أظهرت لنا الدراسة أن التفضيلات حسب الجنس (الذكور و الإناث) لأهم مواقع التواصل الاجتماعي كانت متشابهة وهي تتجه أكثر إلى المواقع التالية: الفيس بوك ، اليوتيوب، الانستغرام، والتي جاءت في المراتب الأولى، لما تحمله هذه المواقع من خصائص ومميزات لا توجد في مواقع أخرى، كالمشاركة، المحادثة، الترابط، التفاعل، إنشاء مجموعات، إضافة أصدقاء... الخ. وبعد تطبيق اختبار كا²، وجدنا قيمته المحسوبة متباينة مع التفضيلات المتاحة لكنها متقاربة، ماعدا موقعي تويتر وماي سبيس أين سجلنا قيمة كا² المحسوبة: (0.02) و (0.005) على التوالي ما يدل على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الجنسين في تصفحهما لهذين الموقعين، أما مع باقي المواقع، فبلغت قيمتها أكثر من 0.05 ما يدل على عدم وجود علاقة فارقة إحصائية تعزى لمتغير الجنس.

05- بينت الدراسة كذلك، أن الطلبة من حيث التخصص العلمي يختلفون في تصفحهم لبعض المواقع ويتشابهون في مواقع أخرى، فقد سجلنا تقاربا كبيرا بين التخصصات العلمية في تصفح موقع الفيس بوك، اللينكدان، الماي سبيس، فليكر، في كوتتاكت وفرانديستر، وما دل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير التخصص وتصفح هذه المواقع، هو اختبار كا² المحسوبة والتي فاقت 0.05 معها. ويرجع هذا التقارب والتشابه بين التخصصات العلمية في تصفحهم لهذه المواقع، إلى كونهم بحاجة ماسة لها لأجل إشباع حاجاتهم المعرفية والوجدانية والتعليمية إضافة إلى حاجات أخرى كالتسلية والترفيه.

06- أوضحت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاثة أيام في الأسبوع، وذلك بنسبة قدرت ب 72%. وهي أعلى نسبة، هذا ما دل على الأهمية المتزايدة لمواقع التواصل الاجتماعي في حياة الطلبة عموما، مما عزز فرضية التأثيرات الكبيرة على أفكارهم وسلوكياتهم ومعتقداتهم، كما بينت النتائج تقاربا بين النسب فيما يخص عدد الأيام الأخرى التي تستخدم فيها شبكات التواصل الاجتماعي، إذ تؤثر في ذلك عوامل وظروف منطقية تتعلق بالدراسة في الجامعة وأوقات الفراغ المتاحة لهم.

07- يشكل عدد الذكور الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاثة أيام في الأسبوع 63 فردا من مجموع 90 طالبا بنسبة 70%، مقابل 153 مفردة من مجموع 210 طالبة أي بنسبة 72.85% لدى

الإناث، وقد تأكد عدم وجود علاقة فارقة بين إجابات الطلبة ذكورا وإناثا، فيما يتعلق بعدد أيام استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الأسبوع، وعليه فالذكور و الإناث سواء في اختيار عدد الأيام التي يستخدمون فيها مواقع التواصل الاجتماعي في الأسبوع. ويتجه الاستخدام نحو التصفح اليومي لهذه المواقع، نظير الأهمية المتزايدة لها في الحياة اليومية للطلبة والطالبات.

08- من خلال النتائج المتحصل عليها اتضح لنا أن الأيام المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي أكثر، تكون يوم الجمعة والسبت والخميس بهذا الترتيب، كون هذه الأيام تشكل أيام عطل خاصة عطلة نهاية الأسبوع، أين يكون الطلبة في راحة مما يساعدهم ذلك على استخدام الانترنت بصفة عامة و شبكات التواصل الاجتماعي خاصة، وتنخفض كثافة المشاهدة في الأيام الأخرى، وهي على التوالي الأحد، الاثنين، الثلاثاء، الأربعاء، وهي الأيام التي يكون فيها عادة الطلبة منشغلين بالدراسة في الجامعة.

09- كشفت الدراسة أن هناك ارتباط موجب وقوي بين الذكور والإناث والأيام المفضلة لديهم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، إذ لم نسجل فروقا دالة إحصائية بين الطلبة و الطالبات في الأيام المفضلة لديهم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي. وهو ما أكدته معامل ارتباط الرتب سبيرمان حيث بلغت قيمته ($r = 0.85$).

10- أوضحت نتائج الدراسة أن أفضل فترة يفضلها الطلبة الجامعيون لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، هي الفترة الليلية، حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 49٪، أما الذين يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة المسائية فقدرت نسبتهم بـ 42.7% وهي نسبة معتبرة كذلك، وذلك منطقي جدا باعتبار الفترتين الليلية والمسائية تشكّلان الوقت المناسب الذي يتفرغ فيه أغلب الأشخاص لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة ممن لديهم ربط بشبكة الانترنت ذات التدفق الجيد (ADSL)، كما يعود الأمر كذلك إلى ارتباطات الطلبة الدراسية في الجامعة نهارا، وانشغالات الحياة اليومية الأخرى، من أعمال ونشاطات وزيارات... الخ، إلا أن تزايد الاستخدام في هاتين الفترتين الزمنيّتين، من شأنه أن يقضي على النمط التقليدي لاجتماع الأسرة الجزائرية و يحدث اضطرابا في العلاقات الأسرية بين الطلبة وأسرهم، بسبب العزلة التي فرضتها شبكات التواصل الاجتماعي داخل البيوت.

11- في حدود نتائج الدراسة تبين لنا أنه لا توجد علاقة بين متغير الجنس و فترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و نلاحظ فقط ميل الذكور للسهر في الليل مع شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من الإناث، بينما تسمي الإناث أمامها أكثر من الذكور، و هذا يرتبط بالأساس بطبيعة نشاط الاناث داخل المنزل، والسهر خارجه بالنسبة للطلبة الذكور. ناهيك على طبيعة العادات والتقاليد التي تميز الأسرة الجزائرية عموما، حيث دل

اختبار كا² المحسوبة (كا²=4,94)، وهي أقل من القيمة الجدولية (5.99) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين.

12- بينما سجلنا وجود فروق دالة إحصائية بين التخصصات العلمية للمبحوثين وتفضيل فترات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تبين أن الطلبة يختلفون أحيانا ويتقاربون في أخرى حول الفترة الزمنية المفضلة لديهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث عبر جميع المبحوثين من التخصصات الستة، عن استخدام هذه المواقع في كل الفترات لكن بنسب متفاوتة. ونالت الفترة الليلية الحصة الأكبر لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين، ثم الفترة المسائية، لتحل في الأخير فترة الصباحية، كما سجلنا هنا الاشتراك في الفترة الليلية في الرتبة الأولى بين ثلاثة تخصصات هي العلوم الاجتماعية والانسانية، العلوم الاقتصادية، العلوم والتكنولوجيا، بينما جاءت في المرتبة الثانية عند طلبة تخصص علوم الطبيعة والحياة، أما الفترة المسائية فتساوت مع نظيرتها الأولى بالنسبة لطلبة تخصص الحقوق والعلوم السياسية و الآداب واللغات.

و بتطبيق اختبار كا² وجدنا قيمتها المحسوبة (كا²=26,84) وهي أكبر من القيمة الجدولية (18.31) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 10 درجات حرية.

13- أظهرت نتائج الدراسة أن مدة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي عند أفراد عينة البحث، تزيد عن ثلاث ساعات في اليوم بنسبة 31.33%، ثم لمدة ساعتين يوميا بنسبة 23.33% وساعة واحدة بنسبة 19%، وعليه يمكن القول أن أغلبية المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي لفترات معتبرة تتعدى الساعتين والثلاث ساعات يوميا، وهذه المدة قد تزيد وتنقص بحسب ظروف المبحوثين، فهي قد تزيد مع نهاية الأسبوع أو أيام الراحة، وتقلص خلال الأيام التي يكون الطلبة في مقاعد الدراسة أو يقومون بأعمال أخرى، ويرجع هذا الاستخدام كذلك، إلى مميزات هاته المواقع التي تستقطب الشباب الجامعي الجزائري، وتشد انتباهه، حتى تجعله أكثر استخداما لها ولفترات طويلة، خاصة مع انتشار أجهزة الهواتف المحمولة الذكية، التي أصبحت لا تفارق الطلبة تقريبا في أغلب فتراتهم، لما تحتويه من ميزات عديدة كسهولة حملها واحتوائها على تطبيقات مختلفة كالفايس بوك مثلا، وإمكانية ارسال الصور ومقاطع الفيديو من خلالها. كما أن المتعة التي يشعر بها مستخدموا مواقع التواصل، لا تجعلهم يشعرون بزمن التصفح ولا يعيرونه أهمية، هذا ما يؤدي إلى تضيق الكثير من الوقت وإهمال الواجبات والأعمال الأخرى.

و يعتبر الزمن الذي يقضيه المستخدم في تصفحه مواقع التواصل الاجتماعي مؤشرا هاما على علاقته بالموقع وتمثله له، ويطلق على هذا الزمن بالزمن الإعلامي، وهو الزمن الذي يستغرقه الفرد في تعاطيه للمواد الإعلامية

على اختلاف محاملها، أو هو الزمن المرتبط بوتيرة ومضمون محتويات وسائل الاتصال. والزمن الإعلامي طرف أساسي في تطور أو تشكل الزمن الاجتماعي، فهو زمن رمزي وليس حقيقي، أي يعيشه الإنسان بصفة رمزية كمشاهدة التلفزيون مثلاً، ويبدو للوهلة الأولى أن تكون العلاقة بين الزمنين الاجتماعي والإعلامي جدلية، أي أن الاجتماعي ينعكس جزئياً في الإعلامي.

14- أبرزت نتائج الدراسة أن الاناث يستغرقن وقتاً متقارباً مع الذكور في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وظهر تقارب في النسب المتعلقة بفترات التصفح، حيث كانت أكبر نسبة في الاستخدام عند كلا الجنسين في أكثر من ثلاث ساعات يومياً بنسبة 27.78% لدى الطلبة و32.85% لدى الطالبات، وتؤكد لن ذلك من خلال كاي تربيع المحسوبة والتي قدرت بـ 1.319 عند درجة الحرية (4) ومستوى الدلالة (0.05) في حين بلغت قيمتها الجدولية (9.49)، وقد اعتمدنا هذا المستوى من الثقة أي نسبة 5% التي تمثل نسبة الخطأ في النتائج المتوصل إليها، وبالتالي فإن 95% من النتائج المتوصل إليها هي صحيحة، ومنه نستطيع القول أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.

15- كما اتضح كذلك أنه ليس هناك اختلافات بين المبحوثين من التخصصات الستة في مدة تصفح تلك المواقع، فالمدة التي يحتاجها الطالب لإشباع حاجاته اليومية من شبكات التواصل الاجتماعي، تتطلب مدة تصفح تفوق الساعة من الزمن غالباً، نظراً لقيامه بالعديد من العمليات تشمل: تحميل الكتب والمقالات والفيديوهات الإلكترونية، تصفح المواقع الإخبارية، التواصل مع الأعضاء المشتركين، الدردشة، التراسل الفوري... الخ. وكلها نشاطات يومية بالنسبة للطلبة الجامعيين، ما يجعل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي لديهم يكون يومياً لفترات معتبرة. وعليه لم نسجل فروقات ذات دلالة إحصائية بخصوص المدة التي يقضيها المبحوثون في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى متغير التخصص، وهذا ما دلت عليه قيمة χ^2 المحسوبة حيث بلغت قيمتها 19,50 تحت 20 درجات حرية، ومستوى الدلالة 0.05 في حين بلغت قيمتها الجدولية 31.41.

16- كشفت لنا الدراسة أن أكبر عدد من اجابات المبحوثين حول المكان الذي يتصفحون فيه مواقع التواصل الاجتماعي، كان في المنزل بنسبة 53.6% تليها نسبة 26.5% يتصفحونها في كل مكان عبر الهاتف المحمول، ثم 11,9% يتصفحونها في الجامعة و5,8% في أماكن مختلفة، أما مقاهي الانترنت فاحتلت المرتبة الأخيرة في أماكن الاستخدام بـ 2.2%. وذلك راجع الى التطور الذي عرفته شبكة الانترنت في الجزائر، حيث شهدت اشتراكها في المنازل ارتفاعاً كبيراً في السنوات الأخيرة، وهذا ما يفسر لنا النتائج السابقة المتعلقة بميول الطلبة

لاستخدام المواقع ليلا، مايدل على وجود الأنترنت في المنزل، كما أدى انتشار الهواتف الذكية بين الأفراد إلى تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في كل مكان تقريبا، كالمساحات ووسائل النقل والمقاهي... الخ، ما جعلهم لا يترددون بشكل كبير على مقاهي الانترنت، وتعود قلة نسبة تصفحها في الجامعة، إلى أن أغلب الفترات يقضيها الطلبة بين الدراسة والمذاكرة وانجاز البحوث في المكتبة، كما أن بعض الجامعات لا توفر خدمة "الوي فاي" التي تمكن الطلبة من الاتصال عبر الشبكة العنكبوتية. كما نشير إلى أن الانترنت في الجزائر أصبحت اليوم متوفرة في كل الولايات والأقاليم، رغم ضعف سرعتها وقوة تدفقها.

17- كشفت الدراسة أن أعلى النسب سواء من الذكور أو الإناث سجلت في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي داخل المنزل، وما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس وتصفح هذه المواقع في تلك الأماكن هو اختبار كا² المحسوبة والتي فاقت 0.05 مع جميع الحالات.

18- بينت نتائج الدراسة ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بانتظام وذلك بنسبة 76٪، ثم جاء خيار التصفح حسب ظروفهم في المرتبة الثانية بنسبة 24٪. وتدل هذه النتائج، على الطابع المنتظم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة، ويرجع ذلك إلى كون الشبكات الاجتماعية أصبحت جزءا من حياتهم، إذ يستخدمونها بشكل يومي في كافة المجالات، كالبحث العلمي و الدردشة والتعليقات وغيرها، إضافة إلى الدور المهم الذي لعبته في بلورة الوعي لديهم، عبر تزويدهم بالمعلومات المختلفة، مما يقود إلى تدعيم أو تغيير أو تكوين ثقافتهم، كما تنقل الأحداث والأخبار سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو رياضية أو فنية حال وقوعها؛ حيث يمكن تبادل المعلومات والصور ومقاطع الفيديو بشكل سريع.

19- وأظهرت لنا النتائج أن جل المبحوثين من الجنسين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بانتظام وقلة منهم من يتصفحونها حسب الظروف التي تسمح لهم بذلك، مما يؤكد دائما الأهمية الكبيرة لمواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية للشباب الجامعي، وتطبيق اختبار كا² وجدنا قيمته المحسوبة (كا²=1) وهي أصغر من القيمة الجدولية (3.84) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجة حرية واحدة و مستوى ثقة 95٪ فلا تأثير لمتغير الجنس على الكيفية التي يتصفح المبحوثون بها مواقع التواصل الاجتماعي.

