جامعة يحي فارس المدية

كلية الآداب والعلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الاتصال الشخصي لدى الطالب الجامعي

دراسة استطلاعية لمستخدمي الفايسبوك لجامعة المدية

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

من إعداد:

سهيلة سعيداني

تحت إشراف:

الدكتورة علواش كهينة

السنة الجامعية : 2016/2015

خطة البحث

مقدمــة

الإطار المنهجي للدراسة

الإشكالية.

أهمية البحث

أهداف البحث

تحديد المصطلحات

منهج البحث

عينة الدراسة

أدوات جمع البيانات

مجالات الدراسة

الدراسات السابقة

صعوبات الدراسة

الفصل الأول :ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

المبحث الأول: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: مراحل تطور شبكات التواصل الاجتماعي

المبحث الثالث: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

المبحث الرابع :مميزات شبكات التواصل الاجتماعي

المبحث الخامس:أهم شبكات التواصل الاجتماعي

الفصل الثاني : ماهية الاتصال الشخصي

المبحث الأول : مفهوم الاتصال الشخصي

المبحث الثاني: خصائص الاتصال الشخصي

المبحث الثالث : دور و أهمية الاتصال الشخصي

المبحث الرابع : وسائل الاتصال المستخدمة في الاتصال الشخصي

المبحث الخامس:العوامل التي تؤثر على فعالية ونجاح الاتصال الشخصي

الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول: الفايسبوك والاتصال الشخصي

المبحث الأول : مجتمع البحث وخصائصه

المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لعادات وأنماط استخدام الموقع الاجتماعي الفايسبوك

المبحث الثالث: التحليل الكمي والكيفي لدوافع استخدام الموقع الاجتماعي الفايسبوك

المبحث الرابع : الموقع الاجتماعي الفايسبوك والاتصال الشخصي

مقدمة:

يشهد عالمنا المعاصر تطورا علميا متلاحقا ، وتطورا تكنولوجيا هائلا بل يمكن القول بأنه يشهد ثورة علمية وتكنولوجية متدفقة في مختلف مجالات الحياة ، حيث ظهرت بوتيرة سريعة ، فقد اكتسبت هذه الوظيفة أهمية أكبر مع تطور الإتصال فالخدمات الإعلامية الجديدة التي تعتمد على وسائط البث الرقمية ، وهو ثمرة التقدم الناتج عن اندماج الإتصالات وتكنولوجيات المعلومات ، فنحن اليوم نعيش عصر اللغة الرقمية ، الذي أصبح هذا العصر رمزا لوفرة المعلومات وتدفقها حيث تؤدي أدوار اجتماعية واقتصادية وسياسية وعلمية وثقافية هامة جدا ، كما أحدثت وسائل الإعلام الجديدة تشكيل خارطة العمل الإتصالي والإعلامي في المجتمعات المعاصرة بما تحمله من خصائص كعملية الإتصال وسرعة الوصول والتفاعل وقلة التكلفة .

وقد ساهمت التطورات المتلاحقة لشبكة الإنترنيت في إيجاد شكل جديد من الإعلام ، تعددت تصنيفاته ومسمياته لدى المهتمين والمختصين الإعلاميين الذين أطلقوا عليه الإعلام الجديد أوالإعلام البديل الذي يشمل الشبكات الإجتماعية الإفتراضية ، والمدونات والمنتديات الإلكترونية والمجموعات البريدية وغيرها من الأشكال والأنواع المتعددة.

فتحت التكنولوجيات الحديثة للإعلام والإتصال آفاقا جديدة وأحدثت تغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية و الثقافية و الفكرية والإجتماعية ، كما أثرت بشكل كبير على كافة أنماط الإتصال الإنساني ، ففتحت المجال واسعا لتجسيد مفهوم القرية الكونية التي أشار إليها مارشال ماكلوهان.

ارتبطت شبكات التواصل الاجتماعي بكافة مجالات الأنشطة الإنسانية وأصبحت جزءا مهما لدى الأفراد لما تقدمه من تفاعل ونقل انشغالاتهم من خلال بناء علاقات إجتماعية إفتراضية لا تنتهي عند حدود الشاشة .

والمتأمل لهذه التطورات التي أفرزتها التكنولوجيات الحديثة للإتصال ، يلاحظ التغير الكبير في العلاقات الإجتماعية في مجتمعاتنا والتي تأثرت بطريقة ما بالتطورات الهائلة المتتالية التي حدثت في المجتمعات في ظل العولمة ، فدخل الإتصال الوسيطي على الخط الذي تغلغل في كل منحى من مناحي الحياة ليتحول الشخص إلى فرد افتراضي يتفاعل ضمن مجتمع افتراضي سهل التواصل بين أفراد المجتمع كما زاد الإهتمام بدراسة الإدمان على شبكات التواصل الإجتماعي كظاهرة مجتمعية لها آثار نفسية واجتماعية وصحية تؤثر على الأشخاص الذين يقضون وقتا أكبر على الخط المباشر مخصصين بذلك وقتا أقل للأشخاص الآخرين في حياتهم الواقعية ، ويظهر الدور الكبير لهذه الشبكات من خلال تجسيدها لمفهوم الإتصال الوسيطي ومساهمتها في بناء الشبكات الإجتماعية الإفتراضية ومن بينها موقع "التويتر " " الفايسبوك " " ماي سبيس " وغيرها ، ويأتي موقع الفايسبوك في صدارة هذه المواقع نظرا لنجاحه الكبير في دعم فكرة التواصل مع الأصدقاء والحفاظ على العلاقات بين الطلبة وهي الفكرة التي انطلق منها الموقع من البداية.

هذا التغير في طبيعة التواصل أصبح يهدد العلاقات الحيوية السائدة ويشكل خطورة على متانة العلاقات وتماسكها ، خاصة الاتصال الشخصي المباشر بين الأفراد، وعلى الرغم من الأثر المتنامي لاستخدام شبكات التواصل الإجتماعي على المجتمع ومن الإقبال اللامحدود من قبل الشباب الجامعي على استخدامه ، وتأثيراته المختلفة على الإتصال بين الأفراد لذلك سنحاول في هذه الدراسة معرفة تأثيرات مواقع الشبكات الإجتماعية على الإتصال الشخصي المباشر بين الأفراد ، بحيث

تحتوي الدراسة على مقدمة وقسمين،نظري وميداني بالإضافة إلى الخاتمة حيث اشتمل القسم النظري على فصلين:

تعرضنا في الفصل الأول على مواقع الشبكات الإجتماعية حيث قدمنا تعريف لهذه المواقع وأهميتها وخصائصها ومميزاتها ومراحل تطورها وأهم الشبكات المستخدمة والمعروفة.

أما الفصل الثاني فيحتوي على تعريف للإتصال الشخصي ، خصائصه ومميزاته أهميته ، وسائل الإتصال المستخدمة في الإتصال الشخصي والعوامل التي تؤثر على نجاحه وفعاليته.

واشتمل **الإطار التطبيقي** للدراسة على فصل واحد تناولنا فيه تحليل وتفسير إجابات المبحوثين حول محاور الاستمارة التي تضمنت عادات وأنماط استخدام موقع "الفايسبوك"، الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام هذا الموقع، وكذا تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على الإتصال الشخصي أين اعتمدنا على مقياس "ليكرت" للاتجاهات سعيا منا لتوجيه الأسئلة مباشرة لخدمة أهداف الدراسة.

الإطار المنـهجي

الإشكالية:

أصبحت تقنيات الإتصال ونقل المعلومات رافدا أساسيا وركنا مهما في بناء منظومة الإنسان الإجتماعية والإقتصادية والسياسية والثقافية في ظل التحولات المعرفية في هذا العصر ، حيث شهدت المجتمعات الإنسانية خلال العقد الأخير من القرن الماضي ، تطورات متسارعة ومتلاحقة لتكنولوجيات الإتصال والمعلومات ، التي ساهمت في تسهيل إمكانية التواصل الإنساني والحضاري ، ولعل أهمها يتمثل في شبكة المعلومات العالمية " الإنترنت " وبالأخص شبكات التواصل الإجتماعي .

ونظرا للاعتماد المتزايد على هذه الشبكات في النظم الإجتماعية والإقتصادية للمجتمع الإنساني ، تزايدت أهمية استخدامها مؤخرا وأصبحت ركيزة أساسية ، وزادت معه القدرات المعلوماتية والتفاعلية ، وماصاحب ذلك أن العلاقات غير ثابتة ومن الصعب التنبؤ بها في تحديد آثار استخدامها على المدى البعيد.

و أدخلت شبكات التواصل الإجتماعي كوسيلة اتصال متطورة جملة من التفاعلات السلوكية الثقافية المرتبطة بها ، والتي كان لها انعكاساتها وآثارها الواسعة على أنماط الإتصال خاصة الإتصال الشخصي ، الذي ساهم في شيوع أنماط جديدة ومتزايدة من السلوكيات والقيم الإجتماعية التي أثرت على عملية التفاعل الإجتماعي سواء على المستوى الفردي أو الجماعي .

ويلاحظ من خلال مشاهدة الأنماط السلوكية الإتصالية على أرض الواقع وجود زيادة مستمرة وإقبالا مرتفعا للأفراد ، من الشرائح الاجتماعية ، فالمستخدمين لشبكات التواصل الإجتماعي ، خاصة فئة الشباب منهم ، قد يصل استخدامهم إلى درجة الإدمان ، مما يؤثر على طريقة الإتصال مع بعضهم البعض ، كما أن التطورات التي طرأت على الحياة الاجتماعية بفعل شبكات التواصل الاجتماعي غيرت من العملية الاتصالية الاجتماعية حيث دخل الإتصال الوسيطي على الخط الذي تغلغل في كل منحى من مناحي الحياة ليتحول الشخص إلى فرد افتراضي يتفاعل ضمن مجتمع افتراضي ، وأصبح لهذا النوع دورا فاعلا في مختلف المجتمعات حيث سهل التواصل بين أطراف المجتمع غير أنه من جهة أخرى غير العديد من القضايا حول إلغاء بعض لغات الإتصال المواجهي مثل تعابير الوجه والإيماءات وغيرها من طرق

الإتصال التي عرفتها الإنسانية منذ آلاف السنين ، ليصبح الإتصال الوسيطي نقطة تحول هامة في مجال الإتصال الإجتماعي .

فالأثر المتنامي لاستخدام شبكات التواصل الإجتماعي على الإتصال الشخصي والإقبال اللامحدود من قبل الشباب الجامعي على استخدامه ، وتأثيراته المختلفة على الإتصال الشخصي لدى هذه الفئة التي تعد من أكثر الفئات الإجتماعية استخداما له ، لذلك ظهرت ضرورة دراسته.

وتتحدد إشكالية الدراسة في تسليط الضوء على تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على الاتصال الشخصي لدى الشباب الجامعي ، من حيث التواصل مع الأسرة والأصدقاء ، وبناء على ذلك تحاول الدراسة الإجابة على الإشكالية التالية :

كيف تؤثر شبكات التواصل الإجتماعي على الإتصال الشخصي لدى الطلبة الجامعيين لولاية المدية؟

وتندرج ضمن هذه الإشكالية الرئيسية مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ما هي عادات وأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين لولاية المدية؟
- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام طلبة ولاية المدية لشبكات التواصل الإجتماعي ؟
- كيف يؤثر استخدام" شبكات التواصل الإجتماعي على الإتصال الشخصي لدى طلبة جامعة المدية في حياتهم اليومية؟

أهمية البحث: تتجلى أهمية البحث في النقاط الآتية:

- تسليط الضوء على أكثر وسائط الاتصال والإعلام الحديثة استخداما وتوظيفا في حياة الشباب الجامعي العلمية والعادية من خلال تفاعله اليومي مع هذه الوسائط.
- أهمية شبكات التواصل الإجتماعي وخطورة دورها في الوقت الراهن.
- ارتفاع معدلات استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت خاصة بين فئة الشباب .
- إبراز أهمية فئة الشباب داخل المجتمع ، وضرورة دراسة المتغيرات التي تؤثر عليهم سواء سلبا أو إيجابا، خاصة مع إمكانية تغير طريقة تواصلهم وتفاعلهم مع المجتمع .

أهداف البحث: تهدف الدراسة إلى إبراز:

- تأثير استخدام أفراد عينة الدراسة لشبكات التواصل الإجتماعي على الإتصال الشخصي بأسرهم والأصدقاء.
- تأثير المدة الزمنية لاستخدام شبكات التواصل الإجتماعي من قبل أفراد عينة الدراسة على الإتصال الشخصي.

تحديدالمصطلحات:

1. التأثير:

أ – **لغة** :الأثر هو بقية الشيء، والجمع" آثار وأثور"، وخرجت في إثره وفي أثره أي بعده وأتثرته وتأثَّرته: تتبعت أثره. والأثر بالتحريك: ما بقي من رسم الشيء والتأثير في اللغة العربية وهو في الانجليزية:" influence " والفرنسية يعني" إبقاء الأثر في الشيء " أو ثَّر في الشيء: ترك فيه أثار .والآثار:الأعلام. (1)

ب–اصطلاحا:

التأثير "influence مشتق من الكلمة اللاتينية الوسيطة influentia التي تشير إلى القوة السرية التي تنسب إلى الكواكب في تعديلها لقدر الناس ،ثم استخدمت الكلمة للإشارة إلى قدرة أي كان في تغيير أفكارا لآخر وأفعاله ،غالبا من دون علم منهم (2)

ويعرف المعجم الإعلامي التأثير بأنه :إحداث تأثيرات وتغييرات في السلوك والتفكير، وتتمثل في التغيرات الحاصلة نتيجة للتعرض للوسائل المختلفة (3).

التعريف الإجرائي:

نقصد بالتأثير في دراستنا هذه، التغير الحاصل في السلوك الاتصالي الشخصي للطالب الجامعي وطرق تواصله مع الآخرين نتيجة التعرض لشبكات التواصل الإجتماعي.

---

1 – ابن منظور: **معجم لسان العرب**، دار صادر، بيروت، المجلد 09 ، ط1،2005، ص52.

2 – جان فرنسوا دورنيه: **معجم العلوم الإنسانية**، ترجمة جورج كتورة ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، أبو ظبي ، ط9 ، 2009 ،ص179.

3 – محمد جمال الفار: **المعجم الإعلامي**،، دار أسامة للنشر والتوزيع عمان، الأردن ، ط9 ، 2006، ص52.

مواقع الشبكات الإجتماعية:

اصطلاحا : تعرف على أنها "خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والإهتمامات والبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين" (1)

كما أنه مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية(World Wide Web) تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة، في نظام عالمي لنقل المعلومات. (2)

وفي تعريف أخر هي مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم، لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة، والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة، وتتضمن معلومات دائمة التطور (3)، وهي مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة ، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين ، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر(4) بين البشر ، والتي يستخدمها الشباب الجزائري والتي تتشكل من خلال الإنترنت وتسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة ، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين ، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية التواصل.

1 – بخوش ومرزوقي : **الويب 2 ..الشبكات الإجتماعية والإعلام الجديد** ، الجزائر ، جامعة باجي ، د ط ، 2009 ، ص15.

---

2 - سلطان الصاعدي .**الشبكات الاجتماعية .. خطر أم فرصة ؟** ، على الرابط ***http://www.alukah.net/spotlight/0/40402***، تاريخ الاسترجاع2013.2.17

3 جمال عبد العزيز، الشرهان : **الوسائل التعليمية ومستجدات تكنولوجيا التعلم** ، مطابع الحميضي، الرياض، "ط2 ، 2003 م، ص 134.

4- Danah m. Boyd, Nicole B.Ellison **,** ***Social network sites; Definition , history and scholar ship*** , Journal of computer mediated communication , vol(13),issue (1)

http://icmc.indiana.edu/vol13issue1 /boyd.ellison.html. يوم 2016/03/25 على الساعة01:00

التعريف الإجرائي" :نقصد بالشبكات الاجتماعية تلك الشبكات التفاعلية التي تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم واكتسبت إسمها الاجتماعي كونها تعزز علاقات الاتصال و تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر.

الاتصال الشخصي:

اصطلاحا:

يعني هذا النوع من الإتصال أن يلتقي شخص بشخص آخر أو أكثر وجها لوجه فيتبادلا الرموز مستفيدين من الحواس الخمس (التي تقوم بدور القناة) ، كما يحدث هذا النوع من الإتصال بشكل مستمر حين يشترك الإنسان في الحوار ، أو يجري مقابلة مع غيره أو يتلقى تعليمات .(1)

التعريف الإجرائي: هو الاتصال الذي يتم بين مرسل ومستقبل وجهاً لوجه. أي الإتصال الذي يتم بين الطلبة الجامعيين وأفراد عائلاتهم وأصدقائهم وجها لوجه.

الطالب الجامعي:

اصطلاحا :

إن الطلبة من وجهة النظر العلمية – التقليدية يمثلون جماعة أو شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة، إذ يتركز المئات أو الألوف من الشباب في نطاق المؤسسات التعليمية مما يضعف ويخفف إلى حد ما من ارتباطهم الطبقي و العائلي و " الطلاب ليسوا طبقة ولكنهم حالة وقتية يجمعهم وقت الدراسة ثم يصبحون قوة إنتاجية و يصطدمون بالمجتمع القائم ولذلك فإنهم يحاولون تحقيق الذات وهم مجتمعون" (2)

---

1 – الموسى عصام : **مدخل إلى الاتصال الجماهيري** ، مكتبة الكتاني، أربد ، 1986 ،ص48.

2 – سحر محمد وهبي ،**دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجامعي** : دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ،ط1 ، 1996 ،ص238 .

التعريف الإجرائي:

و نقصد بالطلبة في هذه الدراسة طلبة جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية الذين يمثلون المرحلة العمرية الثانية ابتداءا من سن 18 سنة.

منهـــج الدراســـة:

يحتاج كل باحث في بحثه إلى مجموعة قواعد ومبادئ ترسم له الطريق الصحيح لانجاز بحثه أو دراسته، لذا وجب عليه اعتماد منهج معين يستند إليه والمنهج هو" مجموعة من الإجراءات التي يتبعها الذهن لاكتشاف الحقيقة والبرهنة عليها". (1)

كما يعرف بأنه" : الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة من أجل اكتشاف الحقيقة. "(2)

المنهج هو عبارة عن جملة الخطوات المنظمة التي على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة .و يعرفه محمد طلعت بأنه وسيلة يمكن عن طريقها الوصول إلى الحقيقة .(3)

ويرتبط اختيار المنهج المتبع في الدراسة بناءا على الإشكالية التي تم تحديدها وبما أننا في دراستنا هذه نسعى إلى جمع معلومات حول مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية وكيف أثر هذا الاستخدام على الإتصال الشخصي فإن هذه الدراسة تندرج ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور حوله تلك الأحداث و الوقائع (...) محاولة تحليل و تفسير الأسباب الظاهرية لتلك الأحداث، بقصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة، تسهم في حل المشكلات أو إزالة المعوقات أو الغموض الذي يكتنف بعض الظواهر من أجل تطو ير الواقع واستحداث أفكار ومعلومات ونماذج سلوك جديدة."(4)

---

1 - ا.لارامي ،ب.فالي، **البحث في الاتصال(عناصر منهجية)**، ترجمة: ميلود سفاري وآخرون ، مخبر علم اجتماع الاتصال، قسنطينة، د.ط ، 2004 ، ص26.

2 - صلاح الدين شروخ، **منهجية البحث العلمي** ، دار العلوم للنشر والتوزيع ،عنابة، د.ط ،2003 ،ص92.

3 - السيد أحمد مصطفى عمر، **البحث العلمي، إجراءاته ومناهجه** ، مكتبة الفلاح ،القاهرة، 2002 ، ص166 .

4 - مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بك:**مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في الإعلام و العلوم السياسية**، دارالوفاء، الإسكندرية ، 2007 ، ص95 .