20- أكدت نتائج الدراسة أن أكثر الشباب الذين يمثلون عينة البحث، يستخدمون الدردشة أكثر مقارنة مع الخدمات الاتصالية الأخرى، إذ تعد فضاء مميّزا للمحادثة المكتوبة أو الصوتية وحتى بالصوت والصورة معا، كما تساعد الشباب الجامعي على توسيع علاقاتهم الاجتماعية، والاندماج أكثر في المجتمع الافتراضي الذي تتيحه الشبكة، تليها خدمة الفيديوها في المرتبة الثانية، فالشباب فئة تهتم كثيرا بمقاطع الفيديو نظرا لسهولة الولوج

اليها وتداولها ونشرها، وكذا سهولة حفظ المواد المسجلة بها، خاصة عن طريق موقع اليوتيوب، وجاءت مشاركة الصور في المرتبة الثالثة بـ 20.94٪ وهي خدمة هامة بالنسبة لتطبيقات نت اليوم، حيث يتزايد عدد الأفراد الذين يتبادلون الصور يوميا في العالم، خاصة ماتعلق بالأحداث اليومية ثم خدمة التعليقات بـ 9.94٪، تليها التطبيقات بـ 8.99٪ في المرتبة الخامسة، و الروابط في المرتبة السادسة بـ 8.52٪، ثم الألعاب في المرتبة الأخيرة بـ 5.68٪.

21- جاءت الموضوعات الثقافية في المرتبة الأولى من حيث نوع خدمات مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى المبحوثين، وهذا يعبر عن خصائص أفراد العينة، وهم الطلبة الذين يعتبرون من الفئات المتعلمة والثقافة في المجتمع، فمن الطبيعي أن نجد اهتمامهم بالمجال الثقافي يأتي ضمن أولوياتهم في الفضاء الإلكتروني الرقمي، ويسمح هذا الاهتمام بالزيادة في الوعي الثقافي والعلمي لديهم من خلال توسيع دائرة المعارف والمعلومات الجديدة المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي، تلتها الموضوعات الترفيهية في المرتبة الثانية، ففئة الشباب كثيرا ماتتعرض للاحساس بالفراغ وافتقاد شيء ما، حينما تفرض عليهم ظروف معينة، ما يدفعهم إلى الهروب من هذا الواقع، بمتابعة برامج التسلية والترفيه المختلفة، وجاءت الموضوعات الدينية في المرتبة الثالثة وذلك يعبر عن اهتمام عينة الدراسة، بمعرفة رأي الدين في القضايا المختلفة و الأحكام المتعلقة بها، لاسيما تلك القضايا المعقدة و الشائكة التي تخص الحياة اليومية، ثم جاءت الموضوعات الاجتماعية، حيث يقوم الشباب الجامعي بإنشاء صداقات عبر مواقع التواصل واختيار صفحات ومجموعات تحقق له الانتماء إلى مجتمع يلبي حاجياته ورغباته، ولو كان هذا المجتمع افتراضيا.

22- أشارت نتائج الدراسة إلى أن أكثر من نصف أفراد العينة ينتمون إلى مجموعات افتراضية على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بنسبة 55.3٪، مقابل 44.7٪ منهم لم يكونوا أعضاء في مجموعات لها علاقة بالخدمات المفضلة لديهم، ويأتي الانتماء إلى المجموعات الافتراضية من بين أهم النشاطات التي يقوم بها مستخدموا شبكات التواصل الاجتماعي، والعضوية في مجموعات افتراضية ذات اهتمام مشترك، يعتبر كباعث جديد للاهتمام بنموذج الاستخدامات والإشباع، الذي يهتم بالاحتياجات النفسية والاجتماعية للجمهور، على أساس أن هذا الجمهور نشط وفعال وانتقائي في استخدامه لمضامين تلك المواقع.

23- أبرزت لنا الدراسة أن 44.67٪ من أفراد العينة هم مشاركون نشطون من حيث التعليقات ومواضيع المناقشة، ضمن المجموعات الافتراضية التي ينتمون إليها، وذات العلاقة بالمجالات المفضلة لديهم، في حين نجد 15.67٪ منهم مجرد قراء و معلقون فقط على المضامين التي تنشر ضمن المجموعات، أما ما نسبته 11.33٪ فيمتلكون صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، يتفاعلون من خلالها مع أعضاء آخرين أصدقاء لهم، كما

سجلنا 10.33% من المبحوثين لا يشاركون في المناقشات وإنما يتصفحون فقط مواقع التواصل الاجتماعي، وباقي الأفراد قدموا خيارات أخرى عن نوع مشاركتهم ضمن المجموعة التي ينتمون إليها تراوحت أغلبها بين الحوار والتفاعل، التشاور والتنسيق، المحاكاة والسخرية، التقييم والرد.

نتائج المحور الثالث: - دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي:

01- أظهرت لنا نتائج الدراسة في هذا المحور أن أفراد العينة ونسبة (28.8 %)، يسعون بالدرجة الأولى إلى زيادة المعلومات والمعارف لديهم، حيث هم من فئة المهتمين أكثر من غيرهم بالبحوث والدراسات، ومختلف المجموعات التي تركز على تخصصات علمية متنوعة، أين يجد فيها المستخدم ضالته في المعرفة والاستزادة من العلم والبحث، أما السبب الثاني الذي من أجله يستخدم أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي فهو الترفيه عن النفس وقضاء الوقت وذلك بنسبة 24.2%، حيث يجدون في تلك المواقع مكانا للمتعة والتسلية والترفيه، وشبكات التواصل الاجتماعي تعد متنفسا طبيعيا آمنا للشباب الجامعي، فيما جاء الحرص على التفاعل الاجتماعي مع الأسرة والأصدقاء ثالثا بنسبة قدرها 13%، حيث يتواصل أفراد العينة مع أهلهم وذويهم البعيدين عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، وإقبال الطلبة لتحقيق إشباع التفاعل والتواصل يرجع إلى طبيعة المرحلة التي يعيشونها، ففئة الشباب الجامعي وما يتميز به من خصائص، لها حاجات يجب إشباعها كالحاجة إلى القبول الاجتماعي والحاجة إلى الصداقات وتحقيق الانتماء وتوطيد العلاقات، هذا ما يؤكد الهدف الأساسي من عملية التفاعل الافتراضي، وهو بناء علاقات اجتماعية عبر الحدود المحلية والإقليمية والعالمية.

بينما جاء التعبير بحرية عن الموضوعات والقضايا المختلفة رابعا، إذ تعتبر مواقع التواصل نافذة مطلقة على العالم، حيث وجد الملايين من الشباب شبكات التواصل، نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار وثقافات الآخرين، وجاء في المرتبة الخامسة التواصل مع جماعات ذات اهتمام مشترك، بحيث يحاول الشباب دائما إنشاء الجماعة التي لها نفس اهتماماته ولها خصائص تتوافق مع شخصيته.

02- وأكدت نتائج الدراسة على عدم وجود فروق دالة إحصائية بخصوص أسباب استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)، ويظهر ذلك مع قيمة اختبار كا² التي فاقت 0.05 مع جميع خيارات الإجابة. فبالنسبة للخيار الأول " زيادة المعلومات والمعارف " جاء في المرتبة الأولى عند الطلبة والطالبات معا، ثم الاختيار المتعلق بـ " الترفيه عن النفس وقضاء الوقت " جاء ثانيا عند كلا الجنسين، كذلك الحال مع سبب " الحرص على التفاعل الاجتماعي مع الأسرة والأصدقاء " فجاء ثالثا ترتيبيا عند كليهما.

03- أظهرت نتائج البحث، أن أقل من نصف أفراد العينة يعتقدون بأنه لا تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي على تحصيلهم الدراسي بنسبة 42.7٪. بينما الأغلبية من المبحوثين تراوحت اجاباتهم بين من يرون أن تأثيرها كان ايجابيا ومن يرون عكس ذلك بنسبتين متقاربتين، رغم أفضلية الايجابي على السلبي نسبيا فالأول بنسبة 30.3٪ والثاني بنسبة 27٪. ذلك يتوقف على مدى وعي الطالب وتوجيهه نحو الاستخدام الايجابي لمواقع التواصل الاجتماعي وتحديد حجم الاستخدام بما لا يؤثر في الساعات المخصصة للدراسة لديه.

04- بينت الدراسة أنه ليست هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين اجابات الذكور والاناث، حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تحصيلهم الدراسي، وهذا ما أكدته اختبار كا² المحسوبة (كا² = 1,27) وهي أصغر من القيمة الجدولية (5.99) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتي حرية 2 و مستوى ثقة 95٪، والارتباط بينهما قوي جدا وهو ما دلت عليه قيمة (ر=1)، و منه نستنتج أن الذكور و الإناث لا يختلفون في اجاباتهم حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تحصيلهم الدراسي.

05- أوضحت النتائج أن طلبة الحقوق والعلوم السياسية، العلوم والتكنولوجيا، علوم الطبيعة والحياة أكبر المستفيدين من تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في دراستهم، أكثر من غيرهم من التخصصات الأخرى، فيما تأثر التحصيل الدراسي لطلبة العلوم الاقتصادية سلبا أكثر من غيرهم عند استخدامهم لها، و يرى نصف الطلبة تقريبا من تخصصي الآداب واللغات، العلوم الاجتماعية والانسانية أنه لا تأثير لهذه المواقع على تحصيلهم الدراسي لا بالايجاب ولا بالسلب. هذا الاختلاف دل عليه مستوى التوافق إذ بلغت قيمته (ق = 0.25) و عليه سجلنا وجود فروق دالة إحصائية بين التخصصات العلمية في القول بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لديهم.

06- توصلت الدراسة إلى أن هناك شبه إجماع من طرف المبحوثين، على أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي كان له الأثر الايجابي في زيادة تحصيلهم العلمي والثقافي، حيث عبر عن ذلك 82.3٪ من الطلبة مقابل 17.7٪ ممن لا يعتبرون أن هناك زيادة في خزانهم المعرفي والثقافي بعد استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي. وهذه النسب المرتفعة مؤشر واضح ودال على الميل المتزايد للمبحوثين نحو هذه المواقع، حيث تلعب هاته الشبكات دورا بارزا في تحقيق الحاجات المعرفية للطلبة الجامعيين، إذ يستعينون بها لتبادل المعلومات والدروس والتفاعل معها مع زملائهم وأساتذتهم، من خلال المجموعات والصفحات التي لها علاقة بتخصصهم، كما فتحت مواقع التواصل الاجتماعي عصرا جديدا من التطور الثقافي للإنسان، فجعلت من الممكن لكل شعوب العالم أن تتعرف على بعضها وبشكل خاص التبادل الثقافي ونقل القيم والمبادئ والعلوم والمعارف والآداب والفنون وغيرها.

07- كشفت النتائج كذلك، أن درجة الزيادة في التحصيل العلمي والثقافي لأفراد عينة البحث من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، مرتفعة عند الخيارين كثيرا و كثيرا جدا، حيث بلغت نسبتهما معا 67% في حين نجدها منخفضة نسبيا عند مستوى قليلا و قليلا جدا، إذ بلغت نسبتهما معا 27.7%، هذا ما يفسر الدور الكبير الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في تثقيف الشباب الجامعي، و إمدادهم بالمعلومات التي يحتاجونها في حياتهم الدراسية، حيث أضحت من بين أهم وسائل الإعلام المؤثرة، التي تسمح للأفراد بتبادل المعلومات والأفكار والتعلم والتثقيف.

08- أظهرت لنا الدراسة أن أهم ما يقوم به الطلبة أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي هو "الاطلاع على المعارف والمعلومات الخاصة بالمقررات الدراسية ذات العلاقة بتخصصهم" وذلك بنسبة بلغت 33.3%، ثم "تبادل الخبرات مع الزملاء في الجامعة" ب 29.5%، حيث سهلت مواقع التواصل الاجتماعي التواصل بين الطلبة وزملائهم لأغراض الدراسة، كإعداد المشاريع والبحوث وتبادل المعلومات ذات العلاقة بتخصصهم. كما عبر أفراد العينة أنهم يستخدمونها للإطلاع على المحاضرات والأعمال العلمية اليومية"، ذلك أن الطالب المتغيب عن الصفوف الدراسية، في حاجة إلى تبادل المعلومة وتبسيطها وتوضيحها، لذا يتجه إلى هذا النوع من الوسائل لتحقيق هذا الهدف، فيتواصل الطالب مع زملائه، لإرسال واستقبال المعلومات فيما يخص محتوى المحاضرات المنجزة، وكذا الواجبات المنزلية المطلوب إنجازها من قبل الأساتذة في مختلف المواد الدراسية.

09- تشير نتائج البحث إلى وجود تشابه كبير بين التخصصات العلمية في إجاباتهم حول الغرض من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الدراسات الجامعية، ويظهر ذلك من خلال قيمة كا² المحسوبة مع جميع الخيارات حيث فاقت قيمتها 0.05 عند مستوى ثقة 95%، وقد جاءت أهم المجالات التي يقوم بها المبحوثون في دراستهم، "الاطلاع على المعارف والمعلومات الخاصة بالمقرر الدراسي للتخصص" أولا و "تبادل الخبرات مع الزملاء في الجامعة" ثانيا هما أهم نشاطين يقوم بهما أفراد العينة من مختلف التخصصات العلمية عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، ثم الاطلاع على المحاضرات والأعمال العلمية اليومية، وذلك لحاجتهم الماسة لها عند جمع المادة العلمية الخاصة بالدروس والأعمال الموجهة. حيث أصبحوا يستغلون خدمات التواصل الفوري عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في عمليات التبادل العلمي، نظرا لما توفره هذه الخدمة من مزايا عديدة منها تقليل الجهد والوقت وعناء التنقل.

10- كشفت نتائج البحث أن أفراد عينة البحث، يتفاعلون مع المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي بتسجيل إعجابهم بها بنسبة 39.7% ثم يعلقون عليها بنسبة 23.4%، فعند تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، كثيرا ما يجد الطلبة صفحة تعجبهم موضوعاتها، فيتفاعلون مع هذه الصفحة، بإضافة موضوعات أو صور أو

كتابة تعليقات على محتوياتها، أما الذين يمررونها إلى الآخرين فبلغت نسبتهم 15.8% من مجموع النسب، في حين بلغت نسبة من يستفيد منها ولا يشاركها الآخرين 9.8% و 10.3% من اجابات المبحوثين يخبرون بها الآخرين شفويا.

11- كما بينت النتائج أنه لا وجود لفروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات الذكور والإناث حول كيفية تفاعلهم مع المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما أكدته اختبار كا² المحسوبة مع كل الخيارات والتي فاقت 0.05، ومنه نستنتج أن الذكور و الإناث يتشابهون في إجاباتهم حول كيفية تفاعلهم مع المنشورات، رغم التباينات الطفيفة التي لم تؤثر على العلاقة القوية بينهما، فيما يخص خيار التفاعل مع المنشورات من خلال التعليق عليها.

12- وأظهرت لنا نتائج الدراسة، أن المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بغرض الحصول على معلومات آنية وموثوقة أولا، ويستخدمونها لاعتقادهم بأنها تشكل منبرا حرا للتعبير عن آرائهم وتوجهاتهم ثانيا، فيما عبر الطلبة عن رغبتهم في توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية من خلال تصفحهم لها في المرتبة الثالثة، أما من يستخدمونها للابتعاد عن التضييل الذي تمارسه بعض وسائل الإعلام التقليدية فبلغت نسبتهم 19.29%. هذا ولم نسجل سوى 2.15% كشف فيها أفراد العينة عن أغراض أخرى تدفعهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كالرغبة في التواصل مع الآخرين، ملء أوقات الفراغ، ومتابعة آخر المستجدات في كل مجالات الحياة اليومية.

وبهذه النتائج نتأكد من الدور البارز الذي تلعبه تلك الشبكات الاجتماعية، كفضاء علمي الكتروني حاضر بقوة في النشاط العلمي الذي يقوم به الطلبة الجامعيون (دراسة، اعداد بحوث، مطالعة...الخ).

13- أوضحت لنا الدراسة أن نسبة كبيرة من الطلبة يفضلون بالدرجة الأولى قضايا التعليم، الدين والفن والثقافة للمتابعة أكثر من الموضوعات والقضايا الأخرى، فالإهتمام الأول يرجع إلى خصائص أفراد العينة، الذين هم من الطلبة الجامعيين، وهي أكثر الفئات اهتماما بالقضايا العلمية من غيرها، حيث تعتبر الشبكات الاجتماعية فضاء رحبا لتبادل المعلومات والأفكار العلمية ومناقشتها بين الطلبة فيما بينهم أو بينهم وبين أساتذتهم في الجامعة. أما الموضوع الثاني الأكثر تفضيلا من قبل المبحوثين هو - الموضوعات الدينية - ذلك ما يؤشر إلى أن أفراد عينة البحث من الشباب الذي يعيش في مجتمع محافظ ومتشبث بالقيم الدينية الاسلامية و متطلع إلى التزود بالمعلومات الدينية، أما ما تعلق بموضوع - قضايا الفن والثقافة - الذي حل ثالثا ترتيبيا من حيث المتابعة لدى أفراد العينة، هو الآخر نال اهتمام هذه الفئة من المجتمع لعدة اعتبارات، كون الشباب الجامعي من الفئات التي تتذوق الفن من خلال تبادل الصور الخاصة بنجوم الفن السينمائي و الفيديوها

والقصص وغيرها، كما يهتمون بالعادات المأكلية والمشربية واللباس للثقافات الأخرى الوافدة، وهذا ما يتجلى في كثير من سلوكات الطلبة، التي نلاحظها يوميا سواء في اللباس أو الأكل أو تسريحة الشعر وغيرها، وبالنسبة للقضايا الصحية احتلت مكانة هامة في الفضاء الرقمي، إذ جاءت في الاختيار الرابع لدى الطلبة المبحوثين، فالوعي الصحي له أهمية قصوى في حياة الأفراد والمجتمعات، خاصة فئة الشباب، فالصحة مؤشر هام من مؤشرات التنمية في أي بلد، وبخصوص قضايا الشباب والرياضة، فاهتمام الطلبة بهذا الموضوع كان متأخرا نوعا ما، كون الرياضة والترفيه ليس من أولوياتهم خاصة وأن أغلب أفراد العينة من الإناث، وهن لا يفضلن كثيرا موضوعات الرياضة مقارنة بالذكر. أما قضايا الأدب، والسياسية، وقضايا البيئة، فقد احتلت المراتب الأخيرة من حيث ترتيب اهتمام المبحوثين وحرصهم على متابعتها، وهذا يرجع في تقديرنا إلى طبيعة اهتمامات الطلبة، التي تبعد نسبيا عن الموضوعات الثقيلة، وكذلك طبيعة التنشئة الاجتماعية والأسرية، والوعي الذي يمتلكونه عن تلك القضايا.

14- بينت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة تتغير مواقفهم وأفكارهم حول القضايا التي يناقشونها عبر الفضاء الإلكتروني وذلك بنسبة 73.7%، مقابل 26.3% منهم لم يغيروا مواقفهم وأفكارهم حول تلك القضايا، وبناء على هاته النتائج يمكننا القول، أن شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة تقوم بإثارة وعي الطلبة وتعديل أفكارهم وسلوكاتهم، من خلال زيادة المعلومات المنشورة للتأثير على مواقفهم إزاء قضايا مختلفة، ويتدعم ذلك أكثر من خلال الاتصالات الشخصية بأعضاء في مجموعات معينة، ومناقشة مواضيع مختلفة معهم، عندها يصبح الطالب الجامعي مهتما بتكوين صورة ذهنية عن طريق الأخبار والمعلومات والأفكار التي يتلقاها، سواء مكتوبة أو مسموعة أو مرئية في مجالات علمية، ثقافية أو اجتماعية وغيرها.

15- تبين لنا أنه لا تأثير لمتغير الجنس على مدى تغير مواقف وأفكار المبحوثين حيال قضايا ناقشوها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما دلت عليه قيمة χ^2 المحسوبة ($\chi^2 = 2.29$)، وهي أصغر من القيمة الجدولية (3.84) المنبئة بوجود اختلافات بين الجنسين، فأغلب المبحوثين من الجنسين، تتغير مواقفهم وأفكارهم حول القضايا التي يناقشونها عبر الفضاء الإلكتروني، وقلة منهم من لا تتغير مواقفهم، ما يؤكد دائما الأهمية الكبيرة لمواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية للشباب الجامعي، كونها تمدهم بمعلومات ومعارف تساهم في زيادة الوعي لديهم في شتى المجالات، وتوفر لهم فضاء مناسباً للنقاش والتفاعل وتبادل الآراء ووجهات النظر.

16- كشفت الدراسة أن أكثر من نصف أفراد العينة، صرحوا بتغير مواقفهم وأفكارهم حيال قضايا ناقشوها عبر مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا، ثم دائما ما تتغير تلك المواقف والأفكار، يليها التغير بغالبا بنسبة 19%، ويمكننا أن نفسر ذلك انطلاقا من سمات مجتمع الدراسة، المتمثل في الطلبة الجامعيين وهم من أكثر الفئات في

المجتمع تعلموا ووعيا بالقضايا المطروحة للنقاش من غيرهم من الفئات الأخرى، كما يتعلق الأمر كذلك بطبيعة المواضيع التي تنشر، أهميتها، مصدرها، ومدى مصداقيتها، فالطلبة يغيرون ويحددون معلوماتهم في شتى المجالات، لكن ليس بالمطلق دائما، فقد يرتبط ذلك بمعيار الثقة بالأشخاص الذين يتواصلون معهم، و بالمضامين ذات النوعية و التي تقدم بأساليب إقناعية متباينة، وذلك بالرغم من كون بعض المنشورات لا تتضمن معلومات قيمة وذات تأثير كبير على الطلبة الجامعيين.

17- اتضح من نتائج البحث أن نصف عدد المبحوثين أجابوا بأنهم لا يستطيعون تقييم مستوى تفاعلهم مع الموضوعات المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 52.3% في حين أجاب 41.7% منهم بأن مستوى تفاعلهم مع الموضوعات المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان ايجابيا، فيما سجلنا 06% من أفراد العينة صرحوا بسلبية تفاعلهم مع تلك القضايا والموضوعات. ويدل ذلك على أن الشباب الجامعي يتفاعل دوريا مع مجموعة كبيرة من المواضيع وفي مجالات كثيرة، مما يجعل تقييم مستوى التفاعل صعب لديهم، لكن الغالب من إجابات المبحوثين في المرتبة الثانية يميل إلى التفاعل الايجابي مع محتويات مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال إبراز الآراء ونشرها وتقبل أفكار الآخرين وتبنيها.

18- تبين لنا أن أغلب المبحوثين من الجنسين، يقيمون مستوى تفاعلهم مع الموضوعات والقضايا المختلفة التي تنشر إما بالايجاب أو بعدم تحديد مستوى التقييم، وقلة قليلة من الطلبة والطالبات من يتفاعلون بسلبية مع تلك المواضيع، وبتطبيقنا لاختبار كا² وجدنا قيمته المحسوبة (كا²=3,70)، وهي أصغر من القيمة الجدولية (5.99) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتي حرية 2 ومستوى ثقة 95%، وعليه نستنتج أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث حول تقييم مستوى تفاعلهم مع الموضوعات المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

19- كشفت لنا نتائج الدراسة أن أكثر من نصف أفراد العينة يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي، فضاء مساعد على تطور المجتمع، بنسبة 62.7%، مقابل 37.3% منهم أكدوا عكس ذلك الرأي، فالتقدم والتطور الحاصل في المجتمعات اليوم، ماهو إلا نتاج متوقع أفرزته التكنولوجيا الجديدة، خاصة تكنولوجيا الاعلام والاتصال، وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعي، ذلك أنها أسست لميلاد عصر جديد من عصور التواصل البشري، حيث فتحت آفاقا واسعة وتغيرات عميقة في أساليب الحياة للمجتمعات، ومنها المجتمع الجزائري، حيث فتحت جسور التواصل دون حدود وبلا قيود واختزلت المسافات. وأحدثت العضوية بالمجموعات الافتراضية، نقلة نوعية في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية، حيث تعد تأثيراتها الاجتماعية على مستوى العلاقات بين الأفراد مطلبا مستمرا، في ظل ما يموج به المجتمع المعاصر من تغيرات متلاحقة.

20- تبين لنا أن لمتغير الجنس تأثير في رأي المبحوثين من الجنسين على أن مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مساعد على تطور المجتمع، وهو ما دل عليه اختبار كا² المحسوبة (كا² = 78,)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (3.84) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجة حرية واحدة و مستوى ثقة 95٪.

21- إن أهم الأسباب التي تجعل مواقع التواصل الاجتماعي فضاء غير مساعد على تطور المجتمع في نظر أفراد العينة هو تأثيرها السلبي على العادات والتقاليد في المجتمع، إذ باتت مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة الأخيرة، تسيطر على أوقات وأفكار الشباب الجامعي، فأصبحوا يقضون أغلب أوقاتهم معها، الأمر الذي ساهم في التأثير على العادات والتقاليد لديهم، هذه الأخيرة تشكل الجسر الرابط بين الأجيال المختلفة في أي مجتمع، بما يضمن استمراره وبقاءه، كالدين واللغة والتاريخ والقيم والأخلاق... الخ، فقد تقلصت بشكل ملحوظ بعض العادات كصلة الرحم، وزيارة المرضى، وتفقد الأهل والجيران، وزادت أخرى كالعزلة، الإدمان التفكك الأسري، قلة المطالعة في الكتب، ضعف الملكات اللغوية... الخ، كما صرحوا كذلك في المرتبة الثانية، بأن مواقع التواصل الاجتماعي لا تساعد على تطور المجتمع بسبب خطورة بعض الموضوعات التي يدعوا إليها ناشطون على مختلف الصفحات، وضمن مجموعات معينة، ويعتبر الطلبة أن هذه المواقع تفتقد للموضوعية في الطرح ومملة وغير مفيدة في كثير من الأحيان.

نتائج المحور الرابع: - الاشباكات المحققة من استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي:

أظهرت نتائج الدراسة أن أفراد العينة حققوا جملة من الاشباكات من خلال تصفحهم لمحتويات شبكات التواصل الاجتماعي، ويمكن إبراز تلك النتائج كما يلي:

أولاً: إشباكات البيئة المجتمعية:

01- تشير نتائج الدراسة إلى أن 33.3% من أفراد العينة، تحقق لديهم إشباكات التعرف على ثقافات وعادات وتقاليد شعوب أخرى، و 31.9% تعرفوا على أحداث وقضايا عديدة تحدث في المجتمع، بينما سجلنا 26.8% منهم اكتسبوا مهارات جديدة تفيدهم في التعامل مع الآخرين، وجاء الاشباكات المتعلقة بالشعور بالأمان من خلال المعرفة التي يتحصلون عليها من تواصلهم مع الآخرين في المرتبة الرابعة بنسبة قدرها 5.5%. فالطلبة اليوم يستخدمون شبكات التواصل كنافذة حرة للاطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره، فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع، يعبر به عن ذاته، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي، وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح له كيان مستقل وعلى الصعيد العالمي. كما أن التواصل مع الغير، سواء كان ذلك الغير

مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد، واللون و المظهر والميول، فإنه يكسبك بالمقابل أصدقاء جدد ذوي هوية مختلفة عنك، وقد يكون ذلك بالقرب منك أو على بعد مسافة كبيرة في قارة أخرى، مما يعزز ثقافة الحوار والتعارف عن بعد.

02- كما أكدت النتائج على عدم وجود فروق دالة إحصائية بخصوص إشباعات البيئة المجتمعية تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)، ويظهر ذلك مع قيمة اختبار كا² التي فاقت 0.05 مع جميع إجابات المبحوثين.

ثانيا: اشباعات مشاركة الرأي مع الآخرين

03- بينت النتائج أن المبحوثين تحقق لديهم اشباع التعبير عن الآراء بحرية مطلقة، وتعززت آراؤهم من خلال مناقشات مع أفراد آخرين عبر منصات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى والثانية على التوالي، بينما سجلنا 19.4% شعر من خلالها أفراد العينة بالثقة في النفس أكثر، وجاء الإشباع المتعلق بتبني رأي المستخدمين الآخرين في المرتبة الرابعة، كما اتضح كذلك أن هاته المواقع أكثر الأمكنة تحررية بالنسبة للشباب، ما أدى إلى اتساع رقعة مشاركة الآخرين والتفاعل معهم في عدد من القضايا. إذ ما نود التأكيد عليه في هذا الصدد، هو أن الفضاء الافتراضي هو فضاء حر وديمقراطي.

ويسميه "بيار ليفي ومارك بوسستير" الفضاء السيبري (Cyberspace) لتبادل الاتصال بين المستخدمين، في إطار شبكة اتصال اجتماعي، حيث أن كثير من الشباب اليوم ومنهم طلبة الجامعة الجزائرية، يشعرون بنوع من الراحة والثقة بالنفس، خاصة عند تبادل المعلومات والأفكار مع الأعضاء في المجموعات التي ينتمون إليها، في ظل انعدام قيود الرقابة المباشرة على هذا الفضاء الافتراضي.

04- ظهر جليا من خلال نتائج البحث، على عدم وجود فروق دالة إحصائية مع الخيارين الأولين " تعززت آرائني من خلال مناقشاتي مع الآخرين" و"جعلني أتبنى آراء المستخدمين الآخرين" تعزى لمتغير الجنس، ويظهر ذلك مع قيمة اختبار كا² التي فاقت 0.05 معهما، بينما سجلنا إختلافا بين الجنسين في إجاباتهم عن الخيارات الأخرى المتبقية "جعلني أعبر عن آرائني بحرية مطلقة"، و"جعلني أشعر بالثقة في النفس أكثر" و" إشباعات أخرى"، وهو ما أظهرته قيمة كا² المحسوبة والتي لم تتعدى 0.05

ثالثا: اشباعات التفاعل الاجتماعي

05- كشفت الدراسة أن النسبة الغالبة من الشباب الجامعي، يحققون إشباع التواصل مع الأهل والأصدقاء في المرتبة الأولى وذلك بنسبة 33.8%، وبنسبة قدرت بـ 24.3% جعلت منابر التواصل الاجتماعي منهم أناسا

إجتماعيين أكثر، بينما سجلنا 23.9% أعداد الطلبة من خلالها الاتصال بالأصدقاء القدامى الذين فقدوا الاتصال بهم، وجاء الإشباع المتعلق بالاتصال بأفراد العائلة في المرتبة الرابعة بنسبة قدرها 15.3%. فطبيعة المرحلة التي يعيشها الشباب تتميز بنوع من الحيوية والنشاط، ولهم حاجات يجب إشباعها، كالحاجة إلى القبول والتقبل الاجتماعي، والحاجة إلى الصداقة وتحقيق الانتماء الاجتماعي بحيث يحاول الشاب دائما إيجاد الجماعة التي لها نفس اهتماماته، ولها خصائص تتوافق مع شخصيته، هذا ما يؤكد أن ذلك الفضاء، حقق هدفا أساسيا في عملية التفاعل الاجتماعي وبناء علاقات اجتماعية. كما أن الإنسان بطبعه اجتماعي، ويجب التفاعل مع غيره، وتبادل المنافع معهم، وهذه السمة بارزة ومرتسخة في الشباب.