ويعرفه" برجس "بأنه(دراسة علمية لظروف مجتمع واحتياجاته بقصد تصميم برنامج بنائي لتقديمه الاجتماعي. (1)

استخدمت الدراسة المنهج المسحي الوصفي الذي يعبر عن الظاهرة موضوع الدراسة تعبيرا كمياً وكيفياً والذي" لا يتوقف عند حد وصف الظاهرة، وإنما يتعدى ذلك إلى تحليلها، وكشف العلاقات بين أبعادها المختلفة من أجل تفسيرها والوصول إلى استنتاجات عامة تسهم في تحسين الواقع وتطويره" . (2)

وقد اعتمدت دراسة" تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على الإتصال الشخصي على الشباب الجامعي في شقها الميداني على منهج المسح بالعينة وهذا راجع لجملة من الأسباب وهي:

1- اتساع دائرة مستخدمي تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة خصوصا فئة الشباب التي تعد الأكثر إقبالا على ما تطرحه الثورة التكنولوجية الحديثة من وسائل وتقنيات ورسائل، وهذا مما يقتضي ضرورة دراسته دراسة وصفية كاملة وإن اقتصرت هذه الدراسة على فئة واحدة من الطلبة الجامعيين فهذا لضرورات الدقة العلمية المتوخاه.

2- الحجم الكبير لمجتمع الدراسة وتوزع أفراد هذا المجتمع في جهات متعددة على مستوى الجامعات وهذا ما أدى إلى اللجوء إلى منهج المسح بالعينة لجمع البيانات اللازمة للموضوع في واقعه الميداني، وتعذر علينا استخدام منهج المسح الشامل.

3- التطور الكبير في مجال شبكات التواصل الإجتماعي مما نتج عنها تأثيرات مختلفة على الإتصال لدى الشباب الجامعي.

1- علي عبد المعطي، محمد السرياقوسي :**أساليب البحث العلمين**، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، ط1،1988 ، ص415.

2- محمد عبد الحميد :**دراسة الجمهور ف بحوث الإعلام**، عالم الكتب، القاهرة، ط1 ، 1993، ص122.

أما المنهج المسحي فهو محاولة منظمة لتحليل وتأويل الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو لجماعة أو لمنظمة ، والمسح يركز على قطاع عرضي من الحاضر لفترة من الزمن كافية للدراسة ، والهدف منه الحصول على مجموعة من البيانات وتأويلها وتعميمها بهدف التطبيق العلمي في المستقبل القريب. (1)

أيضا المنهج المسحي هو الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعريف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها ، كما في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة ، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك . كما عرف "دوقان عبيدات" المنهج المسحي بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة ، قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوة وضعها (2)

أما المنهج المسحي الوصفي فهو المنهج الذي يحاول أن يصور أو يوثق الوقائع والحقائق والاتجاهات من خلال جمع الأدلة والبيانات وتجريدها ، أو هو عبارة عن طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة.(3)

---

1 – رشوان حسين عبد الرحمن أحمد ،**العلم والبحث العلمي**: دراسة في مناهج العلوم ، االمكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، ط4 ، 2004 ، ص194–ص195.

2– أحمد بن مرسلي ، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال** ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2005 ، ص286.

3- عمار بوحوش ، محمد محمود ذنيبات ،**مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحث:** ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2007 ، ص140.

عينة الدراسة

يشير "مجتمع البحث إلى كل الأشخاص أو الحالات أو الوثائق أو المضامين والمواد الإعلامية التي يجري بحثا من اجل الخروج بنتائج تتعلق بها وتعمم عليها" (1) أي أنه يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة ، ومجتمع البحث المستهدف في هذه الدراسة هم الطلبة الجامعيون لولاية المدية ، ونظرا لاتساع هذا المجتمع وصعوبة الوصول إلى كافة أعضائه، لجأنا إلى المجتمع المتاح والمتمثل في طلبة جامعة المدية ، ووقع اختيارها على هذه الجامعة بحكم التردد الدائم عليها بسبب الدراسة . وتضم جامعة المدية بدورها عددا كبيرا من الطلبة مما يعني صعوبة الوصول إلى كافة مفردات مجتمع الدراسة ، كما أن إجراء إختيار شامل لهذا المجتمع الواسع يتطلب الكثير من الجهد والتكاليف التي تتجاوز قدرة الباحثة وامكاناتها، ناهيك عن الوقت الذي تستغرقه العملية، لذا تم اللجوء إلى اعتماد أسلوب العينة، الذي يعتمد على جمع البيانات من مجموعة مختارة من مفردات المجتمع ودراسة صفات هذه المجموعة، ثم تعميم النتائج التي يحصل عليها الباحث بالنسبة للمجتمع الكلي (2) . وينطوي هذا الأسلوب -أي أسلوب المعاينة- على جملة من الفوائد المتمثلة في (3) :

1- شريف درويش اللبان، هشام عطية عبد المقصود: **مقدمة في مناهج البحث الإعلامي**، الدار العربية للنشر والتوزيع، مصر، ط 09 ، 2008 ،ص 66.

2- -محمد منير حجاب: **الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ط02 ،2000 ، ص 105.

3 – منذر الضامن: **أساسيات البحث العلمي**: دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط 05 ، 2009، ص162.

1. إن استخدام العينة يقلل الزمن والتكلفة للدراسات البحثية.

2. يوفر استخدام العينة من عدد العمالة المطلوبة لانجاز البحث، فالعدد القليل يكفي للعمل الميداني وتحليل البيانات.

3. تكون الدراسة في معظم الحالات أدق باستخدام العينة منها من استخدام المجتمع بأكمله، فالإشراف يكون أفضل وكذلك الإجراءات المتبعة في الحصول على المعلومات.

4. استخدام العينة يزودنا بنتائج أسرع مما لو درسنا المجتمع بأكمله.

وينبغي أن تكون العينة ممثلة، أي أنها تعكس بصورة دقيقة مختلف خصائص مجتمع البحث الذي سحبت منه، وحرصا على توفر هذا الشرط وقع اختيار على العينة القصدية، وهي إحدى العينات الاحتمالية التي تتميز بدقتها في التعبير عن سمات وخصائص المجتمع الأصلي، فضلا عن تزويدنا بدرجة ثقة محددة في نتائج هذه الدراسة عند تعميمها على المجتمع الأصلي (1) ، وبما أن مجتمع الدراسة المتاح غير متجانس من حيث متغيرات النوع والتخصص فقد تم اختيار طلبة علوم الإعلام والاتصال ، حيث تم اختيار مفردات العينة وفقا للخطوات التالية:

- تم اختيار طلبة كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية بالذات طلبة علوم الإعلام والإتصال وفي كل السنوات .
- ثم توزيع الاستمارة بطريقة عشوائية على طلبة علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة بحيث كان عدد العينة 70 مفردة ذكور وإناث حيث بلغ عدد الإناث 42 أما الذكور 28 .

1 . –شريف درويش اللبان، هشام عطية عبد المقصود، المرجع السابق، ص، 67.

أدوات جمع البيانات:

تأتي القيمة العلمية لأي بحث من النتائج التي يتم التوصل إليها، وترتبط هذه النتائج بالمنهج المستخدم في الدراسة وكذا الأدوات التي تمت الاستعانة بها لجمع المعلومات والبيانات من الميدان، حيث تعتبر مرحلة جمع المعلومات من أهم المراحل لأي بحث علمي، ومما يساعد على نجاحها ضرورة تصورها وتحديد كافة الضوابط المتعلقة بها، وعلى قدر توافرها وشمولها ودقتها تتوقف دقة التحليل وأهمية النتائج المتوصل إليها وصحة القرارات المبنية عليها (1) . لذا يحرص كل باحث على اختيار الوسائل والأدوات المناسبة والتي تمكنه من الحصول على البيانات المطلوبة، بما يسمح له بالوصول إلى نتائج علمية يمكن اعتمادها .وتعرف أدوات جمع البيانات بأنها" جملة من الوسائل التي تمكن الباحث من الحصول على أكبر عدد ممكن من المعلومات التي تخدم بحثه "(2) . لذا فإن اختيار هذه الوسائل لا يتم بصورة اعتباطية، وإنما يخضع لطبيعة الموضوع في حد ذاته .وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الإستبيان لجمع البيانات الميدانية، والاستبيان وسيلة بحثية يعتمد من قبل الباحثين في معرفة آراء المبحوثين أو مواقفهم أو اتجاهاتهم نحو المشكلات البحثية، ناهيك عن أنها توفر الجهد والوقت على الباحث والمبحوث على حد سواء، ويعرف الاستبيان بأنه" :تلك الأداة أو الوسيلة التي من خلالها يمكن التعرف على معلومات، وآراء ، وأفكار المبحوثين حول موضوع الدراسة "(3) . وتعد عملية بناء الاستبيان عملية أساسية تحدد حجم الاستفادة المتحققة من توظيفه، لذلك تم الحرص أثناء إعداد أسئلة الاستبيان أن تكون مطابقة لأغراض الدراسة وتحقق أهدافها، بحيث اشتملت استمارة الاستبيان على عدة أسئلة

---

1 – محمد منير حجاب، نفس المرجع ، ص 28.

2 – احسان محمد الحسن، **الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي**: دار الطليعة، لبنان، ط 05 ، 1986 ، ص 54.

3- نوال محمد عمر، **دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية** ، مكتبة نهضة الشرق، مصر ، د.ط ، 1984 ،ص31.

موزعة على ثلاث محاور، إضافة إلى البيانات الشخصية، حيث خصص المحور الأول لعادات وأنماط استخدام شبكات التواصل الإجتماعي ، أما المحور الثاني فقد اشتمل على الأسئلة التي تكشف عن دوافع استخدام شبكات التواصل الإجتماعي ، ليخصص المحور الثالث لعلاقة مواقع الشبكات الإجتماعية بالإتصال الشخصي التي تقيس تأثيرات شبكات التواصل الإجتماعي على الاتصال الشخصي لدى الطالب الجامعي ، وتم توزيع الاستبيان على عينة مكونة من80 مفردة، وعند القيام بتفريغ المعلومات تم إلغاء 10 إستمارات لعدم إجابة المبحوثين على جميع الأسئلة وإتباع خطوات الإجابة وبالتالي تم الاعتماد على 70 استمارة لجمع المعلومات ليتم توزيعها في الفترة الممتدة من 26 فيفري 2016م، إلى غاية 16 مارس 2016 .

مجالات الدراســـــة:

يعد تحديد مجالات الدراسة من الخطوات المنهجية التي لا يمكن إغفالها في أي دراسة، فمن خلالها يتم التعرف على المنطقة التي أجريت فيها الدراسة والأفراد المبحوثين – عينة الدراسة – الذين تضمنهم البحث بالإضافة إلى الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة، وقد اتفق كثير من الباحثين على أن لكل دراسة مجالات رئيسية ثلاث وهي:المجال البشري والزمني والجغرافي .(1)وهي كالتالي في الدراسة التالية:

أ –المجال الجغرافي :لكي يتمكن الباحث من النجاح في مهمته، لابد أن يكون لديه قدر كافي من المعرفة عن المجتمع الذي سوف تجري فيه الدراسة العلمية للتوصل إلى نتائج وتوصيات تساعده في التخطيط للمجتمع .(2)وقد حدد الباحث جامعة يحي فارس بالمدية كمجال جغرافي للدراسة.

ب –المجال الزمني :استغرق المجال الزمني لدراسة هذا الموضوع حوالي خمسة أشهر أشهر من شهر جانفي إلى شهر ماي وتنقسم هذه المدة إلى قسمين :دراسة نظرية، دراسة ميدانية.

1 – محمد شفيق :**البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية**، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة ، 1998 ، ص211 .

2 – سناء الحولي :**مدخل إلى علم الاجتماع**، دار النهضة العربية، بيروت،1996 ،ص21 .

الدراســـــات السابـــــقة:

الدراسات الأجنبية

الدراسة الأولى: دراسة شيم يونغ سو، (2007) بعنوان" **تأثير الإنترنت على الاتصال وجهاً لوجه للمراهقين**."(1) هدفت الدراسة إلى معرفة مدى العلاقة بين استخدام طلاب المرحلة الثانوية في مدرسة كاربنديل في ولاية الينوي الأمريكية للانترنت واتصالهم الشخصي وجهاً لوجه بأفراد أسرهم وبأصدقائهم .وقد تم توزيع405 استبانة على عينة من الطلبة . وقد توصلت الدراسة إلى أن للإنترنت تأثيراً على سلوك الطلبة لأنه قلل من رغبتهم بالاتصال الشخصي وجهاً لوجه مع أسرهن وصديقاتهن.

الدراسة الثانية : التي أجراها Keith N. Hampton و آخرون من جامعة بنسيلفانيا لصالح مركز الأبحاث American life project **و** PEW الأمريكي

بتاريخ 16 جوان 2011 ،بعنوان مواقع الشبكات الاجتماعية وحياتنا (2)، الدراسة انطلقت من محاولة دراسة التأثير الاجتماعي لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية مثل twitterو facebook, linkedln, my space

حيث طرحت الإشكالية التالية: *هل عز لت الشبكات الاجتماعية الأشخاص وقطعت علاقاتهم الإجتماعية؟ أم أنها ساعدت في ربطهم بآخرين وقد قرر كل من مركز أبحاث American life project pew للانترنيت" و دراسة الشبكات الإجتماعية من خلال مسح شامل لها و كيف ارتبط استخدامها بمفهوم الثقة، التسامح، الدعم الاجتماعي.

1- Shim, Young Soo. 2007. The **Impact of Internet on Teenagers' Face-to-Face Communication** "Global, Media Journal, 6, 10.

Keith N. Hampton and al.(2011),**social networking sites and our lives**, Pew -2 Research Center's Internet & American Life Project, **[online]** http://pewinternet.org/Reports/2011/Technology-and-social-networks.aspx
تاريخ التصفح يوم 05/25 2016 على الساعة 12:00

وكانت نتائج الدراسة ما يلي:

من خلال العينة المدروسة تبين أن 79 %من البالغين الأمريكيين يستخدمون الانترنيت وتقريبا نصف عددهم أي حوالي 47 من أصل 59 %من مستخدمي الانترنيت (يستخدمون على الأقل موقع واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية .وهذا ما يقارب ضعف نسبة البالغين الذين استخدموا الشبكات الاجتماعية في2008 والتي كانت حوالي 26 من أصل 34% من مستخدمي الانترنيت .أضف إلى ذلك أن متوسط عمر

هؤلاء البالغين المستخدمين للانترنيت قد تغير من 33 سنة إلى 38 في سنة 2008 وحوالي نصفهم هم في عمر 35 و 56% من المستخدمين هم إناث.

من خلال المسح توضح أن الشبكة الاجتماعية الأوسع استخداما هو Facebook حيث 92% العينة ومن و 13% يستخدمون 18% linkdln يستخدمون my spaceيستخدمونه في حين يستخدم 29% موقعtwitter

هناك فرق كبير في طريقة استخدام الأشخاص لمختلف مواقع الشبكات الاجتماعية حيث أن % 52 من يلجون إليهما بصورة يومية في حين 7% من twitter مستخدمي" الفايسبوك "**الدراسات العربية:**

1 - الدراسة الأولى قام بها الدكتور حلمي خضر بعنوان " **تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الإجتماعية دراسة ميدانية في المجتمع القطري** "(1) هدفت الدراسة إلى معرفة تأثيرات الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية في المجتمع القطري ومن أجل تحقيق هذا الهدف اختير (471) فردًا من دولة قطر بطريقة عشوائية وزعت عليهم استبانه تتألف من 21 سؤالا، وأما متغيرات الدراسة فكانت :النوع الاجتماعي، العمر، المستوى التعليمي والوضع المهني والحالة

الاجتماعية وعدد ساعات استخدام الإنترنت في اليوم، فضلا عن سنوات الخبرة في الاستخدام .وقد توصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة من كلا الجنسين يستخدمون

---

1 – حلمي خضر ، **تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الإجتماعية دراسة ميدانية في المجتمع القطري:**مجلة جامعة دمشق، المجلد 24، العدد الأول +الثاني، 2008.

الإنترنت في حياتهم اليومية بنسب متفاوتة، لكن تأثير الإنترنت في الإناث كان أكثر من تأثيره في الذكور .كما تبين أيضًا أن لمتغيري التعليم وعدد ساعات الاستخدام أثرًا في هذا التأثير وتبين أيضًا أن الاتصال عبر الإنترنت ترك تأثيرًا في اتصال أفراد العينة الشخصي المباشر مع أسرهم بنسبة 44.4% ، وتأثيرًا في اتصالهم بأصدقائهم ومعارفهم بنسبة 43% كما تبين أن هناك قدرة للاتصال عبر الإنترنت في تكوين علاقات عاطفية قوية جعلت ما نسبته 28.8 %منهم لا يمانع في فكرة الزواج عبر الإنترنت .وتوصلت الدراسة أيضًا إلى وجود تأثير للإنترنت في نسق التفاعل الاجتماعي بين أفراد العينة وبين أقاربهم تمثل في تراجع عدد زياراتهم لأقاربهم بنسبة 44.7%وتراجع في نشاطاتهم الاجتماعية بنسبة43.9% ومن النتائج الأخرى التي توصلت إليها الدراسة قدرة الإنترنت على توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية لأفراد العينة بنسبة 64.5 %، ويشعر استخدامها ما نسبته 40.3% منهم بالاغتراب عن مجتمعه المحلي.

2 - تأثير الإنترنت على الاتصال الشخصي بالأسرة وبالأصدقاء: دراسة ميدانية(1)

هدفت هذه الدراسة الوصفية التحليلية إلى معرفة تأثير الإنترنت على الاتصال الشخصي بالأسرة وبالأصدقاء .وقد تم توزيع استبانة على عينة قوامها (300) طالبة في كلية عجلون الجامعية .وقد توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

1. وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الإنترنت من جهة وعدد ساعات استخدامه من جهة أخرى والاتصال الشخصي بالأسرة وبالآخرين.

2. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لتأثير استخدام الإنترنت على الاتصال الشخصي بالأسرة والصديقات تعزى لمتغيرات الدخل الشهري، والتخصص، والمستوى الدراسي عند مستوى الدلالة0.01 .

---

1 - إبراهيم أحمد أبو عرقوب ، حمزة خليل الخدام: **تأثير الإنترنت على الاتصال الشخصي بالأسرة وبالأصدقاء**، دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلّد 39 ، العدد2 ، 2012.

3. وجود علاقة ذات دلالة إحصائية لتأثير استخدام الإنترنت على الاتصال الشخصي بالأسرة والصديقات تعزى لمتغير مكان السكن.ر

4. إن للإنترنت تأثيرا على سلوك الطالبات في كلية عجلون الجامعية لأنه قلل من رغبتهن في الاتصال الشخصي وجهاً لوجه بأسرهن وبصديقاتهن.

3 - "أثر استخدام تكنولوجيا الإتصال الحديثة على أنماط الإتصال الأسري في مصر" دراسة مسحية مقارنة لسنة 2003.(1)

تناولت الدارسة إختبار العلاقة بين استخدام الأبناء للانترنت، وانعكاس هذا الاستخدام على نمط التفاعل بين أفراد الأسرة ، ومقارنته بنظيره في أسر غير المستخدمين للانترنت، مع الأخذ في الإعتبار تأثير عدد من المتغيرات الوسيطة التي قد تؤثر في شكل التفاعل داخل الأسرة مثل استخدام الأبناء للانترنت خارج المنزل، والنوع بالنسبة للأبناء، ودخل الأسرة، ودرجة تعلم الوالدين، والمستوى الاجتماعي –الإقتصادى وغيرها.

وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة من الأسر المصرية المقيمة بأحياء القاهرة الكبرى، موزعة كالتالي أسر تمتلك ويستخدم أحد أبناؤها على الأقل تكنولوجيا الاتصال الحديثة ممثلة في الانترنت، وعددها 250 أسرة، وأسر لا تمتلك ولا تستخدم الانترنت، وعددها 150 أسرة. تتكون كل مفردة في عينة الدارسة من أب وأم، وأحد الأبناء(مستخدم أو غير مستخدم ويقيمون فى نفس الأسرة ممن تتراوح أعمارهم بين 13-21 عاماً.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من بينها

1–فيما يتعلق بتأثير الانترنت على الأسرة كأحد سلبيات استخدام الأبناء لها، ذكر معظم المبحوثين % 42,8 أنهم يرون أن الانترنت تكون لها هذا التأثير السلبي

نرمين سيد حنفى: **أثر استخدام تكنولوجيا الإتصال الحديثة على أنماط الإتصال الأسرى فى مصر**: دراسة مسحية مقارنة **رسالة ماجستير غير منشورة**،(جامعة القاهرة كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2003.