06- أكدت لنا النتائج على عدم وجود فروق دالة إحصائية بخصوص إشباع التفاعل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)، ويظهر ذلك مع قيمة اختبار كا² التي فاقت 0.05 مع جميع الخيارات. فالطلبة والطالبات يتقاربون في إجاباتهم حول تلك الإشباعات.

رابعا: اشباعات التسلية المحققة لدى المبحوثين

07- توصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي ساعدت الطلبة الجامعيين على ملء أوقات الفراغ، وأبعدتهم عن روتين الدراسة كما أشبعت لديهم حب التسلية والهروب من الواقع، فقد ساعدت هذه المنصات الطلبة الجامعيين على الابتعاد من الروتين اليومي للدراسة، حيث الشعور بالملل وعدم القدرة على المتابعة واستكمال الدراسة، لاسيما عند اقتراب الإمتحانات، والتي يجد الطلبة أنفسهم فيها مجبرين على المذاكرة تحت أي ظرف، ما يدفعهم إلى تصفح تلك المواقع من حين لآخر لكسر ذلك الشعور والإحساس كما يفضل الشباب دائما الترفيه و التسلية والهروب من الواقع، لنسيان الضغوط والمشاكل الأسرية والعاطفية والمادية والإخفاقات في الدراسة والذكريات المؤلمة وغيرها.

08- وأظهرت النتائج وجود تشابه كبير بين الطلبة والطالبات في إجاباتهم عن السؤال المتعلق بإشباع التسلية المحققة لديهم، وما دل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس وهذا الخيار، هو اختبار كا² المحسوبة والتي فاقت 0.05 مع جميع خيارات الاجابة.

خامسا: الاشباعات المعرفية

09- بينت نتائج الدراسة أن النسبة الغالبة من الشباب الجامعي يحققون مجموعة من الإشباعات المعرفية بنفس الأهمية، كزيادة الوعي السياسي والثقافي والديني، وتعديل أفكار حول قضايا متعددة، إضافة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تشكل مصدرا هاما للمعرفة والعلم لديهم، وذلك بنسبة 25.3% لكل واحدة من الخيارات

المذكورة، أما (21.3%) منهم زادت معارفهم بمعالم ومناطق جغرافية حول العالم. وهو ما يتوافق مع نتائج سابقة (النتيجة 25) إذ أن أهم التغيرات التي طرأت على المجتمعات العربية عامة و الجزائر خصوصا، هو ذلك التطور التكنولوجي الهائل في مجال الإعلام والاتصال، باعتباره مصدرا رئيسيا من مصادر المعرفة و الثقافة التي يتعرض لها الشباب في حياته، كما يعد مكونا من مكونات الفكر والسلوك، وكان لشبكات التواصل الاجتماعي نتائج مؤثرة في المجال الاجتماعي والسياسي. إلى درجة أصبحت أحد أهم عوامل التغير الاجتماعي محليا وعالميا، وذلك بما تتيحه هذه الوسائل للشباب من إمكانيات للتواصل والسرعة في إيصال المعلومة. وقد أثر استخدام تلك المواقع الاجتماعية على الطلبة الجامعيين في الجزائر، على ثقافتهم وخبراتهم المعرفية والعلمية من خلال التواصل العلمي والثقافي والاجتماعي فيما بينهم، وذلك من خلال تبادل الخبرات والمحادثات والمتابعة والنقاش، حول الكثير من القضايا التي تهمهم في حياتهم اليومية وفي علاقاتهم الاجتماعية.

- سادسا: الاشباغات السلوكية

10- غيرت شبكات التواصل الاجتماعي نمط التعامل لأفراد عينة البحث، كارسال التهاني، العزاء، الشكر وغيرها بنسبة قدرت بـ 40.9% وساهمت في تغيير انماطهم السلوكية مع أفراد عائلاتهم وأسرههم بـ 23.8%، بينما سجلنا نسبة قدرت بـ 21.5% تفاعل من خلالها أفراد العينة مع بعض الاعلانات التجارية (بالشراء، أو المقاطعة...الخ)، فيما حلت المشاركة في أعمال أكاديمية ونشاطات داخل الجامعة في المرتبة الرابعة بنسبة 10.8%. وعليه، اتضح لنا أن الشباب أكثر عرضة للتحويلات والتغيرات عبر ماينشر في الشبكات الاجتماعية، ما يجعل الشباب الجامعي في الجزائر يتأثر بالمضامين التي تحملها سواء كانت ايجابية أم سلبية خاصة في جانبه السلوكي، باعتبار أن الشباب يتميز بحب الاطلاع و الظهور و التفتح و الميول إلى ما هو أفضل وجديد، من خلال الأنماط التواصلية الجديدة المنتشرة عبر منصات التواصل الاجتماعي، والتي تسيطر بشكل مباشر وغير مباشر على سلوكيات الشباب الجزائري.

11- اتضح لنا وجود تشابه كبير بين مختلف التخصصات العلمية في إجاباتهم حول الإشباغات السلوكية المحققة لديهم من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وظهر ذلك من خلال قيمة كا² المحسوبة مع جميع الخيارات، حيث فاقت قيمتها 0.05 عند مستوى ثقة 95% كما تبين أن "تغير نمط التعامل الاجتماعي للطلبة (ارسال التهاني، العزاء، الشكر...الخ)" أولا و "مساهمتها في تغيير أنماط سلوكية مع أفراد أسرههم" ثانيا، يشكلان أهم الإشباغات السلوكية التي حققها أفراد العينة من مختلف التخصصات العلمية، عند تصفحهم لمواقع التواصل

الاجتماعي، فقد استطاعت هذه الأخيرة أن تحدث تحولات عديدة وتطورات سريعة كان لها الأثر الكبير في حياة الشباب الجامعي.

-سابعاً: الاشباكات الوجدانية

12- توطدت الروابط الوجدانية للمبحوثين مع زملائهم وأصدقائهم عند استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي، كما تطورت بعض السمات الشخصية لديهم كحب الآخر، التضامن، التعاون... الخ، وزادت كذلك روابط انتمائهم وتواصلهم مع الآخرين في المناسبات المختلفة، فيما سجلنا 15.8% من اجابات أفراد العينة زادت رغبتهم في التواصل مع المجموعة التي يشتركون معها، فهاته المواقع وطدت الروابط والعلاقات بين الشباب وجدانياً، وهي تلك الروابط الخاصة بمشاعر الحب والتقبل بين أفراد الجماعة. وتظهر خصائص الروابط الوجدانية عند الشباب في انتشار التضامن والتعاون والمحبة بين أعضائها؛ والتواصل مع الآخرين في المناسبات المختلفة، بما ينمي روابط الإنتماء و التفاعل الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء، لأن ذلك يساعدهم على إشباع حاجتهم النفسية وإدراك الدعم الاجتماعي الوجداني.

13- أكدت الدراسة على تشابه الطلبة الذكور والإناث بخصوص بعض الاشباكات الوجدانية، خاصة مع زيادة الرغبة في التواصل مع المجموعة وتوطيد الروابط مع الزملاء والأصدقاء، ويظهر ذلك مع قيمة اختبار كا² التي فاقت 0.05 معها، واختلاف بين الجنسين مع خيار "تعزيز روابط الإنتماء والتواصل مع الآخرين في المناسبات المختلفة"، و"تطور بعض السمات الشخصية لديهم"، حيث أكدت ذلك قيمة كا² المحسوبة والتي لم تتعدى 0.05 عند مستوى ثقة 95% معهما.

نتائج المحور الخامس: تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي بالقضايا الوطنية للطلاب الجامعي الجزائري.

01- أظهرت الدراسة أن أكثر من نصف أفراد العينة لم تتأثر شخصيتهم أثناء تصفحهم لمحتويات مواقع التواصل الاجتماعي، ويمكن تفسير ذلك بطبيعة أفراد العينة (الطلبة) وخصائصهم، فهم يحسنون التعامل مع تلك المحتويات وينتقون الأفضل منها، وقد يشعرون بالمتعة والإثارة عندما يشاركون جوانب مهمة من هوياتهم مع الآخرين، سواء عن طريق الصور أو الفيديوها المتداولة بينهم، فضلاً عن تنمية المهارات الشخصية والخبرات الحياتية والتسلية والترفيه والهروب من المشكلات المختلفة. ثم جاء الخيار الثاني المتعلق بـ "الزيادة في مهارات التواصل لديهم"، حيث ينظر إلى تنظيم الاتصال داخل أي جماعة على أنه شبكة معقدة من العلاقات المتداخلة بين الأفراد، وتنعكس تلك العلاقات على وجود شبكات متعددة أو طرق كثيرة للاتصال بين الأعضاء، كمهارات

التحدث الإقناع، التفاوض، الانصات و التعاطف...الخ. وقد سجلنا نسبة 10% عبر من خلالها أفراد العينة أنهم أصبحوا إنطوائيين أكثر بعد استخدامهم المتكرر لمختلف مواقع التواصل الاجتماعي.

02- بينت الدراسة أن هناك تشابه بين إجابات الطلبة والطالبات حول تأثير محتويات مواقع التواصل الاجتماعي على شخصيتهم، وعليه لم نجد فروقات ذات دلالة إحصائية حول تأثير تلك المحتويات على شخصية المبحوثين حسب متغير الجنس.

03- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في بلورة الوعي بالقضايا والمواضيع ذات البعد الوطني لدى الشباب الجامعي، وذلك بنسبة 82.7%، فقد أدى تزايد عدد المشتركين في تلك الشبكات الرقمية لاسيما من الطلبة الجامعيين، إلى تصاعد تأثيرها ودورها في المجتمع والتحول الجارية فيه، وزيادة مستوى منافستها لوسائل الإعلام التقليدية في تشكيل الرأي العام الجزائري حول العديد من القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية، فقد استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي إبراز الأحداث الجارية في الوطن بصورة أكثر فاعلية من الإذاعة والتلفزيون وغيرها من الوسائل الإعلامية، التي لم تعد في نظرهم تلي حاجياتهم المعرفية والثقافية والاجتماعية وغيرها. مقابل 17.3% منهم لا يعتقدون أن لتلك المواقع دور في توعيتهم بقضايا وطنهم، ربما يعود ذلك إلى عدم ارتباط تلك الفئة بشبكة الانترنت لأسباب معينة، أو عدم امتلاكها لجهاز يسمح لهم بالإطلاع على القضايا الوطنية عبر المنصات الإلكترونية المختلفة، كما لاتزال فئة من الشباب الجزائري تقرأ الصحف والمجلات، وتتابع باهتمام وسائل الاعلام الأخرى كالاذاعة والتلفزيون، مما يعزز فرضية تكوين آراء حول قضايا مختلفة من تلك الوسائل الاتصالية الجماهيرية.

04- أظهرت العلاقة الإرتباطية أنه لا توجد اختلافات بين الجنسين، حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في توعيتهم بقضايا ومواضيع وطنية، ونلاحظ فقط ميل الطلبة الذكور نسبيا للاتجاه الذي عبروا فيه بأنهم لا يعتقدون أن لتلك المواقع دور في توعيتهم بقضايا وطنهم أكثر من الطالبات.

05- أظهرت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في توعية الطلبة والطالبات بقضايا ومواضيع وطنية، وذلك من خلال " تعزيز روح الانتماء للوطن" ، و"إبراز أبعاد الهوية الوطنية لديهم"، و"التعرف على آراء السياسيين والقادة من منظمات المجتمع المدني في الجزائر"، وهاته الخيارات جاءت في مقدمة كيفية مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الجامعي الجزائري بقضايا ذات بعد وطني، وترجم ذلك في ارتفاع النسب مع هذه الخيارات، وهي مؤشرات تدل بوضوح على الدور البارز الذي تلعبه هذه المواقع في تكوين رأي عام محلي ذو علاقة بأبعاد الهوية الوطنية للشباب الجامعي الجزائري، كما يحظى خيار التعرف على البرامج

السياسية والخطط التنموية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، باهتمام متزايد لدى هذه الشريحة من المجتمع، وباتت هذه الشبكات تشكل بوابة جديدة لكل من أراد الحصول على معلومات أو متابعة أحداث يومية تقع بإحدى المناطق الجزائرية بشكل عام، لذلك أصبح لشبكات التواصل الاجتماعي دور مميز في نقل المعلومات والوقائع وزيادة الوعي والمعرفة لدى جمهور الشباب الجامعي الجزائري، ويزداد هذا الدور يوما بعد يوم، خصوصا بعد التأثير الكبير الذي أحدثته عند نقلها وقائع وأحداث الحراك الشعبي الجزائري، فعززت بذلك مفهوما جديدا وهو "صحافة المواطن"، حيث أصبح بإمكان أي شاب جزائري، أن يكون صحفيا من خلال نقل النصوص والصور والفيديوهات الموثقة من أماكن الأحداث، وذلك عن طريق نشرها عبر صفحات شخصية، أو ضمن مجموعات هو عضو فيها، مما شكل ذلك عنصر ضغط فعال على سياسات الدولة في تسيير شؤون الرعية، من خلال مراقبة كافة أشكال الفساد والاستبداد التي تحدث في البلاد.

ويظهر جليا من خلال النسب المذكورة، أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تكوين وعي وطني لدى الطلبة الجامعيين، يمس مختلف المجالات ذات الصلة بالمجتمع الذي يعيشون فيه، كالبرامج الإستثمارية والمشاريع التنموية إقتصادية واجتماعيا وثقافيا وغيرها.

-نتائج المحور الخاص بالفروقات ذات الدلالة الاحصائية: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين تعزى لمتغير الجنس والتخصص العلمي؟

01- تأكد عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الباحثين من الذكور و الإناث حول درجات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بعد تطبيق اختبار كا² حيث بلغت قيمته المحسوبة: كا²= 3.432، وهي أقل من القيمة الجدولية 7.81 المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاث درجات حرية و مستوى ثقة 95٪، وتشير هذه النتائج إلى أن درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي غير مرتبطة بمتغير النوع، حيث أن الذكور و الإناث سواء من حيث درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة.

02- أظهرت لنا الدراسة أن التفضيلات حسب الجنس (الذكور و الإناث) لأهم مواقع التواصل الاجتماعي كانت متشابهة وبعد تطبيق اختبار كا²، وجدنا قيمته المحسوبة متباينة مع التفضيلات المتاحة لكنها متقاربة، ماعدا موقعي تويتر وماي سبيس أين سجلنا قيمة كا² المحسوبة: (0.02) و (0.005) على التوالي مايدل على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الجنسين في تصفحهما لهذين الموقعين، أما مع باقي المواقع، فبلغت قيمتها أكثر من 0.05 ما يدل على عدم وجود علاقة فارقة إحصائية تعزى لمتغير الجنس.

03- بينت الدراسة كذلك، أن الطلبة من حيث التخصص العلمي يختلفون في تصفحهم لبعض المواقع ويتشابهون في مواقع أخرى، وما دل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير التخصص وتصفح هذه المواقع، هو اختبار χ^2 المحسوبة والتي فاقت 0.05 معها. ويرجع هذا التقارب والتشابه بين التخصصات العلمية في تصفحهم لهذه المواقع، إلى كونهم بحاجة ماسة لها لأجل إشباع حاجاتهم المعرفية والوجدانية والتعليمية إضافة إلى حاجات أخرى كالتسلية والترفيه.

04- كشفت الدراسة أن هناك ارتباط موجب وقوي بين الذكور والإناث والأيام المفضلة لديهم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، إذ لم نسجل فروقا دالة إحصائية بين الطلبة و الطالبات في الأيام المفضلة لديهم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي. وهو ما أكدته معامل ارتباط الرتب سبيرمان حيث بلغت قيمته (ر = 0.85).

05- في حدود نتائج الدراسة تبين لنا أنه لا توجد علاقة بين متغير الجنس و فترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث دل اختبار χ^2 المحسوبة ($\chi^2=4,94$)، وهي أقل من القيمة الجدولية (5.99) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين.

06- بينما سجلنا وجود فروق دالة إحصائية بين التخصصات العلمية للمبحوثين وتفضيل فترات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تبين أن الطلبة يختلفون أحيانا ويتقاربون في أخرى حول الفترة الزمنية المفضلة لديهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، و بتطبيق اختبار χ^2 وجدنا قيمتها المحسوبة ($\chi^2=26,84$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (18.31) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 10 درجات حرية.

07- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس. وتؤكد لنا ذلك من خلال كاي تربيع المحسوبة والتي قدرت بـ 1.319 عند درجة الحرية (4) ومستوى الدلالة (0.05) في حين بلغت قيمتها الجدولية (9.49)، وقد اعتمدنا هذا المستوى من الثقة أي نسبة 5% التي تمثل نسبة الخطأ في النتائج المتوصل إليها، وبالتالي فإن 95% من النتائج المتوصل إليها هي صحيحة.

08- لم نسجل فروقات ذات دلالة إحصائية بخصوص المدة التي يقضيها المبحوثون في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى متغير التخصص، وهذا ما دلت عليه قيمة χ^2 المحسوبة حيث بلغت قيمتها 19,50 تحت 20 درجات حرية، ومستوى الدلالة 0.05 في حين بلغت قيمتها الجدولية 31.41.

09- أظهرت لنا النتائج أن جل المبحوثين من الجنسين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بانتظام وقلة منهم من يتصفحونها حسب الظروف التي تسمح لهم بذلك، إذ وبتطبيق اختبار كا² وجدنا قيمته المحسوبة (كا²=1) وهي أصغر من القيمة الجدولية (3.84) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجة حرية واحدة و مستوى ثقة 95٪ فلا تأثير لمتغير الجنس على الكيفية التي يتصفح المبحوثون بها مواقع التواصل الاجتماعي.

10- أكدت نتائج الدراسة على عدم وجود فروق دالة إحصائية بخصوص أسباب استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)، ويظهر ذلك مع قيمة اختبار كا² التي فاقت 0.05 مع جميع خيارات الإجابة. فبالنسبة للخيار الأول " زيادة المعلومات والمعارف " جاء في المرتبة الأولى عند الطلبة والطالبات معا، ثم الاختيار المتعلق بـ " الترفيه عن النفس وقضاء الوقت " جاء ثانيا عند كلا الجنسين، كذلك الحال مع سبب " الحرص على التفاعل الاجتماعي مع الأسرة والأصدقاء " فجاء ثالثا ترتيبيا عند كليهما.

11- بينت الدراسة أنه ليست هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين اجابات الذكور والاناث، حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تحصيلهم الدراسي، وهذا ما أكدته اختبار كا² المحسوبة (كا²=1,27) وهي أصغر من القيمة الجدولية (5.99) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتى حرية 2 و مستوى ثقة 95٪، والارتباط بينهما قوي جدا وهو ما دلت عليه قيمة (ر=1).

12- كما بينت النتائج أنه لا وجود لفروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات الذكور والإناث حول كيفية تفاعلهم مع المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما أكدته اختبار كا² المحسوبة مع كل الخيارات والتي فاقت 0.05

13- تبين لنا أنه لا تأثير لمتغير الجنس على مدى تغير مواقف وأفكار المبحوثين حيال قضايا ناقشوها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما دلت عليه قيمة كا² المحسوبة (كا²=2.29)، وهي أصغر من القيمة الجدولية (3.84) المنبئة بوجود اختلافات بين الجنسين، فأغلب المبحوثين من الجنسين، تغير مواقفهم وأفكارهم حول القضايا التي يناقشونها عبر الفضاء الإلكتروني، وقلة منهم من لا تتغير مواقفهم.

14- لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث حول تقييم مستوى تفاعلهم مع الموضوعات المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وبتطبيق اختبار كا² وجدنا قيمته المحسوبة (كا²=3,70)، وهي أصغر من القيمة الجدولية (5.99) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتى حرية 2 ومستوى ثقة 95٪.

15- تبين لنا أن لمتغير الجنس تأثير في رأي المبحوثين من الجنسين على أن مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مساعد على تطور المجتمع، وهو ما دل عليه اختبار كا² المحسوبة (كا² = 78,)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (3.84) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجة حرية واحدة و مستوى ثقة 95٪.

16- أكدت النتائج على عدم وجود فروق دالة إحصائية بخصوص إشبعات البيئة المجتمعية تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)، ويظهر ذلك مع قيمة اختبار كا² التي فاقت 0.05 مع جميع إجابات المبحوثين.

17- أكدت لنا النتائج على عدم وجود فروق دالة إحصائية بخصوص إشبعات التفاعل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)، ويظهر ذلك مع قيمة اختبار كا² التي فاقت 0.05 مع جميع الخيارات. فالطلبة والطالبات يتقاربون في إجاباتهم حول تلك الإشبعات.

18- وأظهرت النتائج وجود تشابه كبير بين الطلبة والطالبات في إجاباتهم عن السؤال المتعلق بإشبعات التسلية المحققة لديهم، وما دل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس وهذا الخيار، هو اختبار كا² المحسوبة والتي فاقت 0.05 مع جميع خيارات الاجابة.

19- اتضح لنا وجود تشابه كبير بين مختلف التخصصات العلمية في إجاباتهم حول الإشبعات السلوكية المحققة لديهم من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وظهر ذلك من خلال قيمة كا² المحسوبة مع جميع الخيارات، حيث فاقت قيمتها 0.05 عند مستوى ثقة 95%.

20- أكدت الدراسة على تشابه الطلبة الذكور والإناث بخصوص بعض الاشبعات الوجدانية، خاصة مع زيادة الرغبة في التواصل مع المجموعة وتوطيد الروابط مع الزملاء والأصدقاء، ويظهر ذلك مع قيمة اختبار كا² التي فاقت 0.05 معها، واختلاف بين الجنسين مع خيار "تعزيز روابط الإنتماء والتواصل مع الآخرين في المناسبات المختلفة"، و"تطور بعض السمات الشخصية لديهم"، حيث أكدت ذلك قيمة كا² المحسوبة والتي لم تتعدى 0.05 عند مستوى ثقة 95% معهما.

21- أظهرت العلاقة الارتباطية أنه لا توجد اختلافات بين الجنسين، حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في توعيتهم بقضايا ومواضيع وطنية، ونلاحظ فقط ميل الطلبة الذكور نسبيا للاتجاه الذي عبروا فيه بأنهم لا يعتقدون أن لتلك المواقع دور في توعيتهم بقضايا وطنهم أكثر من الطالبات.

﴿ خاتمة ﴾

خاتمة:

سعيًا من خلال هذه الدراسة إلى تناول وتحليل ظاهرة استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، باعتبارها من المحاور الرئيسية في الدراسات الاعلامية المعاصرة، إذ ركزنا في محاورها على عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لتلك المواقع، والأسباب التي تدفعهم إلى ذلك، وكذا الإشباع التي يحققونها من وراء هذا الاستخدام، وكشف تأثيراتها على سلوكياتهم ومعارفهم، مع اظهار العلاقات الارتباطية الكامنة بين بعض متغيرات الدراسة وتساؤلات تم طرحها على المبحوثين في محاور الإستمارة، وذلك وفق مقارنة تأثيرية إنتقائية، تعنى بكيفية استخدام الجمهور لوسائل الاعلام والشباعات التي يحققها من ذلك.

وقد انصبت دراستنا على فئة الطلبة الجامعيين كعينة بحث، لما تحظى به من أهمية في المجتمع، ولما تمثله من طاقة وفعالية وتقبل الجديد والتعبير بشكل جيد عما يحسونه أو يمارسونه عبر شبكات التواصل الاجتماعي، كما سعيًا إلى التأطير النظري لكل المفاهيم الواردة في الاشكالية والتساؤلات، من خلال العودة إلى التراث النظري كمرجعية لاستخلاص النتائج ومناقشتها.

من خلال ما تم تناوله في هذه الدراسة بجانبها النظري والميداني، يمكن القول أن شبكات التواصل الاجتماعي فرضت نفسها بقوة في حياة الشباب الجامعي في المجتمع الجزائري، فهي تشكل أهم مصدر من مصادر المعلومات والتثقيف لديهم، وظهر ذلك جليا مع المدد الزمنية اليومية والأسبوعية التي يقضونها والتي تراوحت بين الانتظام والديمومة. وكشفت الدراسة أيضا عن رواج استخدام ثلاثة مواقع هي: الفيس بوك، اليوتيوب والانستغرام، وتعددت الأسباب والدوافع التي تحفز الطلبة الجامعيين على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فتباينت بين التعليمية والتثقيفية وإيصال الآراء والأفكار للآخرين، وبين العقائدية كمعرفة قضايا دينية، واجتماعية كالحرص على التفاعل الاجتماعي مع الأسرة والأصدقاء، والتسليه والترفيه وقضاء أوقات الفراغ، وسياسية واقتصادية وغيرها، خاصة وأن هذه المواقع أتاحت الفرصة لتطور العلاقات الافتراضية، دون اعتبار للحدود المكانية والزمانية. مما يعني أنها أنتجت قيما وثقافة جديدة، تختلف عن القيم والعادات والتقاليد الموجودة في المجتمع من ذي قبل، أي أنتجت ما يتداوله اليوم جيل الشباب، وهذا ما يفتح المجال للدراسة في موضوع العلاقات الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرات ذلك على الأفراد والمجتمع والثقافات والعادات والتقاليد والقيم.

وفي معرض حديثنا عن الإشباعات التي يحققها الطلبة الجامعيون من وراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، تبين أن هناك إشباعات اجتماعية، معرفية، سلوكية، وجدانية، إشباعات تتعلق بالتسلية والتفاعل الاجتماعي، كما توصلنا كذلك إلى أن منصات التواصل، لعبت دورا محوريا في التأثير على وعي الطلبة بقضايا ومواضيع وطنية تهمهم، وأبرزت لديهم أبعاد الهوية الوطنية أكثر مما مضى. هذا، وتبقى هذه الدراسة حلقة من حلقات البحث التي تتواصل لكشف علاقات أخرى جدلية بين مواقع التواصل الاجتماعي والشباب، إذ لا ندعي أننا وصلنا إلى نتائج تعبر عن كل ما يرتبط باستخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، بل وضحنا فقط بعض الجوانب منها، ممهدين الطريق لباحثين آخرين كي يتعرضوا لما لم نعرض عليه في هذا البحث، ويمكننا في الأخير، تقديم جملة من الاقتراحات التي قد تساعد على ذلك، مثل:

- ضرورة إجراء المزيد من الدراسات عن مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها المختلفة حتى تكون النتائج قابلة للتعميم.
- تنظيم دورات لتوعية الطلبة على حسن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واستثمار الفوائد العلمية والثقافية والاجتماعية.
- دعم إنشاء المجموعات الافتراضية الهادفة، التي تتبنى القضايا الاجتماعية والثقافية وحث الشباب الجامعي على الإنخراط والمشاركة فيها.
- العمل على توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التعليم والتفاعل والتواصل التعليمي.
- نشر الوعي بأهمية التماسك الأسري، وفتح قنوات الحوار بين أفراد الأسرة الواحدة.
- ترشيد استخدام الانترنت والوسائط التكنولوجية ومواقع التواصل الاجتماعي.
- ضرورة توفير أكثر لوسائل الرقابة والحماية الالكترونية وجعلها في المتناول.
- ضرورة العودة إلى القيم الدينية الإسلامية والتمسك بها وتنمية الوازع الديني لدى أفراد المجتمع.

﴿ قائمة المصادر والمراجع ﴾

قائمة المصادر والمراجع:

1-المراجع باللغة العربية:

1-1- المعاجم والقواميس:

- 01-اين منظور: لسان العرب، إعداد وتصنيف دراسات العربي، بيروت، (د ت)
- 02-أحمد زكي بدوي، صديقة يوسف محمود: المعجم العربي الميسر - دار الكتاب اللبناني، دار الكتاب المصري، ص7.
- 03 -جبران مسعود: الرائد معجم ألفبائي في اللغة و الإعلام ، دار النشر للملايين، ط3، 2005
- 04-عصام نور الدين: معجم نور الدين الوسيط، عربي عربي، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005م.
- 05- مُجَدّ منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر، مصر، 2004م.

1-2-الكتب:

- 06- أحمد بدر: أصول البحث العلمي ومناهجه ، ط5، وكالة المطبوعات، الكويت 1981م.
- 07- أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005م.
- 08- أحمد عادل عبد الفتاح: التفاعلية والإدماج الرقمي في الإعلام الجديد، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2018م.
- 09- أحمد عبادة سرحان: الإحصاء الاجتماعي، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، 1993م.
- 10- العبد الله، مي: الاتصال والديمقراطية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2005م.
- 11- أولجا جوديس بيلي، بيلي كاميرتس، نيكوكارنتير: فهم الإعلام البديل، ترجمة: علا أحمد إصلاح، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2009م.
- 12- إبراهيم أبراش: المنهج العلمي وتطبيقه في العلوم الاجتماعية، دط، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2009م.
- 13 - إبراهيم بعزیز: التظليل الإعلامي كيف يقوم الإعلام بتسطيع ثقافة الجماهيري وتغيب الوعي، دارا لكتاب الحديث، ط1، القاهرة، 2015م.
- 14- إيهاب خليفة: مواقع التواصل الاجتماعي، أدوات التغيير العصرية عبر الانترنت، المجموعة العربية للتدريب والنشر، ط1، 2016م.