أحيانا، ثم يأتي من يرون أنها لا تؤثر بالسلب على الأسرة بنسبة% 28,8 ، أما الآباء الذين يرون أن الانترنت تبعد الأبناء عن جو الأسرة دائما فقد كانت نسبتهم ضئيلة لم تتجاوز % 22 فقط من إجمالي عينة الآباء محل الدراسة.

2– يرى معظم الأبناء مستخدمي الانترنت أنها وسيلة اتصال ذات درجة تواجد اجتماعي عالية، حيث جاءت فئة السمات الوسط بين الإيجابية والسلبية فيما يتعلق بدرجة الوجود الاجتماعي في الترتيب الأول بنسبة% 42,4 ، تليها فئة السمات الإيجابية بفارق طفيف بنسبة% 41,2 ، وأخي ا رً فئة السمات السلبية بنسبة 16,4 %فقط من إجمالي الإستجابات فيما يتعلق بسمات الانترنت كوسيلة اتصال.

3–جاء استخدام شبكة الانترنت بهدف جمع المعلومات والتثقيف ومراقبة البيئة في الترتيب الأول لدى الأبناء مستخدمي الانترنت بنسبة% 66,4 ، تلاه مباشرة الدوافع النفعية كالمشاركة في المناقشات ومساعدة الآخرين فى إتخاذ القرارات، والتعبير بحرية عن النفس، بنسبة85.5% ثم لتمضية الوقت–دوافع طقوسية –بنسبة 50,4 %، ثم لملاءمة الوسيلة للهدف المراد تحقيقه من الاتصال بنسبة% 47,2 ، وأخيرا فئة دوافع الترفيه بنسبة % 40,4 من إجمالي عينة المستخدمين.

4–يلاحظ أن معظم المبحوثين % 47,6 يرون أن الحميميه هي سمة متوسطة الشدة للتفاعل عبر الانترنت، يليها الضعيفة بنسبة% 33,2 ، ثم القوية بفارق النصف تقريباً حيث بلغت نسبة المبحوثين في هذه الفئة % 19,2 فقط من إجمالي عينة مستخدمي الانترنت.

5–ساد النمط المحايد بين التوافقى والنقاشى معظم أسر مستخدمي الانترنت محل الدراسة بنسبة65,3% يليه النمط النقاشي بنسبة% 28 ، وأخيرا التوافقي بنسبة لم

تتجاوز % 6,8 من إجمالي عينة الأسر التي يستخدم أحد أبناؤها الانترنت، أما عينة غير المستخدمين فقد توزعت بالكامل بين النمطين التوافقى وكانت له النسبة الأكبر% 66 ، والمحايد بنسبة34 من عينة غير المستخدمين.

4 – أثر العلاقات الإجتماعية التفاعلية بالأنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الإجتماعية والإتصالية للأسرة المصرية والقطرية" س2009 (1)

استهدفت الدراسة التعرف على طبيعة وحدود التأثير الذي أحدثته وسائل الإعلام الحديثة (الفضائيات والمواقع الاجتماعية والمدونات)على طبيعة وشكل العلاقات الاجتماعية والاتصالية داخل الأسرة المصرية مقارنة بالأسرة القطرية – مجتمع الدراسة بحكم أن هذه الوسائل وفرت فرصاً عديدة للإعلام البديل، وركزت الدراسة على الأثر الاجتماعي الذي لعبته التكنولوجيا الحديثة فى حياة الأفراد.
وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، وتجمع الدراسة بين الطابع الكمي من خلال دراسة ميدانية على الشباب وكيفية من خلال مجموعات نقاش مع الآباء والأمهات. واعتمدت الدراسة على منهج المسح والمنهج المقارن، كما اعتمدت على عينة عشوائية متعددة المراحل حجمها 600 مفردة وزعت ما بين مصر وقطر وما بين الشباب والكبار. وانتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من بينها

1–هناك إرتباط سلبي بين معدل استخدام المواقع الاجتماعية ومستوى التفاعل الاجتماعى بين الأفراد كما أن هناك إرتباط سلبى أيضاً بين زيادة معدل الاستخدام وانخفاض مستوى التحصيل الدراسى لدى أفراد العينة.

2– مواقعMySpace مای سبایس و Youtube ویوتیوب و الفیس بوك Facebookيحتل الصدارة كشبكات إجتماعية مفضلة لأفراد العينة الذين يعتبرون أن أصدقائهم المرجع الأول لهم فى حالة حدوث مشكلة لهم.

3–ازدياد التفاعل الإجتماعى والأسرى بوجود الأب والأم وينخفض بغيابهما أو

1- أشرف جلال حسن .**أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والإتصالية للأسرة المصرية والقطرية** دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور فى ضوء مدخل الإعلام البديل ، كلية الإعلام جامعة القاهرة، فبراير 2009 ، الجزء الأول، ص483 .

بغياب إحداهما سواء كان غياباً طبيعياً أو نفسياً بمعنى تواجدهم وانعدام دورهم التربوى والرقابى بشكل ملموس.

4-هناك إقبال كبير من الشباب على المواقع الإجتماعية بشبكة الانترنت كما أن هناك استخدام لرسائل التليفون المحمول بشكل إجتماعي الأمر الذي أثر إلى حد كبير على طبيعة ومستوى التفاعل الاجتماعي داخل الأسرة المصرية والقطرية وان اختلفت حدود وأبعاد ومستويات هذا التفاعل باختلاف العديد من العوامل والمؤثرات الوسيطة .

5 - دراسة نشوة عقل (2010) "العلاقة بين الوجود الافتراضي لشباب الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى تفاعلهم الاجتماعي مع الآخرين ومع وسائل الاعلام التقليدية" 1

سعت هذه الدراسة لبحث العلاقة بين الوجود الافتراضي على مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت ومستوى التفاعل الاجتماعي لشباب الجامعة مع الآخرين ومع وسائل الاعلام التقليدية(IMD) ، Individua Media Dependency والإعلام البديل Alternative Media وتقوم الدراسة بتوظيف مدخلي الاعتماد الفردي على وسائل الاعلام لدراسة تأثير الاعتماد على الشبكات الاجتماعية في علاقة الشباب بمحيطهم الاجتماعي وبوسائل الإعلام التقليدية، واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح الوصفي ، وبلغت عينة الدراسة ٣٧٠ مفردة ، بأسلوب العينة العشوائية المتاحة، حيث طبقت على الطلبة من جامعة القاهرة كجامعة حكومية والأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام كجامعة خاصة، واستخدمت أسلوب المقابلة الشخصية في جمع البيانات من المبحوثين، وتوصلت الدراسة الى انه لا

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى تفاعلهم مع الآخرين، (الأسرة –الأصدقاء –الزملاء)، كما أثبتت

---

1 –نشوى عقل، " **العلاقة بين الوجود الافتراضي لشباب الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى تفاعلهم الاجتماعي مع الآخرين ومع وسائل الإعلام التقليدية** ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (الرأي العام) المجلد العاشر، العدد الثاني، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، 2010 م.

الدراسة وجود علاقة طردية بين دوافع اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي، مراقبة البيئة –الترفيه–تكوين الآراء والمشاركة بها ودوافع اعتمادهم على وسائل الإعلام التقليدية، وأوصت الدراسة بمزيد من التركيز على دوافع التواصل الاجتماعي وعلاقة ذلك بدوافع الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية بدلا من التركيز على معدلات التعرض.

6 – دراسة محمد غريب (2011) بعنوان " الاتصال عبر الانترنت وتأثيره في إكساب المهارات الاجتماعية لدى طلاب الجامعات :(دراسة ميدانية) (1)

هدفت هذه الدراسة للتعرف على معدل استخدام طلاب لشبكة الانترنت وللوقوف على نوعية الخدمات التي يحصل عليها طلاب الجامعات من شبكة الانترنت، وتفسير العلاقة بين استخدام طلاب الجامعات للإنترنت وبعض المهارات الاجتماعية، واعتمدت هذه الدراسة في بنائها النظري على نظرية التعلم بالملاحظة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية ، واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح ، وشملت عينة الدراسة طلاب كل من جامعتي الزقازيق والسادس من أكتوبر، وأثبتت نتائج الدراسة عن وجود فروق معنوية دالة إحصائيا بين طلاب الكليات العلمية وطلاب الكليات النظرية من حيث حصولهم على نوعية المكتسبة من خلال شبكة الانترنت ، وخاصة المعلومات الرياضية والاجتماعية، وأوضحت النتائج ايضا ارتفاع متوسط الشعور بالسعادة في أي عمل جماعي كإحدى استجابات عينة الدراسة لمقياس مهارة التعاون المكتسبة عبر الإنترنت تلاها القدرة على المشاركة في

المواقف التي تحث على التعاون ثم مساعدة الأصدقاء في إنجاز الأعمال والمسئوليات.

---

1 – محمد غريب، "**الاتصال عبر الانترنت وتأثيره في إكساب المهارات الاجتماعية لدى طلاب الجامعات** ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد العاشر ، العدد الرابع ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، يوليو / ديسمبر 2011 م.

7 – استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر(1)

تهدف الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الإجتماعية في العلاقات الإجتماعية من خلال دراسة عينة من مستخدمي موقع" الفايسبوك "في الجزائر ولقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين، حيث تم تقسيم الاستمارة إلى ثلاثة محاور :المحور الأول عادات وأنماط استخدام موقع "الفايسبوك "لدى الجزائريين، والثاني الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام "الفايسبوك"، أما المحور الثالث فتم الاعتماد فيه على مقياس" ليكرت "في محاولة منا لاستكشاف أثر استخدام" الفايسبوك" في العلاقات الاجتماعية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين أكثر من ثلاث ساعات في استخدام" الفايسبوك"، ويفضل أغلبهم خدمة التعليقات والدردشة بالدرجة الأولى .يستخدم أغلب أفراد العينة موقع" الفايسبوك "بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف، وقد بينت النتائج أن هنالك فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور والإناث،وتب ين أيضا أن المبحوثين الأكبر سن ا يتعاملون بنوع من الوعي عند استخدامهم لموقع" الفايسبوك"،كما أسفرت الدراسة أن استخدام هذا الموقع يؤثر في الاتصال الشخصي وجها لوجه، وفي تفاعل

المستخدمين مع أسرهم وأقاربهم وأصدقائهم كما يؤدي الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي.

1- مريم نريمان نومار: **استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية(دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر)** مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، الجزائر ، 2012/2011.

8 – "**الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال**"**(1)**، دراسة أجرتها مليكة هارون وهي رسالة ماجستير نوقشت بقسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر سنة2004 انطلقت الدراسة من الإشكالية التالية :ما طبيعة الاتصال في أوساط الشباب وكيف يجسد قطاع الشباب هذا الاتصال، ما مدى استخدام الشباب لتكنولوجيات الإعلام الاتصال خاصة الانترنت ؟ وتوصلت هذه الدراسة التي تصنف ضمن البحوث الوصفية والتي اعتمدت على المسح بالعينة إلى النتائج التالية:

–أظهرت الدراسة أن معظم الشباب يعتمدون على الانترنت للحصول على المعلومات.

–أكثر الخدمات المستعملة هي خدمة البريد الالكتروني ثم خدمة التحاور على الخط.

–أظهرت الدراسة أن استخدام الشباب للانترنت لم يمنعهم من المحافظة على العلاقات الاجتماعية الشخصية المباشرة.

1 – بنان علي دخيل،مشاعل البشر:**المواقع الاجتماعية وتأثيرها على المجتمع السعودي،** www.psu.edu.sa/pscw/index.htm تم استرجاعها بتاريخ15 /01/ 2012 على الساعة 05:00.

صعوبات الدراسة :

هناك نقص كبير في تناول الحقل الاتصالي بالبحث والتمحيص .. وهذا أمر يلحظه كل دارس يبحث عن مصادر ومراجع يستند عليها كدراسات سابقة وفي صياغة الأسئلة والفرضيات ،باعتبار أن المعرفة لا تأتي من فراغ ، يحبط المرء من اكتشاف ضعف التراكم البحثي خاصة عندما يحصل –بعد جهد جهيد – على مجموعة من المراجع وصعوبات أخرى كذلك تخص إشكالية البحث عن هذه المراجع لكن نقول أن أي باحث في مجتمع "ماقبل الفكرة " ،لابد له من امتلاك رصيد معرفي أو مخزون ثقافي عن الموضوع المراد البحث فيه فيستطيع تحديد العناصر المشكلة لبحثه وتحكم في البحث (تشديد القبضة على البحث) فقد تخلل انجاز هذه الرسالة صعوبات عدة.

الفصل الأول

تمهيد:

ساهم تطور تكنولوجيات الاتصال في تغيير العلاقات الإنسانية، حيث تحول الاتصال من اتصال مواجه إلى اتصال افتراضي وذلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فمواقع التواصل الاجتماعي بلغت درجة متقدمة من التطور وقدمت عدة خدمات، حولت مختلف النشاطات التقليدية من خلال تفاعل عدد كبير جدا من المستخدمين ، وبالتالي إعطاء وقت كبير في استعمالها مع أفراد يبادلونهم نفس الاهتمام ، ومع هذا التزايد الملحوظ في استعمال هذه المواقع من مختلف الفئات تعددت وتنوعت بذلك من موقع لآخر فظهرت عدة مواقع سنراها في هذا الفصل التي كان لها ايجابيات عديدة وبالمقابل الكثير من السلبيات على منظومة العلاقات الاجتماعية.

المبحث الأول: مفهوم شبكات التواصل الإجتماعي

لقي مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي اهتماما كبيرا في الآونة الأخيرة وذلك تزامنا مع ارتفاع نسبة مستخدمي هذه المواقع يوما بعد يوم ، فظهر هذا المفهوم كمصطلح فلسفي اجتماعي منذ القرن الثامن عشر ، ولكن الجديد هو تحويله من فرضية اجتماعية على واقع تقني عبر الانترنيت ووسائل الاتصال المتقدمة.

وبالمثل يعرف بريس Preece ومالوني كريشمار Maloney Krichmar سنة 2005 مواقع الشبكات الاجتماعية على أنها " مكان يلتقي فيه الناس لأهداف أمحددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج "[1]

كما يمكن تعريف مواقع الشبكات الاتصالية على أنها 2 " المحتوى الذي يتم إنشاؤه باستخدام أدوات مواقع التواصل الاجتماعي ، لا سيما المحتوى الذي يقدمه المستخدم والذي يتم إنشاؤه بواسطة الأفراد على المواقع الالكترونية التي تشجع على

---

1 نريمار نورمار مريم ، نفس المرجع ، ص44.

2 - دون كاتب ، دور شبكات التواصل الاجتماعي
، تاريخ التصفح 27 فيفري .http : //www.La haoline.com/mobile/articles/view/43682
2016 على الساعة الواحدة مساءا

إنشاء وتبادل المحتوى ، ويتراوح المحتوى مابين رسائل نصية إلى صور يتم تبادلها ومقاطع فيديو تحظى بمشاهدات عديدة ".

كما تعرف مواقع الشبكات الاجتماعية Social Media Web : على أنها المواقع التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها و بسهولة [1]

ويشير أيضا مفهوم الشبكات الاجتماعية إلى " الطرق الجديدة للاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنيت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع" 2

كذلك هي مواقع للتواصل الاجتماعي بين المستعملين ، ولإقامة العلاقات الاجتماعية ومن أشهرها Face Book ماي سبيس My Space الذي يبلغ عدد مستعمليه 200 مليون مستعمل ، تويتر Twitter .....الخ

إذن من خلال التعريفات السابقة نجدأن مواقع الشبكات الاجتماعية عبارة عن مجموعة مواقع تسمح للأشخاص بالتواصل فيما بينهم باستعمال الانترنيت ويكون هذا التواصل في مجتمع افتراضي بحيث تنشأ بينهم علاقات افتراضية يقوم بها الأفراد من خلال هذه المواقع بنشر عدد من المواضيع والصور والفيديوهات والدردشة والرسائل وغيرها من النشاطات التي يستقبلون تعليقات عليها بحيث تحتوي هذه

1 خالد غسان يوسف المقدادي : **ثورة الشبكات الاجتماعية** ، الأردن ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، 2013، ص24 .

2 http:// computing dictionary, The freedictoinary.com/new+media. الاتصال الشخصي

تاريخ التصفح 26 فيفري 2016 على الساعة الثانية مساءا.

المواقع على العديد من الخدمات التي يتنافس عليها المواقع لكسب أكبر عدد من الأشخاص لاستعمال مثل هذه المواقع وبالتالي زيادة جمع أكبر عدد من المستخدمين والإدمان عليها.

من هنا نستنتج أن مواقع الشبكات الاجتماعية :

- تتيح التواصل خارج حدود المنطقة والدولة ، أو بما يعرف بكسر الحواجز المكانية في التواصل.
- تخلق عالم افتراضي تقني يحاكي الواقع بمعطيات العصر الحديث من التقنية المتقدمة.
- يعتمد على برامج و أنظمة لنقل المعلومات تتحكم فيها قوى دولية كبرى مما يكسر حاجز الرقابة الشخصية أو الجماعية ويحولها إلى دولية عالمية.
- تتم فيها عملية الاتصال من خلال عناوين خاصة يتحكم فيها الفرد باسم وكلمة مرور خاصة، وتتم عبر أجهزة إلكترونية ثابتة ومحمولة.

المبحث الثاني : مراحل تطور شبكات التواصل الإجتماعي

تطورت شبكات التواصل الاجتماعي بصورة سريعة ومرت بعدة مراحل من أجل ذلك منذ نشوئها إلى الوقت الحالي وسنحاول عرض لمحة تاريخية عن أهم المراحل التي مرت بها هذه الشبكات ومن بين أهم المراحل مايلي :

- من عام 1960 – 1970 :

نظرية Paket Switching تنتقل من الفرضية للتطبيق العملي أوائل الستينات ومنذ منتصف الستينات بدأت شركة « ARPA » بتطوير شبكة أبرانت "Apranet" عندما قامت بعملية وصل أجهزة الكمبيوتر العسكرية المنتشرة عبر الولايات المتحدة وهي أربع أجهزة رئيسية عن طريق هذه الشبكة وهي تعتبر نواة شبكة الإنترنيت اليوم.[1]

- عام 1970 إلى عام 1980:

يشير تاريخ الإنترنيت الرسمي إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي ظهر في أواخر السبعينات وتحديدا عام 1979 وهو موقع BBS الذي أنشأه " توم براكسوت" و "جيم إيليس " حيث أسسا أنظمة Usenet التي يشير تعريفها الرسمي بأنها عبارة عن شبكة تشير إلى نظام الأخبار System News حيث لم يكن لها إدارة مركزية

أو هيكل تنظيمي ، ولقد أتاحت الخدمة للناس تبادل الأفكار والآراء كما سمحت بنشر المقالات والمشاركات.[2]

1 خالد غسان يوسف المقدادي ، مرجع سابق، ص20.

2 www.arageek.com مراحل تطور شبكات التواصل الاجتماعي

تاريخ التصفح 27/03/2016 على الساعة 20:18

كانت شركة BBS تعمل معتمدة على استضافة الحواسيب الشخصية واتصال المودم الخاص بالحواسيب المضيفة ، وكانت تتيح لشخص واحد كل مرة الوصول للخدمة.

نمت شركة أبرانت لتشمل 23 جهازا رئيسيا ولتخرج عن النطاق العسكري وتشمل الجامعات ومراكز البحوث العلمية الحكومية، وفي منتصف السبعينات تم التوصل لأول مرة بالخارج مع جامعة لندن ومركز النرويج لتصبح دولية ، كما توصل عام 1978 فصل البروتوكول طريقة تبادل البيانات إلى IP/TCP لأول مرة وتم إنشاء أول مجموعة على الإنترنيت "group" وهي مجموعة جامعة ديوك في كارولينا واستخدمت اليونست لذلك، وتعتبر نواة التواصل الاجتماعي عبر الإنترنيت.[1]

- من عام 1980 إلى عام 1990.

بدأت شركة Apple في استعمال الشبكة العالمية العنكبوتية « www » واستعمال الروابط المتشعبة "Hyper text Link" في برنامجها المعروف Hy percad سنة 1987 ، ثم طور باحثوا المركز الأوروبي للبحوث النووية CERN ذلك الإستعمال سنة1989 .[2]

وفي عام 1982 ظهر أول استخدام لعبارة انترنيت « Internet » مع ظهور أجهزة الخادم " سيرفرات Serers" لتخزين المعلومات وتسهيل الوصول إليها كما تطورت في هذه المرحلة شكل الحواسيب وظهور الحاسوب الشخصي في الوم أ .

1 خالد غسان يوسف المقدادي ، مرجع سبق ذكره ، ص 20.

2 مجد الهاشمي : **تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري** ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2012، ص 246.

في عام 1986 أنشئت المؤسسة الوطنية للعلوم الأمريكية الشبكة باسم Nefnet لربط المدارس والجامعات بشبكة الحاسوب ، وهي كانت العمود لاتصال الديل أب عبر خطوط الهاتف لربط الحواسيب ببعضها مع بعض ونقل البيانات عبر المووديم ذو 56 كيلو بايت بالثانية ،وفي نهاية تلك الفترة صار هنالك أكثر من 300ألف حاسوب مرتبطة بعضها مع بعض.[1]

- من عام 1990 إلى 2000.

تم تقديم مفهوم الشبكة العالمية الموسعة World Wid Web في بداية هذا القرن من قبل "تم لي " في مؤتمر جنيف ، مع مفهوم بروتوكول الانتقال من نص آخر مرتبط به « http » " وفي عام 1997 تم إنشاء أول شبكة حقيقية حيث سمحت بنشر المقالات والإعلانات ، كما أتاحت للمستخدمين إنشاء تشكيل جانبي وتكوين صداقات ، كما اعتمدت على نموذج الدوائر الاجتماعية مثل الفايسبوك وماي سبيس وفريندشر ، فقد كان تقسيم الشبكة وقتها أقرب من شكل مواقع التواصل الآن.[2]

تأسست الشبكة من قبل شركة أندرو فاينراش ، وكان مقرها في نيويورك وعمل بها 100 موظف ووصل الأعضاء المسجلين إلى 3500000 عضو ، أما في عام

1999 تأسست شبكة Live journal بواسطة براد فيتز باتريك حيث اعتمدت على نهج مختلف فكانت تتتبع إنشاء ملف تعريف ثابت للمستخدم وتشجع مستخدميها على متابعة نشاطات بعضهم البعض وإنشاء المجموعات والتفاعل.

1 خالد غسان يوسف المقدادي ، مرجع سبق ذكره، ص20.

2 مراحل تطور شبكات التواصل الاجتماعي www.arageek.com تاريخ التصفح 2016/03/06 على الساعة 21:06

- عام 2002.

تأسست عام 2002 شبكة تدعى Friendster على يد الكندي جوردان أونيل وما تزال واحدة من أنشط الشبكات التواصل الاجتماعي حتى الآن بعدد أعضاء يبلغ 15 مليون مستخدم أغلبهم من جنوب شرق آسيا.[1]

تقوم هذه الشبكة بالسماح للمستخدمين التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض ومشاركة الصور والرسائل والتعليقات وأشرطة الفيديو وحتى الألعاب.

كما سجل في هذا العالم جورجل محرك البحث الأول في العالم 3 بليون موقع في فهرسه.[2]

- عام 2003.

"يوجد 200 مليون جهاز مربوط على الشبكة العالمية ، وإطلاق أول موقع تواصل إجتماعي مخصص لتبادل الصور وإضافة الأصدقاء "[2] الذي سمي ماي سبيس Myspace الذي تأسس على يد كريس دي وولف وأندرسون توم ماي، حيث تميزت بتمكن مستخدميها بتخصيص المظهر وملفات التعريف الخاصة بهم تماما كما سمحت بنشر الموسيقى وتضمن ملفات الفيديو من مواقع أخرى وإنشاء مدونات خاصة.

كذلك تأسست في هذا العام شبكة HI5 في سان فرانسيسكو. وقد كانت حتى العام 2007 الشبكة الثالثة الأكثر انتشار في العالم بعد الفايسبوك وماي سبيس.

1 مراحل تطور شبكات التواصل الاجتماعي www.arageek.com تاريخ التصفح 2016/03/06 على الساعة 21:19.

2 خالد غسان يوسف المقدادي ، المرجع السابق ،ص 21.

- عام 2004.

في هذا العام ظهر على الشبكة العنكبوتية موقعين من أنجح المواقع الإجتماعية وهما الفايسبوك وتطور ماي سبيس ، ثم تم اعتبارهما من أكبر المواقع الإجتماعية على مستوى العالم نظرا لما قدمته من خدمات زادت فعالية التواصل بين الأفراد ... ويمكن من خلال هذه المواقع تبادل الملفات الصوتية والمرئية والروابط ولا تنسى المراسلات الشخصية وخدمات الدردشة وعرض الملفات الشخصية.[1]

- من 2004 – إلى وقتنا الحالي :

بدأت هذه الشبكات الإجتماعية تتزايد بأشكال متعددة وتركيبات متنوعة فيما يتعلق بالصفحات الشخصية مع التوضيح العلني لقائمة الأصدقاء، فتجسدت ملامح مواقع الشبكات الإجتماعية وتوالت بعد ذلك في الظهور حيث ظهر Flicker , Twitterو اليوتيوب وغيرها من المواقع لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع والتطور ، بحيث صارت صوت العالم الذي ينطق بلغاته المتعددة.

1 – وسام عبدي ، سمية يحي هلالي ، المرجع السابق ، ص 68.

المبحث الثالث : خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.

تتمتع مواقع الشبكات الاجتماعية بمجموعة من الخصائص تميزها عن باقي التطبيقات والمواقع الموجودة في شبكة الانترنيت، ومن أهم هذه الخصائص مايلي:

- **التفاعلية Interactivité:** تسعى مواقع الشبكات الاجتماعية منذ ظهورها إلى تحقيق التفاعلية وتجسيدها بين مستخدميها لضمان الاستمرارية والتطور حيث تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور ويطلق على ممارستهم الممارسة التبادلية أو التفاعلية.(1)
- **التعريف بالذات:** من خلال الملفات الشخصية التي هي عبارة عن صفحة خاصة لكل مشترك تحتوي على ملفات أساسية عنه مثل : العمر ، تاريخ الميلاد ، البلد ، أبرز الاهتمامات ، .... بحيث من خلال هذه الصفحة يمكن مشاهدة نشاطات الشخص وأيضا التعرف على قائمة أصدقائه كذلك يعرف عن نفسه من خلال النص ، الصورة ، الصوت ، التعليقات ، الفيديوهات والموسيقى وغيرها من الوظائف الأخرى.(1)

- **تكوين مجتمع افتراضي:** تسمح مواقع التواصل الاجتماعي للأفراد خلق صداقات يتبادلون فيها الاهتمام والمحتوى بحيث تسمح للمجتمعات المحلية

---

1 خالد غسان يوسف المقدادي ، مرجع سابق، ص 27.

1 خالد غسان يوسف المقدادي ، مرجع سابق، ص 28.

تشكيل مواقعها الخاصة والتواصل بسرعة و بشكل فعال ومن ثم يرتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي ، أو قضية سياسية ، أو للتعلم أو برنامج تلفزيوني ، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا"(1)

- **سهولة الإستخدام:** من بين الأمور التي تساعد بشكل كبير في انتشار الشبكات الاجتماعية هي بساطتها لذا أي شخص يملك مهارات أساسية في الانترنيت يمكنه خلق وتسيير موقع شبكة اجتماعية ، فمن قبل كان بإمكان الأشخاص الحصول على التواجد عبر الشبكة من خلال الحصول على صفحات شخصية ولكن المشكل كان صعوبة خلق هذه الصفحات وتطويرها واستضافة الموقع غالبا ما يتحمل التكاليف ، في حين أن الشبكات الاجتماعية مجانية ومفتوحة أمام الجميع فأغلبيتها تتيح للأشخاص التسجيل في مواقع أخرى من خلال إرسال دعوة من طرف أعضاء سابقين في الموقع(2)
- **الترابط Connectedness** : تتميز مواقع الشبكات الإجتماعية بأنها 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 على الفايسبوك وهكذا ، مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات .

---

1 خالد غسان يوسف المقدادي: مرجع سبق ذكره ، ص 27.

2 نريمار نورمار مريم ، مرجع سابق ، ص 53.

- **الاهتمام:** تتميز مواقع الشبكات الاجتماعية بتقديم خدمات متطورة تهم الأفراد وتجعلهم ينجذبون إليها ويهتمون باستخدامها بحيث تبني من خلالها مصلحة مشتركة مثل الألعاب، الموسيقى، سوق المال، السياسة ، الصحة والشؤون الخارجية وغيرها.
- **الشيوع أو الانتشار Ubiquity:** أي الانتشار المنهجي لنظام وسائل مواقع الاتصال الاجتماعي حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع وكل وسيلة أو خدمة في هذه المواقع تظهر في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها، كذلك أصبح الاتصال بأي مكان في العالم سهلا جدا وممكنا.
- **الفورية :Immediacy** ألغت مواقع الشبكات الاجتماعية الحواجز المكانية، إذ يتم الاتصال بشكل فوري بغض النظر عن مكان المرسل أو المستقبل بحيث لا تلحظ عند اتصالك بأصدقاء وأشخاص آخرين من مناطق بعيدة أنك قد استغرقت وقتا. (1)

1 علي بن عبد الله عيسري : **الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للإنترنيت** ، مركز البحوث والدراسات جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض ، 2004 ، ص23.

المبحث الرابع : مميزات شبكات التواصل الاجتماعي

تتصف مواقع الشبكات الاجتماعية بمجموعة من المميزات التي تميزها عن غيرها من المواقع الأخرى ، حيث اكتسبت هذه المميزات من السمات والمميزات الخاصة بتقنيات الجيل الثاني للويب عامة ، فجعلت من المستخدم منتجا للمحتوى معدا له ، كما أتاحت له في الوقت نفسه المشاركة في المحتوى الذي أعده الآخرون و مكنت كل مستخدم من المساهمة بما يشاء من ملفات مصورة ومكتوبة أو مبرمجة ، وجعلت من صفحة كل مستخدم سبورة يكتب عليها ما يشاء وما يكتبه على تلك الصفحة يشاهده الأصدقاء في الوقت نفسه ، فعالم التواصل الاجتماعي غير الكثير في أسلوب التواصل والمعرفة وطريقة عرضها ، وجعل الإنسان في اجتماع مستمر وهو في غرفة منزله.

ومن أهم مميزات مواقع التواصل الاجتماعي نوجزها في العناصر التالية:

- **المستخدمون هم من يصنعون المحتوى:** "المحتوى قد يكون له أكثر من صورة ، فهو محتوى نصي في الكثير من الشبكات ، وهو كذلك محتوى صوري كما في موقع فليكر ، وهو محتوى صوتي كما في ساوند كلاود وهو هيئة فيديو كما في اليوتيوب....تلك الشبكات الاجتماعية متخصصة في نوعية محددة من المحتوى"[1] لكن طبعا لا يمنع أن يكون هنالك بأشكال أخرى للمحتوى.

1 دون كاتب للمقال ، تعريف شبكات التواصل الاجتماعي www.tech-wed.com/wd/2015/03/02/ تاريخ التصفح 2016/03/03على الساعة 12:30 مساء

- "المحتوى في شبكات التواصل الاجتماعي مصنوع من قبل المستخدمين أنفسهم ليس من قبل المطورين أو ملاك الشبكة الاجتماعية ، لا يستطيع صاحب الشبكة الاجتماعية أن يضيف المحتوى إلى الشبكة إلا بصفته مستخدم ، لذلك عندما يقوم أحدهم ببناء شبكة اجتماعية جديدة فإنها في البداية تكون فارغة من المحتوى"[1]
- مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بحركة ديناميكية من التطور والانتشار واستقطابها لعدد كبير من البشر بكافة الأعمار والأجناس والتوجهات والاتجاهات السياسية والاجتماعية والثقافية.....تتبادل فيها المعلومات والبيانات والأفكار والآراء.
- **الصفحات الشخصية Profiles** : البروفيل (Profile) هي الصفحة التي تمثل الفرد أو المؤسسة داخل الشبكة الاجتماعية ، فكل مستخدم يجب أن يكون له صفحة شخصية تمثله ، هذه الصفحة الشخصية سيتم الاعتماد عليها عند إنشاء المحتوى وبناء العلاقات داخل الشبكة ، النظام الذي يدير شبكة التواصل الإجتماعية لايعرف من هو الشخص الذي يجلس خلف شاشة الحاسوب ولا يتعامل معه إنما يتعامل مع الصفحة الشخصية فهذه الصفحة

هي الوسيلة بين الشبكة و المستخدم ، فالمستخدم يمكنه أن يقوم بالكتابة والتفاعل مع الآخرين والتواصل معهم عبر هذا البروفايل.[2]

- **حرية النشر** : وهي ميزة تتمتع بها مواقع الشبكات الاجتماعية ، أي يمكن لأي مستخدم أن يكتب عن منتجاته وتسويقها كما يمكن الكتابة عن سياسة البلاد وانتقادها بحرية وإبداء الرأي بشفافية ودون خوف من الرقابة.
- تساعد عددا كبيرا من الناس الذين لا يحبذون الظهور والإختفاء وراء شبكات التواصل الاجتماعي ليعبروا عن أفكارهم وآرائهم ومعتقداتهم.

---

[1]www:Tech-wed.com/wd/2015/03/02 تاريخ التصفح يوم 2016/03/03 على الساعة 12:30 مساءا

2 وسام عبدي ، سمية يحي هلالي : **تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجزائري** ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الليانس ،تخصص اتصال وعلاقات عامة ،الجزائر ، 2012/2011 ، ص 75.

المبحث الخامس : أهم شبكات التواصل الإجتماعي

1-موقع الفايس بوك facebook.com

يعرفه قاموس الإعلام والاتصال dictionary of media communication على أنه " موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 و يتيح نشر الصفحات الخاصة Profiles وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص"[1]

إذن من خلال التعريف كان بداية الموقع كفكرة بسيطة لأحد طلبة جامعة هارفارد وتحول إلى موقع من أكبر مواقع الإنترنيت هذه الأيام بحيث وصل عدد أعضاءه في فبراير 2010 عدد مستخدميه إلى 400 مليون ، وتم إطلاق نسخة تجريبية Betaل Face book question بحيث وصل به في شهر يوليو عدد مستخدمي الفايسبوك إلى 500مليون.

انطلق الموقع في 4 فبراير 2004 بمسمى "The facebook.com" في جامعة هارفار ، انتقل المركز الرئيسي للموقع إلى بالو ألتو كاليفورنيا في يونيو 2004 في ديسمبر وصل عدد مستخدميه مليون مستخدم ، وفي عام 2005 أصبح يسمى facebook.com بحيث أضيفت له الصور كتطبيق وفي عام 2006 تعاون

مع مايكروسوفت وأطلقت الملاحظات "Notes" وحسن من الخصوصية في الفايسبوك ، وفي سبتمبر 2006 فتح التسجيل للجميع ووصل عدد المستخدمين في ديسمبر 2006 إلى 12 مليون.[2]

1 Marcel Danesi: Dictionary of media and communication.Me shrpe ,new York , 2009, p117.

2 مفهوم الفايسبوك www.aun.edu.eg/ تاريخ الإطلاع يوم 2016/03/06 على الساعة 22:02

إذن أصبح الفايسبوك واحدا من أهم مواقع التواصل الإجتماعي ، وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها مايشاء.[1]

ويتكون الموقع من مجموعة الشبكات تتألف من أعضاء وتصنف المجموعات على أساس الإقليم ، ومكان العمل ، والجامعة ، والمدرسة وبإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات ثم يبدأ بالتصفح واختيار مجموعة للاشتراك فيها.

داخل المجموعات هناك مساحة للتحاور ، والتعليقات إضافة إلى وجود نتيجة الشهر التي تدون فيها أهم الأخبار التي يهتم بها المشتركون في المجموعة بدءا من الأحداث القومية أو المحلية ، حتى أعياد ميلاد الأعضاء ، كما توجد مساحة لإعلانات البيع والشراء الخاصة بالأعضاء ، ولكل عضو مساحة يضيف فيها صوره الشخصية إلى جانب وجود مدونات مرتبطة بالموقع ، ويهدف الموقع بشكل عام إلى إتاحة التعارف بين الشباب.[2]

* إحصائيات موقع الفايسبوك في الجزائر: كشف موقع socialbacker.com أنه ومع بداية عام 2012 سجلت في الجزائر نسبة ارتفاع دخول للفايسبوك قدرت ب 8.20%مقارنة بعدد السكان ي الجزائر وب 60.32%النظر إلى مستخدمي

الإنترنيت. حيث بلغ عدد مستخدمي" الفايسبوك " مليونين و835 ألفا ، وأشار ذات الموقع أن عدد الذكور الجزائريين الذين يستخدمون" الفايسبوك" أكثر من عدد الإناث 32% [3] .

[1] عباس مصطفى صادق : **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات** ، دار الشروق ، د ب ،2008 ، ص218.

2 عبد الرزاق محمد الدليمي : **الإعلام والصحافة الإلكترونية** ، دار وائل للنشر ، الأردن، ، 2011، ص183.

3 تاريخ الإطلاع 24 جانفي 2012 من Socialbackers.com

أما إحصائيات استخدام" الفايسبوك "حسب السن فكشف نفس الموقع أن الإستخدام الأكبر كان لفئة من 18إلى 24 سنة فيما تتفاوت النسب بين بقية الفئات العمرية، كما يوضح ذلك المخطط أدناه".إحصائيات 19 "جانفي2012 .

2 – موقع التويتر Twitter:

معنى كلمة تويتر : كلمة Twitt هي تعبير عن صوت ، وهو صوت العصفور، إذن فأنت حينما تتوت أنت تغرد ، ويمكن القول أن تويتر = المغرد[1]

موقع التويتر هو موقع مواقع الشبكات الإجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات Twitts عن حالتهم بحد أقصى 140 حرفا للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع التويتر أو إرسال رسالة نصية قصيرة sms أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفايسبوك وTwiBird ، تظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني وخلاصة الأحداث Rss.[2]

يعرف أيضا على أنه أحد المواقع الإجتماعية الإلكترونية على شبكة الإنترنيت www.Twitter.com والتي تهدف إلى ما يسمى بالتدوين المصغر micro

blogging ، ويعمل موقع تويتر كلوحة إعلانات كبيرة (شبكة إجتماعية) يستخدمه الأفراد في نشر مدوناتهم.[3]

وعليه تويتر عبارة عن موقع تشبيك اجتماعي يوفر مجالا لمستخدميه للتواصل والمشاركة المعلومات والتفاعل فيما بينهم عن طريق معرفة أخبار بعضهم البعض المستمرة والمتواصلة.

ظهر موقع التويتر منذ أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة obvious الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو ، وبعد ذلك بدأ الموقع في الإنتشار كخدمة جديدة على الساحة عام 2007 من حيث تقديم التدوينات الصغيرة ، وفي أفريل 2007 قامت شركة obvious بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم تويتر twitter ، ومع ازدياد محرك جوجل للبحث بدأ يظهر ضمن نتائجه تدوينات التويتر كمصدر للبحث اعتبارا من 2009. [1]

لم يتوقف الموقع عند اللغة الإنجليزية بحيث تم إطلاق نسخة باليابانية في 2008. وقد بدأت شعبية تويتر بعد أن نال جائزة مهرجان جنوب في جنوب غرب المنظم بتكساس ولاق استحسان الأفراد والعديد من الشركات العاملة في مجال الإعلام والإنترنيت، وإن لم يسلم من النقد والسخرية .

ومن مميزات التويتر:

- يقدم خدمة مجانية تتيح لك إرسال رسائل لأصدقائك ومتابعيك أيا كان عددهم مرة واحدة ، وبمجرد إرسال الرسالة يظهر لديهم تنبيه على أجهزة الموبايل أو على الكمبيوتر وبالمقابل لو أرسل أصدقاؤك رسائل عبر التويتر ستظهر لديك فتبقى على إطلاع دائم بما يقولون ويبقون على إطلاع دائم بما تقول .[2]
- سهل وسريع : فبمجرد إدخالك لبريدك الإلكتروني وتسجيل اسمك واسم الإستخدام وكلمة السر الخاصة بك ، تصبح مشتركا بالموقع ، وتستطيع

---

1 مفهوم التويتر، تاريخ التصفح يوم 2016/03/07 على الساعة 12:00 www.education.owno.com

2 خالد غسان يوسف المقدادي ، مرجع سابق، ص38.