قائمة المصادر والمراجع

- 15- بسيوني ابراهيم حمادة: دراسات الاعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام ، ط1 ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2008.
- 16- بهاء الدين محمد مزيد: المجتمعات الافتراضية بديلا للمجتمعات الواقعية " كتاب الوجوه نموذجاً"، جامعة الامارات العربية المتحدة، 2012م.
- 17- بيتس طوني: التكنولوجيا و التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد، مكتبة العبيكان للنشر، ط1، الرياض، 2007م.
- 18- بيلي، اولجا جوديس، وبارت كاميرتس، ونيكوكارينتينير: فهم الإعلام البديل، ترجمة: علا أحمد صلاح ط1، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، 2009م.
- 19- جبريل بن حسن العريشي وسلمى عبد الرحمان محمد الدوسري: الشبكات الاجتماعية والقيم : رؤية تحليلية، ط1، دار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015م.
- 20- جمال محمد أبو شلب: الاتصال والإعلام والمجتمع المفاهيم والقضايا النظرية، دار المعرفة، مصر، 2005م.
- 21- حارث عبود ومزهر العاني: الإعلام والمهجرة إلى العالم الرقمي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015م.
- 22- حجازي، عزت: الشباب العربي ومشكلاته، سلسلة عالم المعرفة ، المجلس الوطني للثقافة والآداب، الكويت، 1985م.
- 23- حسن عماد مكاوي، الشريف سامي: نظريات الاعلام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، 2000م.
- 24- حسن عماد مكاوي، والسيد ليلي حسين: الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2010م.
- 25- حلمي ساري: التواصل الاجتماعي، كنوز المعرفة، ط1، الأردن، 2006م.
- 26- حمدي ابو الفتوح عطيفة: منهجية البحث العلمي و تطبيقاتها في الدراسات التربوية و النفسية، دار النشر للجامعات، القاهرة، 1996م.
- 27- خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013م.
- 28- خليل صابات، جمال عبد العظيم: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط9، المكتبة الأنجلومصرية، القاهرة 2001م.
- 29- دوقان عبيدات و آخرون: البحث العلمي، مفهومه أدواته و أساليبه، دار مجدلاوي، عمان، 1985م.
- 30- رضا أمين: الاعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2015م.
- 31- زكريا الشريبي: الشباب بين صراع الأجيال المعاصر والهدى الإسلامي، دار الفكر المعرفي، الأردن، ط1، 2007م.
- 32- سعد الدين أبو الفتوح الشرنوبلي: المفاهيم والمعالجات الأساسية في الإحصاء، مطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية 2001م.
- 33- سعد سلمان المشهداني: الصحافة العربية والدولية : المفهوم، الخصائص، المشاكل، النماذج، الاتجاهات، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2014م.

- 34- سمير مُجّد حسين: بحوث الإعلام ، الأسس و المبادئ، عالم الكتب ، القاهرة، 1983م.
- 35- شريف درويش اللبان: شبكة الانترنت بن حرية التعبير وآليات الرقابة، المدينة برس، مصر، 2004م.
- 36- شفيق أحمد: الإنسان و المجتمع مقدمة في السلوك الإنساني و مهارات القيادة و التعامل، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1997م.
- 37- صالح مُجّد العلي: مهارات التواصل الاجتماعي، أسس ومفاهيم وقيم، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015م.
- 38- ط. عبد الحق: مدخل إلى المعلوماتية. العتاد والبرمجيات، الجزء 2، قصر الكتاب، الجزائر، 2000م.
- 39- عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993م.
- 40- عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائط والتطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008م.
- 41- عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015م.
- 42- عبد الرحمان عزي: الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2009م.
- 43- عبد الرحمان عزي: دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر اعلامي متميز، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2003م.
- 44- عبد العزيز خالد الشريف: الإعلام الإلكتروني، ط1، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014م.
- 45- عبد الحميد بسيوني: الديمقراطية الالكترونية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2008م.
- 46- عبد الغني عماد: سوسيولوجيا الهوية، جدليات الوعي والتفكك وإعادة البناء، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2017م.
- 47- عبد الكريم بوحفص: الإحصاء المطبق في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005م.
- 48- عبد الله عامر الهماي: أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، بنغازي منشورات جامعة قار يونس، ط2، 1998م.
- 49- عدس عبد الرحمن وآخرون: البحث العلمي: مفهومه أدواته وأساليبه، ط18، دار مجدلاوي للنشر، عمان، الأردن، 2016م.
- 50- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014م.

- 51- على ليلة: الشباب العربي وإرادة التغيير من داخل التراث، المكتبة المصرية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2005م.
- 52- علي عبد الفتاح: الإعلام الاجتماعي، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2001م.
- 53- علي عبد الفتاح كنعان: الاعلام والمجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014م.
- 54- علياء سامي عبد الفتاح: الإنترنت والشباب: دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي، دار العلم العربي، ط2، القاهرة، 2011م.
- 55- غالب كاظم جواد: الإعلام الجديد.. اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2017م.
- 56- غريب سيد أحمد: الإحصاء والقياس في البحث الاجتماعي والمقابلات الإحصائية، ج1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1995م.
- 57- فتحي شمس الدين: شبكات التواصل الاجتماعي والتحول الديمقراطي في مصر، ط1، دار النهضة، القاهرة، 2013م.
- 58- فرد ميلسون: الشباب في مجتمع متغير، ترجمة يحي مرسى عيد بدر، دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية، 2007م.
- 59- فضيل دليو: أسس البحث وتقنياته في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، الجزائر، 1999م.
- 60- فضيل دليو: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال (NTTC) ط1، دار الثقافة، الجزائر، 2010م.
- 61- فضيل دليو: تقنيات تحليل البيانات في العلوم الاجتماعية والاعلامية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2010م.
- 62- فضيل دليو وعلي غربي: أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري قسنطينة، 2012م.
- 63- كاظم شنون المقدادي: الإعلام الدولي والجديد : وتصعد السلطة الرابعة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013م.
- 64- كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والاعلام التطور الخصائص النظرية، ط1، دار المسيرة للنشر، عمان، 2011م.
- 65- كامل محمد المغربي: أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002م.
- 66- لعيمي حسن محمود: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014م.
- 67- ليلى أحمد جزار: الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012م.

- 68- ماجد زكي الجلاّد: تعلم القيم وتعليمها- تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم، دار المسيرة للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2007م.
- 69- ماهر عودة الشمايلة وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015م.
- 70- ماهر عودة الشمايلة وآخرون: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015م.
- 71- مُجّد خيرت يوسف الكيلاني: مؤشرات التقييم الاعلامي، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
- 72- مُجّد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، ط1، عالم الكتب، القاهرة، سنة 2007م.
- 73- مُجّد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية . عالم الكتب، القاهرة، 2000م.
- 74- مُجّد عبد الحميد: المدونات : الإعلام البديل ، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2009م.
- 75- مُجّد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام . عالم الكتب . القاهرة . 1993م.
- 76- مُجّد علي شمو: التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت، ط1، الشركة السعودية للأبحاث، جدة، 1999م.
- 77- مُجّد علي مُجّد: البحث الاجتماعي- دراسة في طريق البحث وأساليبه- دار المعرفة الجامعية، مصر لبنان (د س ن).
- 78- مُجّد منير حجاب: نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة. 2010م.
- 79- محمود طارق هارون: الشبكات الاجتماعية على الانترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1 مصر، 2017م.
- 80- مرزوق عبد الحكم العادلي: الاعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والاشباكات، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004م.
- 81- مروى عصام صلاح: الإعلام الإلكتروني : الأسس والآفاق، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015م.
- 82- مصطفى يوسف كافي: الإعلام التفاعلي : Interactif Media، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016م.
- 83- مصطفى طلال عبد المعطي: أبحاث في علم الاجتماع نظريات ونقد، ط1، دار هادي، دمشق ، 2002م.
- 84- موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، (ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون)، ط2، دار القصة، الجزائر، 2006م.
- 85- مؤيد عبد الجبار الحديثي: العولمة الاعلامية والأمن القومي العربي، ط1، الأهلية للنشر، عمان، 2002م.
- 86- مؤيد نصيف جاسم السعدي: الإدماج الاتصالي في الإعلام الجديد ، ألفا للوثائق، ط1، قسنطينة، 2019.

قائمة المصادر والمراجع

- 87- مؤيد نصيف جاسم السعدي: الوظيفة الاتصالية لموقع التواصل الاجتماعي.. دراسة في الفيس بوك ، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2016م.
- 88- منال هلال المزاهرة: مناهج البحث الاعلامي، دار المسيرة، ط1، عمان، الأردن، 2014م.
- 89- نادية سعيد عيشور: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دط، حسني رأس الجبل للنشر، قسنطينة، 2007م.
- 90- نورهان منير حسن فهمي: القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1999م.
- 91- هارتلي، جون: الصناعات الإبداعية، ترجمة: بدر السيد سليمان الرفاعي، عالم المعرفة، الكويت، 2007م.
- 92- وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفايسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية للنشر والتوزيع، الخرطوم، السودان، 2012، ص 11.
- 93- وسام فاضل راضي ومهند حميد التميمي: الإعلام الجديد : تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، لبنان، 2015م.
- 94- ياس خضير البياتي: الإعلام الجديد : الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2014م.
- 95- يامين بودهان: الشباب والانترنت، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان الاردن، 2012م.

المجلات والدوريات:

- 01- أحمد خواجة: المجتمع المدني والمواطنة، حالة المجتمع الافتراضي، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد4، تونس، 2011م.
- 02- المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، سلسلة دراسات نحو مجتمع المعرفة ، مركز الدراسات الإستراتيجية، جامعة الملك عبد العزيز ، العدد 39 ، 2012م.
- 03- أماني جمال مجاهد: استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة – مجلة دراسات المعلومات – ع8، مايو 2010م.
- 04- إبراهيم بختي: الانترنت في الجزائر، دراسة إحصائية، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، العدد 1، 2002م.
- 05- إبراهيم قائد أحمد خالد: استخدام الفيسبوك ودوره في تكوين علاقات الصداقة لدى عينة من طلبة الدراسات العليا والجامعية، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 42 ، جامعة محمد الخامس، المغرب.
- 06- بشرى جميل اسماعيل: مدخل الاعلام الجديد المفهوم والنماذج، مجلة الباحث الاعلامي، العدد14، ت1 ت2، ك1 ، كلية الاعلام، جامعة بغداد 2011م.

قائمة المصادر والمراجع

- 07- بشري جميل الراوي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير - مدخل نظري - مجلة الباحث الاعلامي، العدد 18، جامعة بغداد، 2012م.
- 08- حامد سعيد الجبر وآخرون: واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 176 الجزء 2، ديسمبر 2017م.
- 09- حدادي وليدة: الشبكات الاجتماعية: من التواصل إلى خطر العزلة الاجتماعية، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 7، العدد 21، ديسمبر 2015م.
- 10- حليلة الشيخ: وسائل الاعلام الجديد وأثرها في الشباب المسلم، مجلة اللغة والاتصال، المجلد 12، العدد 19، مخبر اللغة العربية والاتصال، جامعة أحمد بن بلة وهران 1، مارس 2016م.
- 11- حمزة هوارى: مواقع التواصل الاجتماعي واشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية - جامعة ورقلة - العدد 20، سبتمبر 2015م.
- 12- خديجة عبد العزيز علي ابراهيم: واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعة صعيد مصر، مجلة العلوم التربوية، العدد الثالث، الجزء 2، معهد الدراسات التربوية، جامعة القاهرة، جويلية 2014م.
- 13- زكي وليد: المشاركة عبر المجتمع الافتراضي، مجلة الديمقراطية، العدد 20، القاهرة، أكتوبر 2010م.
- 14- سميرة شيخاني: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق المجلد 26، العدد الأول + الثاني 2010م.
- 15- شكيب بشماي: دراسة تحليلية مقارنة للصيغ المستخدمة في حساب حجم العينة العشوائية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 36 العدد (5). (20 أكتوبر 2014).
- 16- ضيف الله عودة أبو صعليك، محمد سليم الزبون: أثر شبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن، مؤنة للبحوث والدراسات، سلسلة العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 28، العدد 7، 2013م.
- 17- عبد الإله بن حسين العرفج: التفاعل في التعليم الجامعي عبر الإنترنت من وجهة نظر طلاب وطالبات الجامعة العربية المفتوحة بالأحساء: المحاور الأربعة، المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل - العلوم الإنسانية والإدارية - المجلد التاسع - العدد الثاني، 2007م.
- 18- عبد الرحمان محمد سعيد الشامي: الاعلام الجديد والاعلام القديم: التحديات والفرص، المجلة العربية للعلوم الانسانية، المجلد 32، العدد 125، مجلس النشر العلمي، الكويت، 2014 م.
- 19- عبد العزيز علي حسن: العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب "دراسة تطبيقية على انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر"، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 43، العدد 1، 2016م.

- 20- عبد الكريم علي الديسي، زهير ياسين طاهات: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1، 2013م.
- 21- غروبة دليلة وغروبة سلمى: إشكالية الهوية في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 7، العدد 1، 2019م.
- 22- فهد بن علي الطيار: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة تويتر نموذجاً دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد 61، الرياض، 2014.
- 23- فهد بن علي الطيار: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة، مجلة الجامعة، العدد: 79، المملكة العربية السعودية 2014م.
- 24- محمد شطاح: التلفزيون والطفل، مجلة المعيار، العدد 7، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، 2003م.
- 25- نادية بن ورقلة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 5، العدد 11، 2013.
- 26- نسيم بورني: مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المراهقين، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، المجلد 5، العدد 2، ديسمبر 2018.
- 27- نعيمة رحمانى، وزينب دهيمي: الانترنت (العالم الافتراضي) والعنف الرمزي، مجلة علوم الانسان والمجتمع - كلية العلوم الانسانية والاجتماعية - جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 11، سبتمبر 2014م.
- 28- هامل عبد النور: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور الجلفة، العدد الثاني عشر، ديسمبر 2018م.
- 29- وائل بن شحات محمد بصري وجيهان عبد الوهاب: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على أداء طلبة الجامعات - دراسة حالة جامعة الحدود الشمالية - المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، جامعة عين شمس، العدد 2، سنة 2017.
- 30- وطفة علي أسعد: التحديات السياسية و الاجتماعية في الكويت و الوطن العربي بحث في مضامين الوعي السياسي عند طلاب جامعة الكويت، مجلة عالم الفكر ، الكويت ، العدد 3، المجلد 31 مارس 2003.
- 31- وليد رشاد زكى: الشبكات الاجتماعية : محاولة للفهم ، مجلة السياسة الدولية. ع 1، ابريل 2010م.
- 32- يحيى تقي الدين: واقع الرأسمال الاجتماعي الافتراضي لدى الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي - رؤية قيمية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 4، العدد 11، الجزائر، ديسمبر 2017.

الأطروحات والرسائل العلمية:

1-رسائل الدكتوراه:

- 01- أحمد المنصوري: عادات استهلاك التواصل الاجتماعي في دولة الإمارات، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم الاتصال الجماهيري، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الإمارات، 2012م.
- 02- آل رشيد معضد بن عبد الهادي: مواقع التواصل الاجتماعي وإسهامها في تشكيل الرأي العام تجاه قضايا الأمن الوطني السعودي، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العدالة الجنائية، قسم الدراسات الأمنية، 2016
- 03- عبيدش صونية: الشبكات الاجتماعية على الأنترنت - دراسة مسحية لمستخدمي الفاييس بوك من طلبة جامعات الجزائر العاصمة 1 و2 و3، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2015م.
- 04- فاطمه صالح علي الخطيب: آثار شبكات التواصل الاجتماعي على طلبة جامعة اليرموك وعلاقتها بالرقابة الذاتية من وجهة نظرهم أنفسهم، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم الادارة وأصول التربية، كلية التربية، جامعة اليرموك، 2017م.
- 05- كسيرة اسمهان: الشباب الجزائري والهوية الافتراضية" - دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الفاييس بوك - أطروحة دكتوراه غير منشورة في علوم الاعلام والاتصال تخصص تكنولوجيا وسائل الاعلام والمجتمع، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2017-2018م.
- 06- محمد العوض محمد: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تناول قضايا الشباب الجامعي - دراسة تطبيقية - أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم العلاقات العامة والاعلان، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2014م.
- 07- محمد لعقاب: مجتمع الإعلام والمعلومات، دراسة استكشافية للانترنتيين الجزائريين، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب واللغات، جامعة الجزائر سنة 2000-2001م.
- 08- نوال بركات: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين، أطروحة دكتوراه غير منشورة تخصص علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015، 2016.
- 09- هالة دوغمان: مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم: العلاقة بين الواقعي والافتراضي، دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجزائريين المستخدمين لموقع الفاييس بوك، أطروحة دكتوراه غير منشورة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017، 2018م.
- 10- يزيد عباسي: مشكلات الشباب الاجتماعية في ضوء التغيرات الاجتماعية الراهنة في الجزائر، دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2015-2016م.