3 الموسوعة المفتوحة ويكيبيديا http.ar.wikipedia.org/wiki. تاريخ التصفح 2016/03/07 على الساعة 17:47

عندئذ أن تبدأ بتدوين وإرسال الرسائل القصيرة عبر الموقع أو من هاتفك المحمول إن كان يدعم تقنية الإرسال عن بعد...[3]

---

1 خالد غسان يوسف المقدادي ، مرجع سابق ، ص 38.

2 وسام عبدي، سمية يحي هلالي ، مرجع سبق ذكره، ص108 .

3 خالد غسان يوسف المقدادي_، مرجع سابق ، ص39.

إذن هو طريقة سريعة لسؤال الأصدقاء عن الأحداث والمواعيد ومشاركة ومتابعة الأخبار الهامة ومتابعة المشاهير والشخصيات الهامة.

- يعتبر موقع التويتر موقع للتواصل الشخصي ، فيمكنك تدوين ما شاء على هذا الموقع فالمبتغى هو التواصل على صعيد شخصي كما يمكن متابعة التويتر الأخرى والحصول على المعلومات التي قد لا تعرفها إلا من خلال الموقع ، وعادة ما يرسل الناس وصلات لمقالات أو مدونات أو تسجيلات فيديو.
- الفورية: فالتدوين الفوري هو من ميزات أو من الخصائص المميزة لموقع تويتر ، فمن أي مكان تستطيع أن تراقب الحدث وتبدي رأيك فيه فورا وترسل تعليقك إلى الملايين في العالم أجمع ، ولا تنسى تأثير هذه الخاصية في نقل التصريحات والأخبار العاجلة والفورية، وهو ما تستعمله القنوات الإخبارية الخاصة والرسمية اليوم في الغرب وفي الوطن العربي على حد سواء.[1]
- شعار مميز unique badge : يوفر التويتر إمكانية تحميل صورة خاصة لشعار يميزك عن الآخرين عند التدوين ، ويسمح بأن يكون هذا الشعار صورة عادية أو بلغة برمجة مثلhtml أوjava ، مما يعطي طبعا شخصيا وموثقا مع كل تدوينة.

1 خالد غسان يوسف المقدادي ، مرجع سابق ، ص39.

ومن مميزات التويتر الأساسية خاصية التتبع أي أن تتبع مدون معين على الموقع لكي تصل لك تدوينا ته أولا بأول ، وكذلك يمكن للغير أن يتبعوك بمجرد الضغط على الزر التتبع ، ومع الفترة يصبح لك شبكة معارف ومتتبعون خاصون بك لهم اهتماماتك نفسها وبجمع بينكم هموم مشتركة.[1]

إذن موقع التويتر يعتبره المطورون أنه يمتلك إمكانيات لا حدود لها ويستفيدون من هذه المدونة في البرمجة والتطبيقات ، وكل يوم هناك جديد وتشويق وتطوير لهذا الموقع.

1 خالد غسان يوسف المقدادي: ، مرجع سبق ذكره ، ص41.

3 – اليوتيوب youtube:

هناك جدل كبير واختلاف حول الآراء على موقع اليوتيوب إن كان عبارة عن شبكة إجتماعية أم أنه موقع إلكتروني ولكن يمكن جعله أو تصنيفه نوع من أنواع الشبكات الإجتماعية لاشتراكه في عدد من الخصائص التي تتميز بها الشبكات الاجتماعية.

إذن موقع اليوتيوب موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني ، وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها.[1]

تأسس اليوتيوب كموقع مستقل في الرابع عشر من فبراير من عام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي تشاد هيرلي والتايواني تشين والبغالي باود كريم الذين يعملون في شركة pay pal المتخصصة في التجارة الإلكترونية بيد أن جاود كريم ترك رفقاءه للحصول على درجة علمية من كلية ستانفورد ، ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور " اليوتيوب" الذي نراه اليوم للثنائي الآخرين اللذان نجحا في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي.[2]

يعد الفيديو المرفوع من قبل جاود كريوم بعنوان " أنا في حديقة الحيوان" بالإنجليزية meat the zoo، يعد أول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب أهم شبكات التواصل الإجتماعي.

---

1 خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سبق ذكره ، ص43.

2 نريمان نومار مريم ، مرجع سابق ، ص 64.

موقع اليوتيوب عبارة عن موقع يتيح إمكانية بث مقاطع فيديو مسموعة أو مرئية ، ويمكن حتى تحميلها ومشاهدتها ، وهناك عدة مواقع مشهورة جدا لدرجة أنها أصبحت تبيع مقاطع من مضامينها لوسائل الإعلام بل وحتى هذه الأخيرة تقوم ببث برامجها عبر هذه المواقع .[1]

كانت مدة اليوتيوب بتاريخ 23 إبريل 2005 تبلغ مدته 19 ثانية ومنذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الأفلام القصيرة ، وشاهدها الملايين من أبناء المعمورة وبكل اللغات ، ليصبح الموقع الأكثر مشاهدة على الإنترنيت ولتشتريه شركة جوجل عام 2006 وتضمه لها .[2]

يقوم موقع اليوتيوب على فكرة مبدئية هي " بث لنفسك أو ذع لنفسك" broadcast you self يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى ، وهو يعتبر أهم مكان في شبكة الإنترنيت للمشاركة في الفيديو الجاني الشعبي ، إذ تحمل عليه يوميا أفلام من صنع الهواة من حول العالم بعضها تم تصويره بكاميرا جهاز الهاتف المتحرك لنقل حدث ما غريب أو مضحك أو مثير ، وكثير منها تم إنتاجه لدواع فنية أو سياسية أو إجتماعية أو جمالية أو حتى لإيصال رسالة شخصية حول مسألة ما تهم منتج الفيلم ، ويتضمن الوقع أنواعا لا حصر لها من كليبات الفيديو التلفزيونية

والأفلام الغنائية المصورة ومدونات الفيديو اليومية أو ما يطلق عليها الفيديو بلوغين vedeoblogging .[3]

1 الموسوعة المفتوحة ويكيبيديا :http://ar/.wikipedia.org/wik تاريخ التصفح 2016/03/07 على الساعة 19:05 .

2 نريمان نومار مريم ، مرجع سبق ذكره، ص 64.

3 عباس مصطفى صادق: **الإعلام الجديدي المفاهيم والوسائل والتطبيقات** ، دار الشروق ، عمان ، 2008 ص216.

ويعمل اليوتيوب وفق المنظومة التالية:(1)

- يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم، وتصفح الملايين المقاطع الأصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الأعضاء.
- العثور على جماعات فيديو والإلتحاق بها وتسهيل الإتصال مع من لديهم الإهتمامات نفسها والإشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء وحفظ المقاطع المفضلة ووضع قوائم تشغيل المقاطع.
- دمج مقاطع الفيديو الخاصة ب " اليوتيوب " مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة وأيضا جعل مقاطع الفيديو عامة أو خاصة .
- يستطيع المستخدمون اختبار وعرض مقاطعهم بشكل عام أو بمشاركة أصدقائهم وعائلاتهم فيها بصورة خاصة عند التحميل.
- يحتوي الموقع على المقاطع والأحداث الحاصلة على أعلى تقييم والتي تحظى بأكبر قدر من النقاش والأكثر تفضيلا والأكثر اتصالا بمواقع أخرى.
- تصنف أيضا مقاطع الفيديو إلى أبواب مختلفة من الكوميديا والفن والرسوم المتحركة إلى العلوم والتكنولوجيا.

وتخضع خدمات اليوتيوب لعدد من الشروط:[2]

- أن لا يكون للأفلام حقوق نشر محفوظة من دون إذن صاحب العمل.
- ألا يسمح الموقع بنشر الأفلام الإباحية.
- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تشجع على الإجرام.

---

1 إبراهيم بعزيز : **تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية**_ ، دار الكتاب الحديث ، الجزائر 2011، ص174.

2 عبد الرزاق محمد الدليمي ، مرجع سابق ، ص 195.

- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تسيء لشخصيات معينة أو الأفلام الفاضحة أو الإعلانات التجارية.
- الملفات المرفوعة للموقع لا تزيد عن 1 جيغا بايت.

إذن التطور الهائل في تكنولوجيا الإتصال وخاصة مواقع الشبكات الإجتماعية غيرت أنماطا عديدة في حياة الأفراد ، فكل موقع أو شبكة اجتماعية تحاول إغراء وجذب مستخدميها من خلال الخدمات التي تقدمها لهم ومحاولة تطوير وتحسين شبكاتها بشكل مستمر ومتواصل هذا ما أدى إلى انغماس الأفراد في استخدام هذه الشبكات وعدم القدرة على التخلي عنها إذ أصبحت ضرورة لا يمكن الإستغناء عليها في حياتهم اليومية، لما تقدمه من متعة وخدمات فريدة تعمل على تسهيل الحياة وزيادة التشويق .

الفصل الثانـي

المبحث الأول: مفهوم الاتصال الشخصي

برز الاهتمام بدراسة الاتصال الشخصي في منتصف الستينات وبداية السبعينات من هذا القرن، حيث أصبح يمثل موضوعا حيويا، وكان جيرالد هيلر R.Miller Gerald من أوائل الباحثين الذين اهتموا بدراسته من الناحيتين التربوية والعلمية، وبدأت الدراسات بالاهتمام بالاتصال الذي يتم داخل الإطار الأكاديمي خلال الأحاديث بين الأساتذة وبعضهم وبينهم البعض والتي تحدث في الجماعات الصغيرة (وتتخللها علاقات الوجه بالوجه) وتشمل على الصراحة والمواجهة.

ثم تحول الاهتمام من الإطار الأكاديمي للاتصال إلى الحوارات الخاصة داخل الجماعات الصغيرة خارج الإطار الأكاديمي، مع التركيز على الهدف من الاتصال، وقد تضمنت اهتمامات الباحثين العلاقة الاتصالية بينهم وبين معارفهم، أو العلاقة الاتصالية مع أصدقائهم المقربين وشركائهم ، ومن ثم بدأ الاهتمام بالأسس التطبيقية لقياس تلك الأشكال الاتصالية القائمة على التفاعل وكان الاهتمام بدراسة الاتصال الشخصي، قد ظهر في منتصف الأربعينيات عندما ظهرت نتائج الدراسة التي أجراها بول لازرزفيلد عام 1945 واستمرت لمدة عقد كامل، وظهرت نتائجها عام 1955 في كتاب مع كاتر بعنوان التأثير الشخصي.

تمثلت أهمية الدراسة في التركيز على أهمية الدور الذي تقوم به الجماعات وتأثيرها القوي على الفرد وبعد أن تيقن أن الرسائل في تحركها من المصدر إلى الجمهور وتمر عبر مرحلتين وليس مرحلة واحدة، وأن العلاقات الاجتماعية تمثل عاملا مهما ورئيسيا في سلوك الأفراد، منذ ذلك الوقت تأكد دور الاتصال الشخصي داخل الجماعات التي ينتمي إليها الفرد، وبات الفرد يحصل على معلومات ومعارفه من خلال جماعته التي ينتمي إليها ومن قادة الرأي في جماعته، وذلك بعد أن ساد الاعتقاد لفترات طويلة منذ بداية القرن العشرين وحتى الثلاثينات أن لوسائل الاتصال الجماهيري تأثيرا قويا ومباشرا في تشكيل آراء واتجاهات المستمعين وتغيير عاداتهم الحياتية وهو ما عرف بالتأثير الفوري أو الطلقة السحرية إلى أن بدأت الدراسة الخاصة بالسلوك الانتخابي للرئاسة الأمريكية 1948/1940 بواسطة لازرزفيلد وبيريلسون perelson وآخرين 1954، والتي تبين فيها أهمية الاتصال بين الأفراد والجماعات، ثم ماثلاها من دراسات مثل دراسة هوفلاند 1950 عن الجنود الأمريكيين وغيرها من الدراسات التي أجريت في مناطق متفرقة وأمدت بحوث الاتصال بالنظرة الموضوعية عن محدودية تأثير وسائل الاتصال وحدود فاعليته، والتي تأكدت أيضا بمزيد من البحوث الاجتماعية والسياسية في عقد الستينات ، واستمر الاهتمام بدراسة الاتصال الشخصي في الجامعات ، والمراكز البحثية المختلفة.

ويرجع البعض دوافع الاهتمام بدراسة الاتصال الشخصي إلى:

1- اكتشاف انجح أساليب الدعاية في الحملات الانتخابية
2- خدمة الحملات الإعلانية
3- دراسة أساليب الدعاية
4- دراسة أساليب تكوين الرأي العام في الاتحاد السوفييتي (سابقا)

أما عن أسباب الاهتمام بدراسة الاتصال الشخصي تاريخيا فترجع كما يذكر جيرالد إلى مجموعة من الأسباب الاجتماعية والسياسية التي سادت في المجتمع ويرجع أهمها إلى:

حالات القلق والاضطراب الذي أصاب المجتمع الأمريكي أثر التحركات التي قام بها البعض خاصة الشباب ، للمطالبة بالحقوق المدنية الخاصة بهم 1960 اثر مشاركة الدولة في حرب فيتنام، والتي استمرت طويلا وأثارت لدى الشباب، وبصفة خاصة المثاليين منهم. المقت والكره الشديد للرسائل الخادعة التي تثبتها وسائل الاتصال الجماهيري، مما أبرز لديهم الاهتمام بالتنمية الذاتية والإدراك والوعي الشخصي، وانسحب ذلك إلى الاهتمام بالاتصال الشخصي كنوع من التعبير عن الأصالة الذاتية، بعيدا عن الخداع الاقناعي الذي كان يبث من وسائل الإعلام في تلك الفترة.

بدأ الاهتمام بدراسة الاتصال الشخصي داخل أقسام الاتصال بالجماعات المختلفة وكان الاهتمام به خارج الجامعات قد تزايد أيضا، وصدرت بعض المؤلفات الخاصة مثل مؤلفات (Me Grosky larson and Griffin and patter 1941 . knapp.Kaltner 1970) .

ظهر الاهتمام بالاتصال أيضا من خلال اهتمام الجمعيات العلمية والمهنية لدراسة علوم الاتصال على تحديد مجالات معينة للدراسة، مما أوضح الاهتمام المتصاعد يتعلم ودراسة عمليات الاتصال الشخصي، وأيضا ظهر الاهتمام من خلال البرامج الخاصة بالمؤتمرات واللقاءات العلمية التي تتناول ظواهر الاتصال الشخصي، والتي أصبحت هي القاعدة بعد أن كانت من قبيل الممارسات الاستنتاجية، فعلى سبيل المثال عقد في برلين الغربية 1972 بعض البرامج التدريبية الخاصة بالاتصال الشخصي بالاتفاق مع الجمعية العالمية للاتصال، وتمت في هذا

البرنامج مناقشة الكثير من البحوث والأوراق التي تم نشرها في الدورية الرئيسية للجمعية، وكانت جميعها عن الاتصال الشخصي وعملياته، مما أكد على أن الاتصال الشخصي أصبح يمثل ركنا أساسيا في الدراسات الجامعية، إلى جانب ما تم عقده من لقاءات وحلقات دراسة سمنار مدعما من جمعية الاتصال اللفظي حيث عقد لقاء بجامعة ميتشجان Michigan state university ، والآخر تم عقده في جامعة نورث وبيسترنNorth Western university

وفي السبعينيات تم طرح بعض المعالجات النظرية المبتكرة عن المفاهيم في مجال الاتصال الشخصي .[4]

ويمكن تعريف الاتصال الشخصي بأنه "يتم بين شخصين أو أكثر وجها لوجه، ولهذا يسمى أيضا (الاتصال المواجهي) ، وهو في إطاره العام يمثل أشكالا مختلفة من المقابلات واللقاءات الشخصية بين اثنين أو أكثر بشكل مباشر دون اللجوء إلى استخدام وسائل الاتصال المختلفة ، وهذا النوع من الاتصال يحدث يوميا ويمكن أن يكون بين الأفراد أنفسهم أو بين الأفراد والآلة كما تحدث في الاتصال بين الاتصال والحاسوب أو بين السائق وإشارة المرور"[5] ويمكن تعريفه أيضا بأنه (2) "الاتصال الذي يتم بين مرسل ومستقبل وجها لوجه مثل المحاضرات والمقابلات والندوات والحوارات والزيارات ، انه أكثر الاتصال تأثيرا وإقناعا للأسباب التالية: (3)

- يسير في اتجاهين من المرسل إلى المستقبل ومن المستقبل إلى المرسل.
- يتسم بحضور الحواس الانسانية من سمع ، بصر ، ذوق وشم ولمس.

- فؤادة عبد المنعم البكرى، **الاتصال الشخصي**: عالم الكتب ،القاهرة، ط2، 2005 ، ص 29.[4]

[2] - .ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، **الاتصال والعلاقات العامة** : دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 88.

3 – أبو عرقوب إبراهيم ، **الاتصال الانساني ودوره في التفاعل الإجتماعي :** دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ، عمان ، ط4 ، ، د س، ص 12.

- وجود المرسل والمستقبل في نفس الزمان والمكان مما يشجع على التعرف بينهما.
- تساعد على الحوار بين المرسل والمستقبل .
- عملية ضرورية وأساسية لتقوية العلاقات الإنسانية بين الناس والأفراد والجماعات والمؤسسات والشعوب ولا يمكن لأمة من الأمم أن تعيش دون استخدامه مهما تقدمت في تكنولوجيا المعلومات.

ويعرف جيرالد ميلر الاتصال الشخصي على أساس سياق الموقف الذي يحدث فيه الاتصال فيعرفه بأنه جلسة تعقد من عدد صغير نسبيا من القائمين بالاتصال (غالبا ما يكون شخصين) ويتوافر فيه اتصال الوجه للوجه والحد الأقصى من قنوات الإحساس، مع وجود الفرص المتاحة لحدوث رجع الصدى السريع.

ويقدم فيليب تومبكتر تعريفا للاتصال الشخصي في المقابل للاتصال الجماهيري والأحاديث العامة بتأكيد أن الدور الخاص بالأداء وبالجمهور لم يتم التخطيط لهما بشدة.

أما وليمامسن وسميث فقد قاما بتعريف الاتصال الشخصي من خلال تحليل عناصر المصطلح فذكرا أن Inter تعني بين، نعني أن الاتصال يحدث بين الناس عادة ولكن يتضح المعنى يتطلب هذا موقف اجتماعيا أو سياقا والوحدة الاجتماعية المصغرة لذلك هي فردين dyad أو الزوجين، وكلمة person كما يذكر الباحثان اشتقت من اللفظة اللاتينية persond وتعني قناع أو تتكر mask كما نعني كلمة person أو persona في النظريات الاجتماعية المعاصرة مفهوم الدور سواء كان هذا الدور هو الدور الاجتماعي أو الدور النفسي، وهو الدور الذي يقوم به الناس عادة في رأي موقف من المواقف الاجتماعية وتعني كلمة الدور في نظريات التفاعل الزمني الدور الاجتماعي المرسوم أي مجموعة السلوكيات الخاصة والمرتبطة

بمجموعة من الوظائف الخاصة داخل المجتمع، ويمكن للشخص أن يقوم بدور الأب والابن والمدرس، أو تقوم الأم بدورها إلى جانب دورها كابنة أيضا وهكذا .

يعرف ميرتون merton الاتصال الشخصي بأنه " اتصال يتضمن مواجهة مباشرة بين القائم بالاتصال والمتلقي تؤدي إلى التغيير في سلوك المستقبل واتجاهاته."(1)

تعرف الموسوعة الحرة ويكيبيديا الاتصال الشخصي : "عملية تتم بين الفرد والأخر بشكل يومي تكون مباشر او غير مباشر و تكون بين الفردين بينهم علاقة غير رسمية و يكون التواصل عن طريق كلمات , إشارات او حركات"(2).