2-مذكرات الماجستير:

- 01- إبراهيم بعزیز: منتديات المحادثة والدرشة الالكترونية (دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007، 2008.
- 02- أحمد عبدلي: مستخدمو الانترنت، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الدعوة والإعلام، جامعة الأمير عبد القادر- قسنطينة-2002-2003م.
- 03- أشرف عصام فريد صالح: دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، 2016م.
- 04- آلاء مخلوف: استخدامات طلبة الجامعات الأردنية في اليوتيوب والإشباع المتحققة منه، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، عمان، الأردن، 2013م.
- 05- الخامسة رمضان: استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي - دراسة مسحية حول جمهور الشبكات الاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال، جامعة بسكرة، الجزائر، 2011 / 2012.
- 06- العتيبي، جراح: تأثير الفيس بوك على طلبة الجامعات السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض، 2008م.
- 07- جرار ليلي أحمد: المشاركة بموقع الفايسبوك وعلاقته باتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو العلاقة الأسرية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، عمان، 2011م.
- 08- حسنى عوض: أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، تجربة مجلس شبابي عمار القدس نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القدس أبو ديس، برنامج التنمية الاجتماعية والأسرية، القدس، فلسطين، 2012م.
- 09- حسينية قيدوم: الانترنت واستعمالاتها في الجزائر، دراسة وصفية، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2001-2002م.
- 10- حمودة، أحمد يونس محمد: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، ديسمبر 2013م.
- 11- حنان الشهري: أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيسبوك وتويتر نموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة: ، كلية الآداب قسم علم الاجتماع-جامعة الملك عبد العزيز، الرياض، السعودية 2013م.
- 12- ریحانة بلوطي: دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد - دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفيس بوك أمودجا، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2014 - 2015.

- 13- ساسي صبرينة، أمينة طويجي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين، الفايبيوك أنموذجا، مذكرة ماستر غير منشورة، قسم العلوم الانسانية، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، الجزائر، 2015-2016م.
- 14- سهيلة بضياف: المدونات الالكترونية في الجزائر - دراسة في الاستخدامات والإشاعات، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام والاتصال، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة 2009-2010م.
- 15- صباح براهيم: منظومة الانترنت في المؤسسة الجامعية وعلاقتها بالاهداف التنظيمية، دراسة ميدانية، مذكرة ماجستير غير منشورة، تخصص علم اجتماع تنظيم وعمل، قسم العلوم الاجتماعية جامعة الحاج لخضر باتنة 2004-2005م.
- 16- صلاح محمد أبو صلاح: استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والاشاعات المتحققة، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير منشورة، قسم الصحافة، كلية الآداب، الجامعة الاسلامية بغزة، 2014م.
- 17- علاء العقاد: دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني -دراسية ميدانية- رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، القاهرة، مصر، 2014م.
- 18- محمد المنصوري: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية أنموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة في الإعلام والاتصال، مجلس كلية الاداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2012م.
- 19- مديحة جيطاني: استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الاسلامية-دراسة في العادات والانماط والاتجاهات-مذكرة ماجستير غير منشورة-قسم اصول الدين، فرع الدعوة والإعلام، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الاسلامية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009-2010م.
- 20- مريم مراكشي: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين - فايبيوك أنموذجا، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة بسكرة، مذكرة ماجستير غير منشورة في علم النفس الاجتماعي، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013/ 2014م.
- 21- مريم نريمان نومان: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية -دراسة على عينة من مستخدمي موقع فايبيوك في الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، قسم العلوم الإنسانية، جامعة باتنة، الجزائر، 2011 - 2012.
- 22- يزان مزيان: استغلال الأساتذة الجامعيين لشبكة الانترنت: دراسة ميدانية بجامعة منتوري قسنطينة، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علم المكتبات، جامعة منتوري - قسنطينة - الجزائر، 2007م.

قائمة المصادر والمراجع

- 01- إبراهيم بعزیز: الاستخدام المفرط لوسائل الاتصال الحديثة من طرف الأفراد : والانعكاسات، ورقة قدمت في الملتقى الوطني الأول تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على الأفراد و المجتمعات " جامعة فرحات عباس - سطيف، 2010م.
- 02- الأشرم، رضا إبراهيم مُجد: التأثير الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكاليات المنهجية، المملكة العربية السعودية، جامعة الإمام مُجد بن سعود الإسلامية، مارس - 2015.
- 03- السعيد بومعيزة: المعولم والمحلي في الدراسات الاتصالية لدى الشباب الجامعي الجزائري - دراسة ميدانية-، دراسة مقدمة في الملتقى الدولي : الشباب والاتصال والميديا، تونس، 2010م.
- 04- المحارب سعد بن محارب: الإعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية، الإعلام الجديد أولوية الوسيلة، ورقة مقدمة في المنتدى السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، الرياض، 2012م.
- 05- سامية عواج، سامية تبرى: دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم التعليم عن بعد لدى الطلبة الجامعيين، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر الدولي الحادي عشر لمركز جيل البحث العلمي حول التعلم بعصر التكنولوجيا الرقمية، طرابلس لبنان، الاتحاد العالمي للمؤسسات العلمية بالتعاون مع جامعة تيبازة، 22 و 23 و 24 أبريل 2016.
- 06- عباس متولي: المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالقيم لدى الشباب الجامعي، بحوث المؤتمر السنوي لعلم النفس، الجمعية المصرية للدراسات النفسية، 1990م.
- 07- وهيبه بوزيفي: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز العملية التعليمية، الملتقى الوطني لمركز جيل البحث العلمي حول تقنيات التعليم الحديثة، المكتبة الوطنية الجزائرية، يوم 20 ديسمبر 2016.

الجرائد والوكالات الرسمية:

- 01- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 14 رجب 1421 هـ. الموافق لـ 15 أكتوبر 2000، العدد 60، ص 14.
- 02- وكالة الأنباء الجزائرية: دخول الكابل البحري للألياف البصرية الرابط بين الجزائر وإسبانيا حيز الخدمة، 05 ديسمبر 2019م،

المراجع باللغة الأجنبية:

1/ Ouvrages :

- 01-Angelo Antoci and al : **See you on Facebook**: the effect of social networking on human interaction, 2010.
- 02-Aren, Karbiniski: **Facebook and the technology revolution**, NY Spectrum Publications, 2010.
- 03-Bettetheim, L.V: **Ethnic Tolerance: Function of Social and Personal. Control Basic Studies in Social Physiology**. Doers Press, 1986.

- 04- Burgess Jean: **Youtube Online Video and Participatory Culture**, 1edition, UK Polity, 2009.
- 05-Diaz-Ortiz Claire: **Twitter for Good Change the World One Tweet at a Time**, Jossey-Bass, 1 edition, USA 2011.
- 06- Georges Fanny: **l'identité numérique sous emprise culturelle**, de l'expression de soi à sa standardisation, les cahiers du numérique, 2011, p 31.
- 07- Green: **Education Psychology Prentice, hoh**, New Jersey Lowoodchiffs, 1994.
- 08-Jay David Bolter, Richard Grusin , Remediation: **Understanding New Media**, The MIT Press 1st edition,2000.
- 09- J. Francis Rummel and C.Wesley Ballaine: **Research Methodology in Business**, NewYork, Harper Row,1963
- 10- Jean-pierre Meubier: **introduction aux théories de la communication**, 2édition, bueck université, 2004.
- 11-Karapanos, Evangelos; Teixeira, Pedro; Gouveia, Ruben. Full length article: **Need fulfillment and experiences on social media: A case on Facebook and WhatsApp**. In **Computers in Human Behavior**, February 2016.
- 12- Katz, Blumler & Gureviteh: **Utilization of Mass Communication. In the Uses of Mass Communication: Current Prespectives on Grantification Research**. Blumler & Katz. (editors), sage publications, Beverly Hills, Londoan, (1974).
- 13-Kazienko, Przemyslaw, Musial, katarzyna: **Recommendation framework for online social networks** .- Berlin :Springer-Verlag, 2006.
- 14- Keith N. Hampton and al: **social networking sites and our lives**, Pew Research Center's Internet & American Life Project,2011.
- 15-Klopfer, E., Osterweil, S., Groff, J and Haas, J: **Using the technology of today in the classroom today**, Cambridge: Massachusetts Institute of Technology,2009.
- 16-Maurice Angers: **initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines**,casbah université Alger,édition CECINC.Qébec,1997.

17-Mazman, Sacide and Uşluel, Yasemin: **The Usage of Social Networks in Educational**, World Academy of Science, Engineering and Technology,2009,

18-Naaman,M and Swaine,F: **Network Properties and Social Sharing Of Emotions**, Rutgers University School Of Hangzhou, Chaina,2011.

19- Pavlik, John. V., & Dennis, E. E. (Eds.): **New Media Technology Cultural and Commercial Perspectives**, Boston: Allyn and Bacon,1996

20-Philippe, Breton : **Le Culte de l'internet: Une menace pour le lien social**, la découverte, Paris. 2000, p 96.

21-Rheingold, H: **The Virtual Community: homesteading on the electronic frontier, reading**, M addison , wesley, 2003.

22- Smock, A. D., Ellison, N. B., Lampe, C., & Wohn, D. Y : **Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use**. Computers in human Behavior, 2011.

23-Terry Flew : **New media: an introduction**, Oxford University Press, London, 2008.

2/ Revus :

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

25-Boyd, Danah and M ,Ellison, Nicole . B: **Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship**" Journal of Computer-Mediated Communication, University of Indiana Volume 13, Issue 1 . article 11. 2007.

26- Brey, P. January: **The Social Ontology of Virtual Environments**. American Journal of Economics and Sociology, Vol.62,No1, 2003.

27-Chan, K. and Fang, W: **Use Of Social Media And Effects On Traditional Media Among Young People In Hong Kong**, Young Consumers, V8(N4),2017.

28-Coffey, Steve, & Stipp, Horst: "**The Interactions between Computer and Television Usage**", Journal of Advertising Research, 37(2), 1997.

29-David.w McMillan and David.M Chavis: **Sense of community: A definition and theory** , Journal of Community Psychology,volume 14, issue1, January 1986.

30-Elisheva F. Gross, Jaana Juvonen, Shelly L. Gable: **Internet use and well-being in adolescence**, Journal of Social Issues, Vol.58, No.1, Spring 2002.

31-Gokce Akçayır: **Why do faculty members use or not use social networking sites for education?** Computers in Human Behavior,71, 2017.

32- Hillman, D.; Willis, D.; & Gunawardena, C: **Learner-Interface Interaction in Distance Education: An Extension of Contemporary Models and Strategies for Practitioners**. The American Journal of Distance Education, Vol. 8(2). 1994.

33- Janis, Wolak : **Escaping or connecting ? Characteristics of youth who form close online relationship**, Journal of adolescence, Academic Press,26, 2003.

34- Junco,R, Heiberger G, Loken E: **The effect of Twitter on colleges students engagement and grades**, Journal of computer assisted learning, v27(i2) .2010.

35-K.Y.A McKenna, J. Bargh: **Coming out in the age of the internet , (Identity demarginalization through virtual group participation)** Journal of personality and Social Psychology, Vol.75, No.3, September 1998.

36-Kalpidou, M., Costin, D. and Morris, J. Morris: **The relationship between Facebook and the well-being of undergraduate college students, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**. Volume14, Number4, 2011.

37- Lange,P.G, Publicly Private and privately Public: **Social networking on Youtube**. Journal of computer- Mediated Communication, University of Indiana V13, Issue 1 . article 18. 2007

38- Matthew J. Kushin & Masahiro Yamamoto: **"Did Social Media Matter"?** **College Student Use of Online Media and Political Decision Making in the 2008 Election**, Paper Presented to Association for Education in Journalism & Mass Communication. Boston, USA, 2009

39-Mazman, Sacide Güzin and Usluel, Yasemin Koçak: **Modeling educational usage of Facebook**, Journal of Computers & Mucation, v55(i2),2010.

40- McKenna and Bargh: **plan 9 from Cyberspace: "The implications of the internet for personality and social psychology"**, personality and social psychology Review 4(1), 2000.

41- 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, Volume 12, Issue 4, 1 July 2007.

42-O.C.Mcswete: **the challenge of social networks, Administrative theory and praxis,** vol 13 , issue 1 , march 2009.

43-Robert Kraut, Michael Patterson, Vicki Lundmark, Sara Kiesler, Tridas Mukopadhyay, William Scherlis: **Internet paradox A social technology that reduces social involvement and psychological well- Beeing?,** American psychologist, Vol.53, No.9, September 1998.

44-Steven. Breckler: **Empirical validation of affect, behavior, and cognition as distinct components of attitude.** Journal of Personality and Social Psychology, V47(i6), 1985.

3/Theses :

45-Bynumm,S: **Utilizing Social Media to increase Student Engagement.** Unpublished master's thesis .Calerifonia State University.USA, 2011.

46-Xu,T: **How has the Social Media Sites Impacted Chinese University Students Use of Traditional Media?** PhD Thesis, University of Sheffield, UK, 2015.

4/Conferences et colloques :

47-B. Chellali: **Les tarifs d'accès à Internet haut débit revus à la baisse,** Maghreb Hebdo, no06, Algérie, (du 28février au mercredi 05 mars 2008), p06.

48-George,Eric: **Les Usages sociaux d'Internet au sein d'un mouvement altermondialiste entre promesse et réalité,** Texte pour le colloque international du Démocratie et dispositifs électronique : regards sur la décision, la délibération et le militantisme, université d'Otawa, Canada, 2005

49-Miltiadou, Morios & McIsaac, Martina: **Problems and Practical Solutions of Web-Based Courses. Lessons Learned from Three Educational Institutions.** Paper presented at SITE 2000: Society for Information Technology

& Teacher Education International Conference, San Diego, California. ERIC L'Ecument Reproduction Services: ED 444471. (8 - 12, February 2000)

50-Serge Broulx: **les communauté virtuelle construisent-elle du lien social** ? Colloque international sur l'organisation medias, dispositifs médiatiques, sémiotique et des médiations de l'organisation, Université jean moulin, LYON, 19-20/11/2004.p19.