والوظيفة الاجتماعية للدور من إعداد المجتمع أو من وضع أفراد هذا المجتمع وتختلف مكونات هذا الدور من مجتمع لآخر، والدور له معنى سيكولوجي نفسي أيضا ، وهذا المعنى النفسي يؤسس ويقام على المعنى الاجتماعي، ويشير إلى الاتجاهات المفترض تحقيقها في دور معين (فعلى سبيل المثال قد يكون الشخص مدرسا حازما، ولكن أحيانا شارد الذهن عطوفا منعزلا) فكل اتجاه من هذه الاتجاهات

يشير إلى وضع نفسي معين ويترجم الدور الذي يقوم به الشخص إلى سلوك مرتبط بالآخرين، والدور هنا يعني المعنيين: المعنى النفسي والمعنى الاجتماعي الذي سلكه وتبناه الشخص في تفاعله مع الآخرين ونحن عندما نحلل الاتصال الشخصي لشخص ما فنحن نحلل الدور الاتصالي لشخص له أدوار سيكولوجية وأدوار اجتماعية (كما في المثال) فالمعاني تعتمد على الشخص person أو القناع أو الأدوار الخاصة التي يقوم بها الناس خلال مواقف معينة .

والاتصال الشخصي يمتاز بتعديل الرسائل المتبادلة على ضوء رجع الصدى من المستقبل إلى المرسل، كما يتميز بوجود الطابع المواجهي وصفة التخاطب .

1 – عاطف عدلي العبد،**المداخل الاساسية لدراسة علم الاتصال** : الجزء الأول ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة 1988 ، ص83.

2 – الموسوعة المفتوحة ويكيبيديا ، https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D تاريخ التصفح 2016/05/02 على الساعة 16:30

وبناءا على ما تقدم من تعريفات يمكن تحديد الاتصال المباشر في أنه الاتصال الذي يتم وجها لوجه بين مرسل ومستقبل، سواء كان هذا المستقبل فردا أو جماعة صغيرة، وأهم ما يميز هذا الاتصال هو التواجد الشخصي للمرسل والمستقبل والأثر المتحقق من هذا التواجد. [1]

أما محمد عودة فيعرف الاتصال الشخصي في شكله بأنه :" عملية تبادل المعلومات والأفكار التي تتم بين الأشخاص دون عوامل أو قنوات وسيطة، وفي هذه العملية يمثل أحد الشخصين دور المرسل، بينما يمثل الآخر المستقبل."(2)

كذلك الاتصال الشخصي "هو الذي يحدث بين فردين متفاعلين فيما بينهما كأن يتبادلا التحيات أو يدخلا في مناقشة ، ويمكنهما تعديل الرسالة ، أو قبول الأفكار الواردة فيها أو رفض مضمونها".(3)

كما يقصد بالاتصال الشخصي "العملية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والأفكار والاتجاهات بين الأفراد بالطريقة المباشرة وجها لوجه وفي اتجاهين ودون قناة وسيطة حيث يصبح المرسل والمستقبل على اتصال ببعضهما وجها لوجه وفي مكان محدود ويتميز بأن المرسل فيه يصبح مستقلا والعكس.

ومن أمثلة هذا الاتصال الطبيب بمرضاه[4].

[1] فؤادة عبد المنعم البكري، نفس المرجع ، ص32.

2 - محمد عودة، **أساليب الاتصال والتعبير الاجتماعي** : درا المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، 1998 ص 111.

3 – زهير ياسين الطاهات ، **سيكولوجية العلاقات العامة والإعلان** : دار يافا العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، 2011 ، ص 138.

[4] محمد منير حجاب، **المعجم الإعلامي** ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة 2004، ص 17.

المبحث الثاني: خصائص الاتصال الشخصي ومميزاته

للاتصال اشخصي عدة مميزات يجعله يتميز عن غيره من أنواع الاتصالات الأخرى منها:

1- إمكانية توفير رجع الصدى:

يتميز الاتصال الشخصي بتوفير إمكانية رجع الصدى أو التغذية المرتدة feed back به أكثر من الاتصال الجماهيري فهو وجها لوجه، يمكن ملاحظة ردود الأفعال في الحال عكس الاتصال الجماهيري يتوجب إجراء بحوث خاصة حتى يتمكن الباحث التوصل إلى ردود أفعال الجمهور حيث يصعب عليه الوصول إلى الحقيقة والصورة المعبرة بالسرعة الكافية، ويؤكد الباحثون أهمية feed back في الاتصال المباشر ويطلقون عليه التغذية المرتدة أو رجع الصدى أو التغذية الاسترجاعية الفورية، ويؤكد بعض الباحثين أننا عن طريقه يتاح لنا الفرصة في تكوين أو إعادة تكوين الاتصال بناء على الأشخاص الذين نتحدث إليهم حيث يمكننا أن نرى ونسمع ونلمس الشخص الآخر أو الأشخاص الآخرين.

وتعد هذه من أهم مزايا الاتصال الشخصي حيث يمكن للمرسل أن يتحقق من طريقة أدائه من إرسال الرسالة في نفس لحظة منها، ويمكن للمرسل أن يدرك ما

إذا كانت الرسالة قد فهمت أم لا...وبالتالي يمكن إعادة صياغتها وتكرارها أو تكرار أجزاء منها، وذلك عن طريق رجع الصدى السريع الذي يجيب عن سؤال المرسل كيف يبدو أدائي.

ومن هنا يستطيع المرسل أن يغير اتجاه المناقشة إذا لقي مقاومة من المتلقين حتى يتماشى معهم ويستطيع التأثير فيهم، وبذلك يمكن تحسين الاتصال الشخصي بالمواءمة أي تعديل السلوك حسب الظروف المتاحة وبالمصداقية والثقة بين المرسل والمستقبل[1]

– توافر فرصة حدوث الاتصال في اتجاهين من المرسل الى المستقبل وبالعكس.

– حدوث ردة فعل أو تغذية مباشرة في الموقف.

– إتاحة الفرصة للتأكد من فهم الرسالة.

– التعرف على عوائق ومشكلات الاتصال

– قد يؤدي على السلوك لدى المرسل، والمستقبل

– له فعالية أكبر في مواجهة المعارضة من قبل المستقبل أو جمهور المستقبلين[2]

1- فؤادة عبد المنعم البكري، نفس المرجع، ص 37 .

[2]- .ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي ، مرجع سابق، ص 89

2- التلقائية:

حيث تتم بعض أنواع الاتصالات المباشرة بشكل عفوي وغير مقصود من خلال شبكة من العلاقات الشخصية وغير الشخصية

ويرى bernard hennessy أن الاتصال الشخصي الذي يتميز بالتلقائية والعفوية لا تنظمه قواعد ولا إجراءات، ويتم بشكل غير مدبر من خلال الاتصالات اليومية للأفراد غير الرسميين.

وأن محيط العلاقات بين الأشخاص محيط غير هيكلي.

3- الاطار المرجعي:

من أهم مزايا الاتصال المباشر بالاضافة لتمتعه بطريقتين لتبادل المعلومات...أن الشخصين أو الأشخاص الذين يتفاعلون أثناء عملية الاتصال غالبا ما ينتمون إلى نفسه الطاقم من القيم والاتجاهات . ومن هنا فان كل واحد منهما يكون بمثابة شخص مرجعي بالنسبة للآخر[1]

4- تحقيق الألفة وتحقيق حدة العزلة:

حيث يساعد الاتصال المباشر على تحقيق الألفة والتعارف بين الأشخاص، ويعد محركا للكائنات الحية بصفة عامة للتغلب على العزلة أو الشعور بالوحدة، ومن خلال إقامة علاقات مع الآخرين، حيث تقوم الأفكار والمعاني بعمل توحد مع البشر وتوطيد وتحسين العلاقات بين الناس وبعضهم. كما تظهر أهميته وتتضح في المواقف الحرجة وغير العادية أو من خلال فترات التغير السياسي والاجتماعي مثل: الحملات الانتخابية والإصلاح الزراعي والثورات الدينية، والطوارئ القومية خلال الحرب ضد الرذائل الاجتماعية وما إلى ذلك.

وتبدو أهميته (الاتصال المباشر) عند نشر الأفكار المستحدثة حيث يؤكد أفريت روجرز E.M.Rogers على أهميته في مرحلة التقييم، حيث يتكون لدى الفرد الحكم العقلي على قيمة الفكرة المستخدمة وذلك للأسباب التالية:

أ- الاتصال الشخصي يسمح بتبادل الأفكار من ناحيتين والشخص الواقع عليه الاتصال قد يخطى من صاحب الاتصال بمعلومات إضافية أو بتمحيص لهذه المعلومات التي تدور حول الفكرة المستحدثة.

---

[1]- فؤادة عبد المنعم البكري ، مرجع سبق ذكره، ص 92.

ب- الاتصال الشخصي قد يؤثر على السلوك، كما أنه ينقل الأفكار وفي معظم الحالات يكون للأفراد الذين يتجاوب كل منهم مع الآخر قيم والاتجاهات المتشابهة والبعض منهم يجوز أن يكون جماعة أستاء للبعض الآخر.

ج- من أسباب الأهمية أيضا سهولة مصادر المعلومات وإمكان تصديق ما تأتى به من معلومات، حيث إنه عندما يكون المصدر معروفا في نطاق واسع، فمن الأمور المتوقعة أن ينظر إليه باعتباره جديرا بالثقة.

د- قد يكون للاتصال المباشر فاعلية أكبر في مواجهة أية معارضة أو كره للفكرة المستحدثة من الشخص الواقع عليه الاتصال، فالمصادر غير الشخصية للمعلومات يمكن في العادة أن تكون أكثر قابلية لأن يتحاشاها الإنسان أو يتجاهلها عن المصادر الشخصية.

كما تتضح أهمية الاتصال المباشر في تميزه بالقدرة على التفسير، والمناقشة والإقناع وتميزه بدقة الأفكار والموضوعات التي تكون محورا أساسيا لموضوعات الاتصال الشخصي وتغييرها عن واقع المجتمع المحلي

وتؤكد بحوث الاتصال الحقيقة القائلة بأنه في عملية اتخاذ ، ويظهر الاتصال المباشر قوي ويؤثر وله تغيير كبير مما تستطيع وسائل الإعلام أن تؤثره وتغيره

وتبين في دراسة لازارد سفيلد عن السلوك الانتخابي والتي انتهت إلى خمس خصائص للاتصال الشخصي وهي:(1)

1-فؤادة عبد المنعم البكري ، مرجع سابق، ص 102.

- أن الاتصال المباشر يصعب تفاديه.
- أن الكثيرين يجدون الثقة الكاملة في الأشخاص الذين يعرفونهم ويعاشرونهم أكثر من ثقتهم في وسائل الإعلام.
- تنعدم الثقة من أهمية المضمون الذي يقال، حيث يتقبل الناس ما يقال بثقة أكبر في الاتصال الشخصي.

البساطة والتفهم التي تتيح مجال للمناقشة نتيجة لردود الأفعال التي تحدث في الاتصال الشخصي.

- الإقناع الذي يتوفر نتيجة للثقة في المرسل، والتي تنسحب أيضا على الإقناع بوجهة نظرة .

يتميز الاتصال الشخصي كذلك بأنه يحوي أصولا وقواعد ومبادئ أساسية شخصية وقوية ويمتاز المقابل فيه باحترام أراء الآخرين ويكون المقابل فيه مسترسل مع الذي يجري معه الحديث بلباقة.

وكذلك الاتصال الشخصي من خلال يمكن تغيير الآراء المضادة، وتحويلها إلى مؤيدة والمقابلة فيه لا تخلو من المجاملة، ومن مظاهر التكريم والتقدير للشخص المقابل .[1]

5- انخفاض التكلفة:

ومن مزايا الاتصال المباشر أيضا انخفاض تكلفته بالقياس إلى وسائل الاتصال الأخرى فهناك إمكانية توجيه الرسالة إلى الجمهور المستهدف مباشرة، ويتيح ذلك للمؤسسة أن تخاطب كل جمهور باللغة التي يفهمها بجانب سهولة تقدير حجم التعرض للرسالة.

6- المرونة:

يتمتع الاتصال المباشر ويتميز بالمرونة، وبأنه يتم بشكل مرن وعفوي، وهي من مزايا سيكولوجية تميزه عن الاتصال الجماهيري، مما يساعده على نشر الأفكار التي تنشرها وسائل الإعلام على نطاق واسع، ومن خلال الوسائل التقليدية في السوق والمقهى والجماعات المحلية [2] .

[1]- .ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، مرجع سابق ، ص 90.

[2]- فؤادة عبد المنعم البكري ، مرجع سبق ذكره، ص 105.

المبحث الثالث: دور وأهمية الاتصال الشخصي:

ترجع أهمية الاتصال إلى أن المقدرة على المشاركة والتفاعل مع الآخرين وتبادل الآراء والأفكار والمعلومات ، تزيد من فرص الفرد في البقاء والنجاح، والتحكم في الظروف المختلفة المحيطة به، في حين أن عدم القدرة على الاتصال مع الغير يعد نقصا اجتماعيا وسيكولوجيا خطيرا [1]

كما تظهر أهمية الاتصال المباشر أيضا، وتتضح في المواقف الحرجة وغير العادية أو خلال فترات التغير السياسي وغيرها وتبدو أهميته في تدعيمه للاتصال الجماهيري حيث تبدوا أهمية الاتصال المباشر عند الحديث عن التأثير، فإن التأثير في الاتصال المباشر أكثر إحكاما عنه في الاتصال الجماهيري، وتبدو أهمية الاتصال كما يذكر: severin warner عندما يثار التساؤل عن أكثر الوسائل الاتصالية تأثيرا في إقناع الجمهور ؟

فحيث يبدو الإقناع persuding سؤالا مهما وأساسيا في دراسات الاتصال بوجه عام فإنه يمثل الجزء الأكبر والأهم في دراسة الاتصال المباشر، وذلك لوجود الأصدقاء والعائلة والمقربين بل والعزباء أيضا، وحيث الإقناع يعد أداة محايدة فإن يكون مفيدا في مجال الإعلان والعلاقات العامة حيث يمكن خدمة المصدر أو المرسل عن طريق تنشيط مبيعاته أو خدمة منشأة بتحسين صورتها اتجاه عملائها، كما يكون مفيدا أيضا للمستقبل أو الجمهور في كثير من الحالات، أبرزها الحملات

السياسية التي تقوم على الإقناع، وتعد مهمة لتحقيق الديمقراطية مثل تلك الحملات لا يتحقق قيامها دون إقناع[2]

---

[1] - ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، مرجع سبق ذكره، ص 35.

2 - فؤادة عبد المنعم البكري، مرجع سبق ذكره، ص 42.

وللاتصالات الشخصية أو الفردية أهمية كبيرة من الإدارة لا تقل عن أهمية الاتصالات التنظيمية، لذلك يتميز الإداري الناجح والمتميز بإتقانه الاتصالات الفردية والتنظيمية، فمن الطبيعي أن عمل الإداري يرتكز على نقل المعلومات وتبادلها على مستوى المنظمة ، وكذلك على المستوى الفردي من خلال المقابلات والاجتماعات والمناقشات وزيارات العمل، وإبرام الاتفاقيات وحل النزعات[1]

أما بالنسبة لمقومات الاتصال الشخصي تتمثل في:

1- معوقات نفسية:

وهي آخر المعوقات لأنها أكثر خفاء، فكل منا يقاوم عادة الاعتراف بأوجه القصور في شخصه وسلوكه مما يجعلنا نقع في العديد من الإشكالات دون أن ندري ، وقد تكون ذاتية نابعة من المرسل أو المستقبل أو بينهما.

- معوقات خاصة بالمرسل:

إن معوقات التوصيل الجدي للرسالة من قبل المرسل عديدة من أبرزها

- قصور القدرة على الصياغة الواضحة للرسالة:

وهو عدم وضوح الهدف من الإرسال، وقد يكون الهدف واضحا، إنما يجد المرء نفسه في موقف حرج فلا يدري كيف يعبر عما يريده، أو هو يتخرج في الإفصاح عن قصده مخافة من ردود فعل سلبية.

- ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، مرجع سبق ذكره، ص 90 .

مثال:

يحدث ذلك كثيرا في الوضعية التعليمية حيث ينطلق الأستاذ في شرح مستفيض لموضوع يتجاوز إمكانيات الاستيعاب لدى التلاميذ أو ينطلق الخبير في طرح أفكاره باستخدام مصطلحات فنية والغوص في نظريات لا يستطيع المستمعون استيعابها

2- المعوقات الذاتية للمرسل:

وتدور حول صعوبات التفاعل مع الآخرين وإقامة الصلاة معهم، يضاف إلى ذلك ميل البعض التلقائي إلى إقامة علاقة تنافس بدل علاقة تعاون، ولذلك فهو يتخذ موقفا صراعيا أو همجيا يعتقد أن الطرف الآخر سيقف منه نفس الموقف ومبادلته التنافس والصراع.

3- التحيزات والأحكام المسبقة تجاه المتلقي:

وقد تكون هذه التحيزات قبلية عشائرية أو مذهبية أو إقليمية عرفية أو عقائدية أو مصلحية يضاف إليها التحيزات الانفعالية السابقة وخطورة هذا النوع من التحيزات وأنه يظل معنا ، وقد يكون التحيز في انعدام القدرة على التقدير الموضوعي لحالة الشخص الآخر ، في اتجاه الإفراط في تبخس قيمته في كل هذه الحالات نجد أنفسنا في الإدراك الانتقائي والتأثير بالعناصر الذاتية التي تنسق كل إمكانية لنجاح الاتصال.

4- قصور تخطيط الاتصال:

يهدف الاتصال إلى نقل رسالة للمستمع والتأثير عليه بشكل ما (موافقته- تغيير رأيه- إقناعه بتبني مسألة)

وحتى يمكن التأثير عليه لابد من تخطيط عملية الاتصال وهذا يأتي من التفكير في أفضل توقيت لإرسال الرسالة بشكل يكون معه الطرف لتقبله.

5- انخفاض درجة الحساسية:

قد ينطلق المتحدث في تواصله مع الطرف الآخر في حالة تقوقع على ذاته واستغراق كل ما في أفكاره وأهدافه من الاتصال مفترضا أن الطرف الآخر موافق على كل ما يقال ، أي لا يكلف نفسه عناء استجابة الطرف الآخر الصريحة أو

الخفية ولا يكترث (القراءة ردود الفعل غير اللفظية) التي تجيء بموقفه الحقيقي كي يكيف حديثه تبعا لذلك

وهذا يجعل التواصل حوار فردي لا يتفاعل فيه ومن ثم يظل سبيله إلى هدفه [1].

6- المشكلات اللغوية:

تعتبر اللغة من أبرز المجموعات المستخدمة في الاتصال وبالتالي تتمحور المشكلة في الكثير من الكلمات الشائعة تحمل معان مختلفة للأشخاص المختلفين وبالتالي هذه الكلمات لها معان متعددة وبالتالي تحمل تفسيرات مختلفة وبالتالي اللغة تعتبر مشكل كبير بالنسبة للاتصال الشخصي.

7- ضغوط الوقت:

فضيق الوقت يؤدي إلى تحريف المعلومات المتبادلة

8- حجم المعلومات:

الإفراط في مقدار المعلومات فمن الشكاوي من هذا الجانب هو الفرق في المعلومات وبالتالي يجب أن تكون المعلومات محددة وغير كثيرة .[2]

9- سوء التقاط الرسائل من المعوقات الخاصة بالمستقبل

10- سوء التقاط الرسائل: كالتسرع في تأويل المقصود

11- إدراك انتقائي مفرط

12- سوء إرجاع الأثر

13- التحيزات والأحكام المسبقة تجاه المرسل[3]

- أمال سعد متولي، **مبادئ الاتصال بالجماهير ونظرياته**:دار ومكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع،القاهرة، 2005، ص 99.

[2] - محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 62.

[3] - أمال سعد متولي، مرجع سبق ذكره، ص 99-100.

إذن يشكل الاتصال الشخصي عاملا ضروريا لتواصل واستمرار الأجيال كونه يعمل على نقل عادات وتقاليد أي مجتمع من جيل لآخر

وتبرز أهمية الاتصال الشخصي للتواصل من خلال حاجة المؤسسات إلى هذا الاتصال بين جمهورها الداخلي والخارجي

ويعتبر الاتصال الشخصي القاعدة الأساسية للعلاقات العامة والصلات الإنسانية والإدارية ككل.

يؤدي الاتصال الشخصي إلى تشجيع وحث الحاملين على العمل وتدريبهم وتهيئتهم للعمل وزيادة التنسيق وتحفيزهم ورفع روحهم المعنوية مع الآخرين .[1]

مما لا شك فيه أن الاتصال الشخصي يعتبر الأساس لأغلب العمليات الإعلامية والاتصالية في أي مجتمع، وتؤكد اتجاهات البحوث الحديثة أهمية الاتصال الشخصي، وتنسب إليه مقدرة عظيمة على التأثير في الأفراد قد تفوق بكثير وسائل الإعلام العامة.