المواقع الالكترونية:

01- Benoit Desavoye : Quels usage font les jeunes d'Internet [en ligne] <http://www.netalya.com/fr>

02- McCann Connections, (2003).internet, media de reference des jeunes, le journal de net,[en ligne] www.journaldenet.com

03- www.mohammed331e4gd8gmtmih

04- استخدام الإنترنت في إفريقيا، إحصاءات السكان لعام 2020 ومشتري Facebook (متوفر على الخط)

<https://www.internetworldstats.com/stats1.htm>

05- الحوساني, مهدي: "المواقع الإجتماعية". رحلة ضوء 29 ماي 2002 (متوفر على الخط)
the-difference-between-social-networks-and-bookmark-social-networks

www.rehlaonline.com/2008/05/29/

06- الشهري, فايز. "الشبكات الاجتماعية لم تعد للمراهقين". جريدة الر ياض 2008/12/07 www.alriyadh.com

07- الدخيل منى : الشبكات الاجتماعية ثورة في عالم الإنترنت ، السعودية عن الإنترنت، 2009. من الموقع

08-الصادق رابع: الانترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات، البوابة العربية لعلوم الاعلام والاتصال

www.arabmediastudies.org

09-حسني رفعت حسني: المجتمعات الافتراضية وجيل الانترنت - المفهوم، السمات، الأنواع، (متوفر على الخط)

<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp>

10-حسني، منار إبراهيم: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم ما له وما عليه، رسالة الجامعة. (2012). (متوفر على

الخط) . [www. rs.edu.sa](http://www.rs.edu.sa)

11-خالد سعيد: التواصل الاجتماعي، مصادر غير موثوقة للبحث العلمي (متوفر على الخط)

<https://www.scientificamerican.com/>

12-عبد العال الديري: المجتمعات الافتراضية- التعريف- التطور- الغايات، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، في 2013م

(متوفر على الخط) http://accronline.com/print_article.aspx?id=9683

13-غادة محمد عثمان: مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها على الشباب (الفيس بوك مثلاً)، كلية الامارات للتكنولوجيا، (متوفرة

على الخط): www.facebook.com

- 14- كيورد إنجي أشرف: الشباب الجامعي ومشكلاته النفسية في ظل تحديات المجتمع (متوفر على الخط)
https://www.neneonline.club/2013/09/blog-post_7507.html
- 15- مازن العنقري في: <http://www.al-angary.com/?p=742>
- 16- محمد أمين عبوب: المجتمعات الافتراضية: أنماطها ومشكلاتها، مجلة علوم الاعلام والاتصال (مجلة الكترونية عربية تصدر عن مجموعة من الباحثين) (متوفرة على الخط) <https://diraset.com/content>

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة باجي مختار عنابة

كلية الآداب والعلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

استمارة استبيان بعنوان:

استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي
- دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد الشريف مساعدي سوق اهراس-

إشراف: الأستاذ الدكتور

فضيل دليو

إعداد :

زرزايحي زوبير

الطلبة الأعزاء تحية طيبة وبعد،

هذه استمارة استبيان بحث ميداني بعنوان: استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي

- دراسة تحليلية-

لذا فإنني أرجو تعاونك من خلال الإجابة على تساؤلات هذه الاستمارة، وتشيت آرائك وملاحظاتك التي من شأنها خدمة أغراض البحث العلمي، علما أن البيانات سوف تستخدم لهذا الغرض فقط.

مع وافر الشكر والتقدير لتعاونك.

ملاحظة: الرجاء وضع علامة (X) أمام الإجابة المناسبة مع امكانية الاجابة على أكثر من احتمال واحد في السؤال .

السنة الجامعية: 2017-2018.

أولاً : البيانات الأولية

س1- الجنس: ☐ أنثى ☐ ذكر

س2- السن: ☐ 22-18 ☐ 27-23 ☐ 32-28 ☐ مافوق 32 سنة

س3- ماهو تخصصك (ي) العلمي: ☐ علوم اجتماعية وإنسانية ☐ علوم الطبيعة والحياة ☐
☐ اداب ولغات ☐ علوم اقتصادية ☐ حقوق وعلوم سياسية ☐ علوم وتكنولوجيا ☐
☐ علوم وتقنيات النشاطات الرياضية والبدنية

س4- هل لديك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي؟

☐ نعم ☐ لا

ثانيا: عادات وأنماط استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي:

س5- هل تستخدم (ين) مواقع التواصل الاجتماعي ؟

☐ دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا

س6- ماهي أهم مواقع التواصل الاجتماعي تصفحها لديك؟

☐ Youtube ☐ LinkedIn ☐ Twitter ☐ Facebook
☐ Friendster ☐ V Kontakte ☐ Flickr ☐ Myspace

أخرى تذكر.....

س7- أذكر ثلاثة مواقع تفضلها بالترتيب؟

1
2
3

س8- حسب تقديرك، كم يوم في الأسبوع تستخدم (ين) فيها مواقع التواصل الاجتماعي ؟

☐ يوم واحد ☐ يومان ☐ ثلاثة أيام ☐ أكثر من ثلاثة أيام

س9- ماهي الأيام المفضلة لديك أكثر لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، رتبها من 1 إلى 7 ؟

السبت ☐ الأحد ☐ الاثنين ☐ الثلاثاء ☐ الأربعاء ☐
الخميس ☐ الجمعة ☐

برر لماذا؟.....

س10- حسب رأيك، ماهي أهم فترة زمنية تستخدم (ين) مواقع التواصل الاجتماعي فيها ؟

صباحا ☐ مساء ☐ ليلا ☐

س11- ماهو الحجم الساعي الذي تقضيه يوميا في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي ؟

أقل من ساعة ☐

ساعة واحدة ☐

ساعتان ☐

ثلاث ساعات ☐

أكثر من ثلاث ساعات ☐

س12- أين تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي عادة؟

مقاهي الانترنت ☐

الجامعة ☐

المنزل ☐

في كل مكان عبر الهاتف المحمول ☐

أخرى تذكر.....

س13- كيف تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

بانتظام ☐ حسب الظروف ☐

س14- حسب رأيك، ماهي خدمات مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لديك، رتبها حسب

الأفضلية من 1 الى 7؟

الصور ☐ الروابط ☐

الفيديوهات ☐ الألعاب ☐

الردشة ☐ التطبيقات ☐

التعليقات ☐

س15- ما هو نوع خدمات مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضلها، رتبها حسب الأفضلية من 1 إلى 7؟

☐	السياسية
☐	الاجتماعية
☐	الاقتصادية
☐	الثقافية
☐	الترفيهية
☐	الدينية

س16- هل أنت عضو في أي مجموعة لها علاقة بأحد الخدمات السابقة؟

☐ نعم ☐ لا

س17- في حالة الإجابة ب"نعم": ما نوع مشاركتك؟

- ☐ -أنت صاحب صفحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- ☐ -أنت مشارك نشط من حيث التعليقات ومواضيع المناقشة
- ☐ -أنت مجرد قارئ و معلق نشط
- ☐ -أنت لا تشارك في المناقشات، ومجرد متصفح في مواقع التواصل الاجتماعي
- ☐ -أخرى تذكر.....

ثالثا: دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

س18- حسب رأيك، لماذا تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ☐ - لزيادة المعلومات والمعارف لديك
- ☐ -السعي الى اقامة علاقات مع الآخرين
- ☐ - الحرص على التفاعل الاجتماعي مع الاسرة والأصدقاء
- ☐ - التعبير بحرية عن الموضوعات والقضايا المختلفة
- ☐ - الترفيه عن النفس وقضاء الوقت
- ☐ - التواصل مع جماعات ذات اهتمام مشترك
- ☐ - أخرى تذكر.....

س19- هل تعتقد أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على تحصيلك الدراسي؟

ايجابا ☐ سلبا ☐ لا تأثير ☐

س20- هل ترى (ين) أن استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي قد زاد من تحصيلك العلمي والثقافي ؟

نعم ☐ لا ☐

س21- إذا كانت الإجابة ب"نعم":

كيف زادت معلوماتك و ثقافتك ؟

كثيرا جدا ☐ كثيرا ☐ قليلا ☐ قليلا جدا ☐

س22- تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في دراستك الجامعية؟

للإطلاع على المعارف والمعلومات الخاصة بالمقرر الدراسي لتخصصك ☐
لتبادل الخبرات مع الزملاء في الجامعة ☐
للإطلاع على المحاضرات والأعمال العلمية اليومية ☐
لتتابع صفحات أساتذتك على المواقع ☐
أخرى تذكر.....

س23- المنشورات التي تتفاعل معها عادة على مواقع التواصل الاجتماعي:

تسجل اعجابك بها (j'aime) ☐
تعلق عليها (commenter) ☐
تمررها إلى الآخرين (Publier) ☐
تستفيد منها ولا تشارك ☐
تخبر بها الآخرين شفويا ☐

أخرى تذكر.....

س24- ماهي اهم دوافع استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي : رتبها حسب الأفضلية لديك؟

الابتعاد عن التضييل الذي تمارسه بعض وسائل الاعلام التقليدية ☐
رغبة منك في الحصول على معلومات آنية وموثوقة ☐
لاعتقادك بأنها تشكل منبرا حرا للتعبير عن آرائك وتوجهاتك ☐
رغبة منك في توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية لديك ☐

أخرى تذكر.....

س25- ماهي الموضوعات التي تحرص على متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ رتبها حسب اهميتها لديك من 1 الى 8؟

قضايا التعليم ☐ قضايا الصحة ☐ قضايا الشباب والرياضة ☐ قضايا الفن والثقافة ☐
قضايا سياسية ودولية ☐ قضايا الأدب والفن ☐ قضايا البيئة ☐ قضايا دينية ☐

س26- هل تعتقد أن مواقفك وأفكارك قد تغيرت حيال بعض القضايا -سאלفة الذكر- من خلال مناقشاتك ومشاركاتك عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

نعم ☐ لا ☐

س27- في حالة الاجابة ب"نعم"، تغير مواقفك وأفكارك؟

دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐

س28- ماتقييمك لمستوى تفاعلك مع الموضوعات والقضايا المطروحة عبر هذه المواقع؟

ايجابي ☐ سلبي ☐ لا ادري ☐

س29- في نظرك، شبكات التواصل الاجتماعي هي منبر مساعد على حدوث التطور في مجتمعك؟

نعم ☐ لا ☐

س30- في حالة الاجابة ب"نعم": وضح كيف ذلك؟

.....
.....
.....

س31- في حالة الاجابة ب"لا": لماذا؟

- ☐ -لأنها تقتقد للموضوعية في الطرح
- ☐ -مملة وغير مفيدة في كثير من الأحيان
- ☐ -خطورة بعض الموضوعات التي يدعو اليها ناشطون
- ☐ -تسيء للعادات والتقاليد السائدة في المجتمع
- أخرى تذكر

رابعاً: الاشباكات المحققة من استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

المجال	الاشباكات المحققة
32-إشباكات البيئة المجتمعية	عرّفتني بأحداث وقضايا عديدة تحدث في المجتمع
	جعلني أشعر بالأمان من خلال المعرفة التي أحصل عليها من تواصلتي مع الآخرين
	جعلني أتعرف على ثقافات، عادات وتقاليد شعوب أخرى
	أكسبني مهارات جديدة تفيدني في التعامل مع الآخرين
	أخرى تذكر.....
33-إشباكات المشاركة في الرأي مع الآخرين	عزز آرائي من خلال مناقشاتي مع الآخرين
	جعلني أتبنى رأي من يعجبني من آراء المستخدمين الآخرين
	جعلني أعبر عن آرائي بحرية مطلقة
	جعلني أشعر بالثقة في النفس أكثر
	أخرى تذكر.....
34-إشباكات التفاعل الاجتماعي	جعلني اجتماعي أكثر
	سهّل لي التواصل مع الأهل والأصدقاء
	جعلني أعيد الاتصال بالأصدقاء القدامى الذين فقدت الاتصال بهم
	جعلني على اتصال بأفراد عائلتي التي أنتمي إليها
	أخرى تذكر.....
35-إشباكات التسلية	أشبع لدي حب التسلية والهروب من الواقع
	أبعدني عن روتين الدراسة
	ساعدني في ملء أوقات الفراغ
	أخرى تذكر.....

	تشكل مصدرا معرفيا وعلميا مهما لديك	36-اشباعات معرفية
	زادت معرفتك بمعالم ومناطق جغرافية حول العالم	
	زادت من الوعي السياسي والثقافي والديني لديك	
	ساهمت في تعديل أفكارك حول قضايا عديدة	
	أخرى تذكر.....	
	دفعتك الى المشاركة في أعمال أكاديمية ونشاطات داخل الجامعة	37-اشباعات سلوكية
	ساهمت في تغيير انماط سلوكية مع أفراد الأسرة	
	غيرت لديك نمط التعامل الاجتماعي (ارسال التهاني، العزاء، الشكر...الخ	
	استجبت لبعض الاعلانات التجارية (الشراء، المقاطعة...الخ	
	أخرى تذكر.....	
	زادت الرغبة في التواصل مع المجموعة التي تشترك معك	38-اشباعات وجدانية
	توطدت الروابط الوجدانية مع الزملاء والأصدقاء	
	توطدت اكثر روابط الانتماء والتواصل مع الآخرين في المناسبات المختلفة	
	تطورت بعض السمات الشخصية لديك (حب الآخر، التضامن،...الخ	
	أخرى تذكر.....	

خامسا: تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي بالقضايا الوطنية لدى الطالب الجامعي الجزائري:

س39: كيف ترى تأثير محتويات مواقع التواصل الاجتماعي على شخصيتك؟

- جعلتك انطوائيا ☐
- زادت من مهارات التواصل لديك ☐
- لم تؤثر في شخصيتك ☐
- أخرى تذكر.....

س40- برأيك، هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في توعيتك بقضايا ومواضيع وطنية ؟

☐

لا

☐

نعم

في حالة الاجابة بـ "نعم": كيف ذلك؟

☐

- عززت لديك روح الانتماء للوطن

☐

- عرفتك بالبرامج والخطط التنموية الاقتصادية والاجتماعية

☐

- عرفتك على آراء السياسيين والقادة من منظمات المجتمع المدني

☐

- أبرزت لديك أبعاد الهوية الوطنية (كالدين، واللغة والتاريخ...الخ

- أخرى تذكر.....

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE

BADJI MOKHTAR – ANNABA UNIVERSITY

UNIVERSITE BADJI MOKHTAR – ANNABA

Faculté des Lettres et Sciences Humaines et Sociales

Département des sciences de l'information et de la communication



Thèse présentée en vue de l'obtention du diplôme
de Doctorat en Sciences

L'Usage des réseaux sociaux par les étudiants universitaires

Etude de terrain à l'Université de Mohamed-Chérif
Messaadia Souk Ahras

Option: Sciences Humaines **Spécialité:** sciences de l'information et de la communication

Par: Zoubir Zerzaihi

Directeur de la thèse: Delliou Foudil

Grade: Professeur

Université: de Constantine-3- Salah Boubnider

Devant le Jury

	Nom et Prénom	Grade	Etablissement
Président	DJAMEL IAIFA	professeur	Université Badji Mokhtar Annaba
Examineurs	DELLIOU FODIL	professeur	Université: de Constantine-3- Salah Boubnider
	LAARADJ SAMIR	professeur	Université mohammed essadik ben yahia jijel
	DALILA GHAROUBA	professeur	Université Badji Mokhtar Annaba
	NASREDDINE BOUZIANE	Maitre de conferant-A-	Université: de Constantine-3- Salah Boubnider

ANNEE UNIVERSITAIRE: 2020-2021