- هالة منصور، **الاتصال الفعال وأساليبه ومهاراته**: المكتبة الجامعية ، الإسكندرية، 2005، ص 30.

يحصر كل من أ.كاتز E.Katz و ب.ف .لازارسفيلد Paulf.Lazarsfild العوامل التي تجعل من الاتصال الشخصي قوة لها تأثيرها وفعاليتها في توجيه الرأي العام في ما يلي:(1)

أ – من السهل أن ينصرف الفرد عن المواد الإعلامية التي لا تتفق مع آرائه وميوله التي تنشرها أو تذيعها وسائل الإعلام الجماهيرية، بينما ليس من السهل أن ينسحب الفرد من الحديث مع زميل أو قريب أو صديق له.

ب – يتيح النقاش المباشر مرونة أكبر في عرض وجهات النظر والتأثير في الأفراد.

ج –في حالة الاتصال الشخصي المباشر يصبح من السهل تقدير رد الفعل مباشرة وتغيير أسلوب المواجهة تبعا لذلك.

د –من السهل أن يقتنع الأفراد بوجهات نظر أفراد معروفين لديهم وموضوع ثقة، بينما ليس من اليسير أن يقتنعوا بما يقوله أفراد مجهولون لديهم عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية.

هـ –يستطيع القائم بالاتصال الشخصي أن يحقق أهدافه بتصرفه النموذجي مع الفرد الذي يتصل به دون حاجة إلى استخدام أسلوب التحريض المباشر الذي قد ينفر منه بعض الأفراد.

- E. Katz and Paul F. Lazarsfeld, personal influence: the part played by ı of Mass communication, (Glencoe, Illinois: the free people in the Flow .4press, 1964), p

وفضلا عن تميز الاتصال الشخصي بالتجاوب والحيوية والمرونة فإنه يعطي فرصة أكبر للتفاهم والوصول إلى نتائج حقيقية ملموسة وقد توصل الساسة والتجار وأصحاب المهن الحرة إلى هذه الحقيقة منذ زمن بعيد، فنجد السياسي مثلا يفضل التقابل مع أفراد جمهوره ويحدثهم وجها لوجه، وكذلك يفعل المترشح في الانتخابات عندما يمر على الناخبين في بيوتهم أو أماكن عملهم ويناقشهم ويسامرهم للظفر بتأييدهم، أما التجار فقد درجوا على ذلك منذ أقدم العصور،بل إن التاجر أو رجل الأعمال في العصر الحديث أصبح لا يكتفي باستعمال الهاتف أو التلكس لإتمام صفقاته أو أعماله، حيث أصبح كل منهما اليوم يفضل المقابلة الشخصية ليمنح نفسه أكبر قدر من التجاوب والمشاركة والتأثير (1)

وقد تفطنت الحركة الشيوعية في القرن العشرين لأهمية الاتصال الشخصي وقدرته على التأثير منذ بداية حركتها السياسية، فاعتمدت اعتمادا كبيرا على ما يسميه الغربيون وهو في حقيقة الأمر عملية توعية شفوية يقوم بها طائفة من المتخصصين بالتحريض Agitation في المجادلة والمناقشة والإقناع، ويطلق على القائمين بهذا النوع من الاتصال الشخصي" المحرضون" Agitators وينتشر هؤلاء المهيجون بين العمال والطلبة والموظفين وغيرهم للقيام بعملهم في الظروف الملائمة لذلك ويتم تدريبهم تدريبا وثيقا للقيام بواجباتهم على أكمل وجه عن طريق الاتصال الشخصي المباشر)(2)

1- إبراهيم إمام، **العلاقات العامة والمجتمع** : مكتبة الأنجلو مصرية ، القاهرة ، ط2، 1968، ص 246.

2 – إبراهيم إمام ، **الإعلام والاتصال بالجماهير**:،مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة ، ط2، 1975،ص640.

المبحث الرابع: وسائل الاتصال المستخدمة في الاتصال الشخصي

وسائل الاتصال ربما أكثر الوسائل فاعلية وتأثيرا على الجماهير لأن الاتصال بين المرسل والمستقبل يكون غالبا مباشرا، أي وجها لوجه بمعنى أن ما يجب أن يقول ويعطي المرسل للمستقبل من انطباع ورأي يستحق في أوقات ودقائق معدودة وسريعة ولها أشكال متعددة:

1- تنظيم الحفلات والدعوات الخاصة:

فتنظيم الحفلات سواء كانت هذه الحفلات للعاملين داخل الإدارة أو الجمهور المتعامل معه، أو عملاء الإدارة .

وفي هذه الحفلات يحدث التعارف بين كبار المسئولين في الإدارة والمدعوين ويتم تبادل الحديث والنقاش بينهم.

وقد تكون الحفلات لأهداف التكريم، أو الحفاوة أو الاستقبال لزوار أجانب وتنظم هذه الحفلات بمستوى يتلاءم ومستوى الشخصيات ومكانتهم الاجتماعية.

كما تكون الدعوة محددة لعدد قليل من الزوار إلى الغداء أو العشاء بمكان محترم ومميز ويتم في هذه اللقاءات إنجاز الكثير.

2- الاشتراك في المسابقات العامة:

وهذه الأخيرة ضمن وسائل الاتصال المباشر بالجماهير، وهي من تبين أهم اهتمامات الجمهور ولها تأثير كبير ومباشر على الجمهور[6]

وسائل الاتصال المباشر في الريف والحضر:

1- الوسيلة الأولى:

الرسمية المتعارف عليها في جميع الدول، وهي أجهزة الاستعلامات والمعلومات والإرشاد الفني، والتي تطبق بعض وسائل الاتصال الشخصي

2- الوسيلة الثانية:

غير الرسمية والتي تختلف مستوياتها ومضامينها وشكلها من مجتمع إلى آخر

وهي الوسيلة لها عندنا ثلاث قنوات يمكن أن تثري وسائل الاتصال الرسمية بالانفاح عليها

وهذه القنوات هي:

أولا: المنتديات الثقافية:

وهي الأماكن التي تلتقي فيها الفئات المستثيرة على اختلاف مستوياتها، وغالبا ما تكون هذه المنتديات مؤهلة لتبادل الآراء، والتعليق عليها، مما يجعل روادها متلقين ومرسلين في الوقت نفسه

ثانيا: الدواوير في الريف:

---

[1]- جميل أحمد خضر، **العلاقات العامة**: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 1998 ، ص 65.

والتي يتبادل روادها الأنباء والتعليقات والمنشورات فيما يتصل بشؤون الوطن الزراعي الصغير، الذي يعيشون فيه، وهي خاصة طيبة للاتصال المباشر

ثالثا: المقاهي الشعبية في المدن:

وهي قنوات الاتصالية يمكن عن طريقها تقبل التوجيه من خلال أساليب مناسبة وربما تكون هناك وسائل اتصال جانبية أخرى كالوسائل البريدية وإعلانات الحائط بما فيها من صحف الحائط، ولكن هذه الوسائل غالبا ما تكون أصداء لما تؤديه هياكل الاتصال الجماهيرية[1]

[1] - فؤادة عبد المنعم البكري، مرجع سابق، ص 53.

وهناك كذلك وسائل الاتصال الشخصي الغير المباشرة الالكترونية وتتميز بـ: (1)

- الإفادة من التطورات التكنولوجية في عالم الاتصال لزيادة القدرات الجسمية لدى المرسل.
- صغر حجم المستقبل للرسالة الإعلامية عبر هذه الرسائل وعدم تجانسه وتباعده مكانيا.
- إمكانية السيطرة على الظرف الاتصالي
- إن استقبال الرسالة يتم في نفس لحظة إرسالها من قبل المستقبلين للعلاقات العامة، ووسائل الاتصال الشخصي غير المباشر الالكترونية وهي: التلفون، التلغراف، التيلكس، الفاكس.

ووسائل الاتصال الشخصي الغير المباشرة الغير الالكترونية وتشمل:

التقارير ، المذكرات، الخطابات والرسائل، لوحة الإعلانات، المقترحات، الاستمارات.

وكذلك وسائل الاتصال الشخصي المباشر:

– قادة الرأي، المسابقات العامة، المشاركة في الحياة العامة، المشاركة في خدمة المجتمع المحلي الزيارات، الاجتماعات، المقابلات، المناقشات والمحادثات الرسمية وغير الرسمية

– رعاية العاملين بالمنشأة

- محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 361.

المبحث الخامس: العوامل التي تؤثر على فعالية ونجاح الاتصال الشخصي:

عملية الاتصال الشخصي تعتمد على بعض العوامل حتى تنجح هذه العملية وتكون فعالة منها:

1– البحث عن الجمهور المعني:

فمن الضروري معرفة الجماهير التي تريد أن تؤثر فيها

– فمن هم الجماهير التي يجب أن نصلهم بإعلامنا لتحقيق أهدافنا ؟

ويجب معرفة خصائص الجمهور وعاداته حتى يتمكن المتصل من التعامل مع جمهوره

2– استخدام الوقت المناسب: Right time

لكي يكون الاتصال المباشر فعالا ورسالته كذلك يجب الوصول إلى الجمهور المعني في الوقت المناسب

فإذا وصلت مبكرا فلن تجد الجمهور مستعدا لتقبلها وإذا وصلت متأخرا فستجد عقول الجماهير وقد فقدت الرغبة في الموضوع، وإن معرفة الوقت المناسب يتطلب معرفة عادات الجماهير بثقافتها وكيفية قضاء أوقاتها أثناء اليوم.

3- استخدام الرسالة المناسبة Right M

يجب أن تكون الرسالة واقعية ذات صلة مباشرة بالاهتمامات الشخصية لأفراد الجمهور، وتحتوي على معلومات تساعدهم على حل مشاكلهم، وهذا يتوجب معرفة اتجاهات جماهيرك المعنية، وهذا إن استخدام اللغة المناسبة لمستوى الجماهير أمر لا يقل أهمية عن مضمون الرسالة وهذا يتطلب معرفة المستوى الثقافي والفكري للجماهير[1]

وكذلك قد سببت بعض الدراسات العلمية في مجال الاتصال ضرورة توافر بعض العوامل التي تلعب دورا في زيادة فاعلية الاتصال الشخصي ومن بينها:

- يفضل الناس الاتصالات الشخصية مع نظائرهم من حيث العمر والمستوى الثقافي والأكاديمي والاجتماعي.
- يلعب الشعور بصدق المرسل وخبراته دورا هاما في مجال إيصال المعلومات، والإقناع، والتأثير في الجمهور.
- يؤدي التقارب دورا هاما في الاتصال الشخصي سواء كان التقارب ماديا أو جغرافيا.(المسافة بين المرسل والمستقبل) أو كان التقارب اجتماعيا.
- تلعب الأسرة دورا رئيسيا وهاما في عملية الاتصال الشخصي عند الأفراد وخاصة في مراحل الطفولة.

- جميل أحمد خضر، مرجع سبق ذكره، ص 142-143.

الإطار التطبيقي

النوع الإجتماعي	العدد	النسبة المئوية
ذكور	28	%40
إناث	42	%60
المجموع	70	%100

المبحث الأول: خصائص مجتمع البحث

- النوع الإجتماعي:

- **جدول رقم (01) يبين النوع الاجتماعي**

يبين الجدول أعلاه عدد أفراد العينة من الذكور والإناث حيث عدد الذكور بلغت عددهم 28 مستخدما أي ما نسبته 54.8 % وبلغ عدد الإناث 42 مستخدمة أي ما نسبته 45.2% .

من خلال الجدول يمكن تفسير الزيادة في نسبة الإناث العالية مقارنة بالذكور في المجتمع الجزائري ، وبالتالي أصبحن يمثلن الأغلبية في الجامعات الجزائرية.

- توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية :

جدول رقم (02) يبين الفئات العمرية

العمر	العدد	النسبة المئوية
18 - 23	60	%85,71
24 - 29	9	%12,85
من 30 فما فوق	1	%1,42
المجموع	70	%100

يوضح الجدول أعلاه ما يتعلق بتوزيع مستخدمي الفايسبوك حسب فئاتهم العمرية حيث أن أعلى نسبة منها كانت الفئة العمرية من 18 – 23 سنة وذلك بنسبة 85.71% تليها الفئة العمرية من 24 – 39 سنة بنسبة 12.85% أما الفئة الأخيرة فكانت الفئة العمرية 29 سنة – فما فوق بنسبة 1.42% .

النتائج التي قدمها الجدول جد منطقية بحيث الفئة التي أخذت نسبة كبيرة هي الفئة التي تتراوح مابين 18 –23 سنة وهي الفئة التي تدخل الجامعة بعد نجاحهم في البكالوريا ابتداءا من سن 18 سنة، وهذا ما يدل على أن أغلبية المبحوثين لم يخرجون بعد من فترة المراهقة التي يدعو تكوينها النفسي والإجتماعي والجسمي على التأثر بتكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة الفايسبوك.

المبحث الثاني : التحليل الكمي والكيفي لمحور عادات وأنماط استخدام الموقع الإجتماعي "الفايسبوك"

- بداية استخدم الموقع الإجتماعي " الفايسبوك"

جدول رقم (03) يبين بداية استخدام الفايسبوك

البيانات	التكرار	النسبة المئوية
منذ أقل من سنة	10	%14,28
من سنتين إلى أربع سنوات	40	%57,14
من أربع سنوات فأكثر	20	%28,57
المجموع	70	%100

يمثل الجدول أعلاه مدة استخدام المبحوثين للموقع الإجتماعي " الفايسبوك وتشير نتائج الجدول إلى أن أكثر من نصف العينة يستخدمون الموقع من الفترة الممتدة بين "سنتين إلى أربع سنوات " وذلك بنسبة 57.14% يليهم نسبة 28.57% من الذين يستخدمونه منذ " أكثر من ثلاث سنوات " في حين يستخدمه 14.28% منذ أقل من سنة.

جدول رقم (04) يبين بداية استخدام الفايسبوك حسب متغير السن

البيانات	منذ أقل من سنة		من سنتين إلى أربع سنوات		من أربع سنوات فأكثر	
	ت	%	ت	%	ت	%
من 18 سنة إلى 23 سنة	15	%42.85	10	%28.57	10	%28.57
من 23 سنة إلى 29 سنة	6	%24	10	%40	9	%36
من 30 سنة فما فوق	3	%30	2	%20	5	%50

تبين نتائج الجدول أن الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم مابين 18 – 23 سنة بدؤا استخدام الفايسبوك منذ أقل من سنة بنسبة 42.85 % والفترة الممتدة بين سنتين إلى أربع سنوات وصلت نسبتهم إلى 28.57% والفترة من أربع سنوات فأكثر بلغت نسبتهم 28.57% ، أما الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم مابين 23 – 29 سنة بدؤا استخدام الفايسبوك منذ أقل من سنة نسبة 24% والفترة مابين سنتين إلى أربع سنوات 40% والفترة من أربع سنوات فأكثر بلغت نسبتهم 36% ، وفيما يخص الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم من 30 سنة فما فوق يستخدمون الفايسبوك منذ أقل من سنة بنسبة 30% أما ما بين سنتين إلى أربع سنوات بلغت نسبتهم 20% والفترة من أربع سنوات فأكثر وصلت نسبتهم إلى 50%.

وتشير بيانات الجدول إلى ارتفاع نسبة استخدام الفايسبوك منذ أقل من سنة حيث حصلت على نسبة 42.85 %من إجمالي المبحوثين في الفئة العمرية مابين 18 سنة –23 سنة ، كذلك جاءت نسبة 40% من إجمالي المبحوثين في الفئة العمرية مابين 24 سنة –29 سنة في استخدام الفايسبوك في الفترة مابين سنتين إلى أربع سنوات سنوات فيما جاءت الفئة العمرية 29 سنة فما فوق في استخدام الفايسبوك إلى أكثر من أربع سنوات بنسبة 50%.

وقد يرجع ذلك إلى وقت الفراغ المتاح لبعض الأفراد فى الفئة العمرية من 18 سنة إلى 23 سنة فيما قد يرجع أيضا إلى الاستخدام المرشد من قبل الفئة العمرية من 29 سنة فأكثر كالاطلاع على بعض أخبار الأسرة والأقارب والأصدقاء.

- **تحديد متوسط الاستخدام للفايسوك في المعتاد يوميا؟**

جدول رقم (05) يبين متوسط استخدام الفايسبوك

البيانات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	15	%21,42
من ساعة إلى ساعتين	20	%28,57
من ساعتين فأكثر	35	%50
المجموع	70	%100

يبين الجدول أعلاه عدد ساعات استخدام " الفايسبوك" بشكل يومي بالنسبة لأفراد العينة المبحوثة ، ونلاحظ بأن أغلبهم يقضون في تصفحهم الموقع أكثر من ساعتين وذلك بنسبة 50% في حين يقضي 28.57 %منهم " من ساعة إلى ساعتين " في استخدام وتصفح "الفايسبوك" ، يليهم 21.42% من المبحوثين يستغرقون عند تصفحهم للفايسبوك " أقل من ساعة".

يمكن تفسير النتائج المتحصل عليها أعلاه بأن المتعة التي يشعر بها متصفحو الفايسبوك ، وقت استخدامهم للموقع ومشاركة أصدقائهم الآراء يجعلهم لا يعيرون أهمية للوقت الذي يستغرقونه في تصفح الموقع ، وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها مريم نورمان في دراستها تأثير مواقع التواصل الإجتماعي في العلاقات الإجتماعية" حيث توصلت إلى أن أغلب أفراد العينة يستغرقون أكثر من ثلاث ساعات عند تصفحهم الموقع الاجتماعي الفايسبوك.

جدول رقم (06) يبين الوقت المستغرق في استخدام الفايسبوك حسب متغير الجنس

الجنس	**ذكور**		**إناث**		**المجموع الكلي**	
الفئات	ت	%	ت	%	ت	%
أقل من ساعة	8	%28,57	10	%23,8	18	%25,71
من ساعة إلى ساعتين	11	%39,28	12	%28,57	23	%32,85
من ساعتين فأكثر	9	%32,14	20	%47,61	29	%41,42
المجموع	28	%100	42	%100	70	%100

يمثل الجدول أعلاه الوقت الذي يستغرقه الذكور والإناث في استخدام "الفايسبوك" وتبين النتائج أن الإناث يقضيان وقتا أطول في تصفح الفايسبوك مقارنة بالذكور ، بحيث تبين نتائج الجدول أن نسبة 47.61% من الإناث تستغرقن أكثر

من ثلاث ساعات في الاستخدام ، في حين يقضي نسبة 32.14% من الذكور نفس الفترة ، مقابل 28.57% منهن يتصفحن الموقع من "ساعة إلى ساعتين " و23.80% أقل من ساعة ، ويقضي الذكور نسبة 39.28% الوقت "من ساعتين إلى ثلاث ساعات مع الفايسبوك و28.57% أقل من ساعة.

تبين النتائج إذن أن الإناث أكثر تعلقا من الذكور في تصفح الموقع الاجتماعي "الفايسبوك" ويخصصن له وقتا أطول مقارنة بالذكور ، إذن هناك فروق بين المدة التي يقضيها الذكر والإناث ، كما يمكن تفسير هاته النتائج على أن البنات لديهم وقت فراغ أكثر من الذكور ولا يمارسن أنشطة متعددة ومكوثهن في البيت أكثر من الجنس الآخر الذكور.

جدول رقم (07) يبين الوقت المستغرق في استخدام الفايسبوك حسب متغير السن

البيانات	أقل من ساعة		من ساعة إلى ساعتين		من ساعتين فأكثر	
	ت	%	ت	%	ت	%
من 18 سنة إلى 23 سنة	4	%11.42	5	% 14.28	31	% 88.57
من 23 سنة إلى 29 سنة	10	%40	8	%32	4	%16
من 30 سنة فما فوق	1	%10	7	%70	2	% 20

تبين نتائج الجدول أن الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم مابين 18 – 23 سنة يستخدمون الفايسبوك أقل من ساعة بنسبة 11.42% والفترة الممتدة من ساعة إلى ساعتين وصلت نسبتهم إلى 14.28% والفترة من ساعتين فأكثر بلغت نسبتهم 88.57% ، أما الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم مابين 23 – 29 سنة يستخدمون الفايسبوك أقل من ساعة نسبة 40% والفترة مابين ساعة إلى ساعتين

32% والفترة من ساعتين فأكثر بلغت نسبتهم 16% ، وفيما يخص الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم من 30 سنة فما فوق يستخدمون الفايسبوك أقل من ساعة بنسبة 10% أما ما بين ساعة إلى ساعتين بلغت نسبتهم 70% والفترة من ساعتين فأكثر وصلت نسبتهم إلى 20%.

إذن يمكن تفسير النتائج المتحصل عليها أن الفئة الشبابية أي الذين تتراوح أعمارهم من 18 سنة إلى 23 سنة هي أكثر استعمالا للفايسبوك وهذا راجع لفترة المراهقة التي يمرون بها وعدم كثرة التزاماتهم حيث يكونون منشغلين بالدراسة فقط أما باقي الوقت فيستغلونه في تصفح الفايسبوك.

- الأماكن الأكثر استخدام للفايسبوك

جدول رقم (08) يبين الأماكن الأكثر استخداما للفايسبوك

البيانات	ت	%
الهاتف النقال	20	28,57%
المنزل	29	41,42%
المكتبة الجامعية	16	22,85%
مقاهي الانترنيت	5	7,14%
المجموع	70	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أن "المنزل" من أكثر الأماكن المفضلة لدى المبحوثين من الطلاب الجامعيين لاستخدام موقع الفايسبوك فيه بنسبة 41.42% ، وجاءت بعدها الهاتف النقال 28.57% ثم تليها الجامعة بنسبة 22.85% أما مقاهي الأنترنيت فتأتي في آخر تلك الأماكن بنسبة 7.14%.

يمكن تحليل وتفسير هذه النتائج على أن المنزل يظل هو المكان الأول المفضل لتصفح الفايسبوك نظرا ما يوفره للفرد من راحة واستقرار وعدم إزعاجه من طرف

أشخاص آخرين بالأخص غرفة النوم ، ثم يأتي بعد ذلك الهاتف النقال في المرتبة الثانية وهذا راجع لانتشار البرامج الداعمة لمواقع شبكات التواصل الاجتماعية على الهواتف المحمولة بصورة كبيرة مما أتاحت الفرد الولوج لتصفح الفايسبوك في أي وقت شاء وفي أي مكان ، أما بالنسبة لمقاهي الانترنت فالطلبة هنا يمكن تصفح الفايسبوك منها ربما للبحث العلمي .

جدول رقم (09) يبين الأماكن الأكثر استخدام للفايسبوك حسب متغير

الجنس	**الذكور**		**الإناث**		**المجموع الكلي**	
البيانات	ت	%	ت	%	ت	%
الهاتف النقال	9	32,14%	11	26,19%	20	28,57%
المنزل	11	39,28%	18	42,85%	29	41,42%
المكتبة الجامعية	6	21,42%	10	23,80%	16	22,85%
مقاهي الانترنت	2	7,14%	3	7,14%	5	7,14%
المجموع	28	100%	42	100%	70	100%

الجنس

يبين الجدول أن الهاتف النقال مفضل من طرف الذكور بنسبة 32.14 %أما الإناث 26.19 %والمنزل يفضله الذكور بنسبة 39.28 %أما الإناث 42.85

%أما استخدام الفايسبوك في المكتبة الجامعية 21.42%أما الإناث بنسبة 23.80 %في حين تساوت نسبة الذكور و الإناث في تصفح الفايسبوك في مقاهي الانترنيت بنسبة 7.14%.

يمكن تحليل النتائج المتحصل عليها أن الذكور أكثرا تصفحا للفايسبوك عن طريق الهاتف النقال والإناث أكثر تصفحا للفايسيوك من المنزل لأن البنات أكثر مكوثا في المنزل على الذكور في حين الذكور يكونون معظم الوقت خارج المنزل مستعينين بالهاتف النقال .

- **عدد مرات تتصفح الفايسبوك في اليوم**

جدول رقم (10) يبين عدد مرات تصفح الفايسبوك

البيانات	ت	%
مرة	15	21,42%
مرتين	29	41,42%
ثلاث مرات	18	25,27%
أكثر	8	11,43%
المجموع	70	100%

تبين نتائج الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة يتصفحون موقع " الفايسبوك" مرتين في اليوم وذلك بنسبة 41.42% في حين يتصفحها 25.72% " ثلاث مرات في اليوم و 21.42% مرة واحدة في اليوم ، و11.43% أكثر من ثلاث مرات في اليوم الواحد.

تأتي هذه النتائج لتبين أن العديد من مستخدمي "الفايسبوك" اليوم في الجامعة الجزائرية مدمنون على هذا الموقع الإجتماعي ، فمن بين مؤشرات الإدمان عليه كلما استخدم الشخص الموقع أكثر كلما أحس بالرضا وعدم الشعور بالملل والاكتفاء منه

بحيث يفتحة مرة ومرتين وأكثر بسبب ما يتميز به الفايسبوك من مميزات وخصائص تستقطب بها

المبحوثين وتجعلهم يتفاعلون و يحسون دائما بالرغبة لتصفح هذا الموقع وإشباع رغباتهم .

جدول رقم (11) يبين عدد مرات تصفح الفايسبوك حسب متغير الجنس

البيانات	مرة واحدة		مرتين		ثلاث مرات		أكثر	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
ذكور	9	%32.14	9	%32.14	8	% 28.57	2	% 7.14
إناث	6	%14.28	20	%47.61	10	%23.80	6	%14.28
المجموع	15	%21,42	29	%41,42	18	%25,27	8	%11,43

تبين نتائج الجدول أعلاه أن الإناث يتصفحن الفايسبوك مرتين في اليوم بنسبة 47.61% وثلاث مرات في اليوم بنسبة 23.80% ونفس النسبة مرة واحدة وأكثر من مرة في تصفح الفايسبوك يوميا.

أما الذكور يتصفحون الفايسبوك مرة واحدة في اليوم ومرتين في اليوم بنسبة 32.14% وثلاث مرات في اليوم بنسبة 28.57% وأكثر من مرة بنسبة 7.14%.

يمكن تحليل النتائج المتحصل عليها أن الإناث أكثر تصفحا للفايسبوك من الذكور ويفسر هذا لوقت الفراغ الذي عند الإناث أكثر من الذكور.

جدول رقم (12) يبين عدد مرات تصفح الفايسبوك حسب متغير السن

من خلال الجدول نلاحظ ارتفاع نسبة الفئة العمرية مابين 18 سنة و23 سنة في استخدام الفايسبوك مرتين في اليوم وذلك بنسبة 60 %و نسبة مرة واحدة 25.71% ونسبة ثلاث مرات 12% أما أكثر من ثلاث مرا ت بلغت نسبتها 5.71%.

أما الفئة العمرية مابين 24 سنة– 29 سنة بلغت نسبة تصفح الفايسبوك ثلاث مرات في اليوم 44% ونفس النسبة مرتين وأكثر من ثلاث مرات ب 24% أما مرة واحدة

البيانات	مرة واحدة		مرتين		ثلاث مرات		أكثر	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
مابين 18 سنة و23 سنة	9	% 25.71	21	%60	3	%12	2	%5.71
مابين 24 سنة و29 سنة	2	%8	6	% 24	11	% 44	6	% 24
من 30 سنة فما فوق	4	%40	2	%20	4	% 40	0	% 0

وصلت نسبتها 8% .

وفيما يخص الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق كانت نسبة تصفحها الفايسبوك مرة واحدة وثلاث مرات في اليوم 40% ومرتين نسبة 20% أما أكثر من مرة فكانت النسبة منعدمة.

ويمكن تفسير نتائج الجدول أن الفئة العمرية التي تتراوح مابين 18 سنة إلى 23 سنة هي أكثر استخداما وتعلقا بالفايسبوك وذلك لما يتميز به هذا الموقع من تحقيق

وإشباع رغبات هذه الفئة من التواصل مع الأصدقاء والدردشة ومعرفة أخبار المشاهير وغيرها.

- **الفترات المفضلة لتصفح الفايسبوك**

جدول رقم (13) يبين الفترات المفضلة عند تصفح الفايسبوك

البيانات	التكرار	النسبة المئوي
صباحا	6	8,57
ظهرا	14	20
ليلا	50	71,42
المجموع	70	100

بفحص نتائج الجدول يتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة يفضلون استخدام موقع الفايسبوك "ليلا" وذلك بنسبة 71.42% في حين يفضل 20% منهم استخدامه ظهرا ، و6 ستة مبحوثين صباحا بنسبة 8.57%.

يبدوا هذا الترتيب منطقيا حيث أن الفترة الصباحية يكون فيها الطلاب في الجامعة للدراسة ، أما الأوقات الأخرى هي المناسبة لتصفح الانترنت حيث يبدأ الطالب بالتفرغ من اهتماماته اليومية وبالتالي فالفترة الليلية تعتبر بمثابة فترة مناسبة للتفاعل الاجتماعي سواء الحقيقي أو الافتراضي الذي توفره الشبكة، ضف إلى ذلك أن موقع الفايسبوك يتيح للمبحوثين اختيار الوقت الذي يريده للاستخدام عكس بعض الوسائل الأخرى.

البيانات	صباحا	ظهرا	ليلا

	ت	%	ت	%	ت	%
من 18 سنة إلى 23 سنة	3	% 8.57	7	%20	25	%71.42
من 24 سنة إلى 29 سنة	2	%8	5	%20	18	% 72
من 30 سنة فما فوق	1	%10	2	%20	7	%70

جدول رقم (14) يبين الفترات المفضلة عند تصفح الفايسبوك حسب متغير السن

بين الجدول أعلاه أن أغلب الفئات العمرية تستخدم الفايسبوك ليلا بحيث الفئة مابين 18 سنة و23 سنة بنسبة 71.42% والفئة العمرية مابين 24 سنة إلى 29 سنة بنسبة 72% أما الفئة من 30 سنة فما فوق بنسبة 70 %والفترة أقل استعمالا هي الفترة الصباحية بحيث الفئة مابين 18 سنة و23 سنة بنسبة 8.57% والفئة العمرية مابين 24 سنة إلى 29 سنة بنسبة 8% أما الفئة من 30 سنة فما فوق بنسبة 10% أما ظهرا فتساوت فيها النسب ب 20%

يمكن تفسير هذه النتائج بأن الفترة الصباحية يكون فيها الطلاب في الجامعة للدراسة أما الأوقات الأخرى هي المناسبة لتصفح الانترنت حيث يبدأ الطالب بالتفرغ من اهتماماته اليومية وبالتالي فالفترة الليلية تعتبر بمثابة فترة مناسبة لجميع الأعمار للتفاعل الاجتماعي سواء الحقيقي أو الافتراضي الذي توفره الشبكة ، ضف إلى ذلك أن موقع الفايسبوك يتيح للمبحوثين اختيار الوقت الذي يريده للاستخدام عكس بعض الوسائل الأخرى.

- مع من يكون المتصفح للفايسبوك؟

جدول رقم (15) يبين مع من يكون المتصفح للفايسبوك

البيانات	التكرار	النسبة المئوي
لوحدك	55	78,57
مع زملائك	13	18,57
مع أحد أفراد العائلة	2	2,28
المجموع	70	100

تبين النتائج في الجدول أعلاه أن المبحوثين يتصفحون موقع الفايسبوك بمفردهم ، وقد بلغت هذه النسبة 78.57% تليها نسبة 18.57% من المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك مع زملائهم ، أما النسبة الأخيرة 2% فهي نسبة المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك مع أحد أفراد العائلة.

يمكن تفسير هذه النتائج إلى طبيعة الإستخدام الفردي والشخصي للفايسبوك وأيضا كما سبق وأن قلنا أن أغلبية الطلبة يتصفحون الفايسبوك من خلال الهاتف النقال والكمبيوتر المحمول الذي يتميز بملكية الفردية للشخص واستعماله الفردي مما يستدعي استخدام الفايسبوك بصفة فردية أيضا ، أما المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك مع أحد أفراد العائلة أو مع أحد الأصدقاء فقد يكون بدافع التسلية مع بعض أو البحث عن المعلومات للدراسة والتعلم.

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

الجنس	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
الفئات	ت	%	ت	%	ت	%
لوحدك	22	78,57	34	80,95	56	80
مع زملائك	4	14,28	5	11,9	9	12,85
مع أحد أفراد عائلتك	2	7,14	3	7,14	5	7,14
المجموع	28	100	42	100	70	100

تبين نتائج الجدول أعلاه أن الذكور والإناث يتفقون على الاستخدام الفردي لموقع الفايسبوك ، حيث نلاحظ أن الأغلبية يستخدمون الموقع لوحدهم وذلك بنسبة 78.57% بالنسبة للذكور و80.85% بالنسبة للإناث ، كما يتبين أن الذكور يتصفحون الفايسبوك مع الأصدقاء بنسبة 14.28% أكثر من الإناث حيث بلغت نسبتهن 11.90% ، بينما تتساوى النتائج ويتفق الإناث والذكور في استخدامهم للموقع الإجتماعي الفايسبوك مع أحد أفراد العائل وهي نسبة 7.14%.

يمكن تفسير هذه النتائج أن موقع الفايسبوك يتميز بالخصوصية الفردية سواء استخدمه جنس الذكور أم الإناث ،وأنه من غير اللائق أن يجلس معهم أحد وقت تصفحهم الفايسبوك مما زاد من ابتعادهم عن محيطهم الإجتماعي وعدم تفاعلهم مع من يعيشون لأنه جل أوقاتهم بمفردهم منعزلين مهتمين بالاتصال الوسيطي الالكتروني للفايسبوك.

جدول (17) يبين مع من يستخدم أفراد العينة "الفايسبوك" حسب متغير السن

البيانات	لوحدك		مع زملائك		مع أحد أفراد عائلتك	
	ت	%	ت	%	ت	%
من 18 سنة إلى 23 سنة	25	%71.42	9	%25.71	1	%2.85
من 24 سنة إلى 29 سنة	23	%92	1	%4	1	%4
من 30 سنة فما فوق	7	%70	3	%30	0	%0

تبين نتائج الجدول أن ارتفاع استخدام الفايسبوك بشكل فردي في جميع الفئات العمرية حيث الفئة مابين 18 سنة –23 سنة بلغت نسبتها 17.42% والفئة العمرية مابين 24 سنة –29 سنة بنسبة 92% أما الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق بنسبة 70% ، ونفس الترتيب في استخدام الفايسبوك مع الزملاء حيث الفئة مابين 18 سنة –23 سنة بلغت نسبتها 25.71% والفئة العمرية من 30 سنة فما فوق بنسبة 30% أما الفئة العمرية مابين 24 سنة– 29 سنة ، أما مع أحد أفراد العائلة الفئة العمرية مابين 18 سنة –23 سنة كانت نسبتها 2.85% والفئة العمرية مابين 24 سنة – 29 سنة نسبتها 4% والفئة العمرية من 30 سنة فما فوق كانت نسبتها منعدمة .

يمكن تفسير النتائج المتحصل عليها في الجدول أن موقع الفايسبوك يتميز بالخصوصية الفردية سواء استخدمه أي طالب في أي سن كان ،وأنه من غير اللائق أن يجلس معهم أحد وقت تصفحهم الفايسبوك مما زاد من ابتعادهم عن محيطهم الإجتماعي وعدم تفاعلهم مع من يعيشون لأنه جل أوقاتهم بمفردهم منعزلين مهتمين بالاتصال الوسيطي الالكتروني للفايسبوك. أي أن جميع الفئات العمرية تستخدم الفايسبوك بشكل فردي .

المبحث الثالث: التحليل الكمي والكيفي لدوافع استحدام الموقع الإجتماعي "الفايسبوك"

- **دوافع إستخدام الموقع الإجتماعي " الفايسبوك"**

جدول (18) يبين دوافع استخدام "الفايسبوك".

البيانات	التكرار	النسبة المئوية
التواصل مع الأصدقاء والأقارب	59	15,4
زيادة المعلومات	11	2,87
الترفيه والتسلية	60	15,66
لتمضية الوقت	43	11,22
للتعرف على أشخاص جدد	50	13,05
للتعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث	39	10,18
للهروب من الواقع	26	6,78
للتخلص من الفراغ العاطفي	48	12,53
للتخلص من القلق والملل	47	12,27

يلاحظ المتأمل لنتائج الجدول أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون موقع التواصل الإجتماعي الفايسبوك بدافع "التواصل مع الأصدقاء والأهل" وذلك بنسبة 15.66% يليها دافع "الترفيه والتسلية" بنسبة 15.40% أما دافع "التعرف على أشخاص جدد" وصلت نسبته 13.05% يليه دافع "التخلص من الفراغ العاطفي" فكانت نسبته 12.53% ، أما نسبة 12.27% من المبحوثين يدفعهم تصفح اللفايسبوك هو " التخلص من القلق والملل" ودافع "تمضية الوقت" كان بنسبة 11.22% ، ثم يأتي دافع "التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية" بنسبة 10.18%، أما الدافع ما قبل الأخير بنسبة 6.78% من المبحوثين هو "الهروب من الواقع" ، والنسبة التي احتلت المرتبة الأخيرة بنسبة 2.87% هي" زيادة المعلومات والمعارف".

إذن تأتي هذه النتائج لتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون موقع الفايسبوك " للتواصل مع الأهل والأصدقاء وهو ما يحيلنا على الحيز الكبير الذي يشغله الاتصال الوسيطي في حياة الأفراد اليوم لتكوين أصدقاء وزملاء افتراضيين موزعين عبر مختلف أرجاء العالم مستغنين عن الاتصال المباشر والإلتقاء بالأهل والأصدقاء وجها لوجه، كذلك نلاحظ أن من أهم الدوافع لاستخدام الفايسبوك هو الترفيه والتسلية نتيجة الامتيازات والخدمات التي يقدمها الفايسبوك مما يجعل الطالب يرفه عن نفسه ويتسلى بها بدلا من أن يرفه عن نفسه مع من يعيش في محيطه الاجتماعي والاتصال بهم للتسلية وبالتالي زيادة المحبة والأخوة والألفة بدلا من العزلة والوحدة ، ومن جهة أخرى نجد أن بعض المستخدمين يلجئون إلى استخدام موقع التواصل الإجتماعي الفايسبوك للتعرف على أشخاص جدد كذلك التخلص من الفراغ العاطفي وبالتالي رغبات وحاجات الطالب هنا يلبيها له الفايسبوك ويمنعه من التواصل مع أفراد مجتمعه لتلبية هذه الرغبات والحاجات هذا ما يؤدي إلى قلة الاتصال المباشر الشخصي مع الجماعات الأولية للطالب الجامعي وبالتالي تكوين علاقات إجتماعية أحسن وأفيد له، أما الدافع الذي كانت نسبة مستخدميه ضئيل جدا وهي "زيادة المعلومات والمعارف رغم حاجة الطلبة لهذا الموقع من أجل العلم والمعرفة وبالتالي لا يتوافق مع خصائص عينة البحث التي هي الطلبة الجامعيين الذين يتميزون بالبحث دائما والانتفاع بالمعارف والعلم كذلك الإطلاع والإكتشاف من أجل تطوير قدراتهم الفكرية والعلمية خاصة وأن الفايسبوك وسيلة مواكبة لكل جديد باستمرار.

جدول (19) يبين دوافع استخدام "الفايسبوك" حسب متغير الجنس.

الجنس	الذكور		الإناث	
البيانات	ت	%	ت	%
التواصل مع الأصدقاء والأقارب	10	35,71	12	28,57
زيادة المعلومات	4	14,28	7	16,66
الترفيه والتسلية	28	100	42	100
لتمضية الوقت	20	71,42	23	54,76
للتعرف على أشخاص جدد	25	89,28	25	59,52
للتعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث	15	53,57	24	57,14
للهروب من الواقع	15	53,57	11	26,19
للتخلص من الفراغ العاطفي	25	89,28	23	54,76
للتخلص من القلق والملل	24	85,71	23	54,76

يبين الجدول أعلاه أن الذكور يميلون إلى التواصل مع الأصدقاء بنسبة 35.71% أكثر من الإناث بنسبة 28.57% أما زيادة المعلومات تميل إليها الإناث بنسبة 16.66% أكثر من الذكور بنسبة 14.28% ، دافع الترفيه والتسلية يتساوى في تحبيذها الذكور والإناث بنسبة 100%، دافع تمضية الوقت الذكور يميلون إليه بنسبة 71.42% أكثر من الإناث بنسبة 54.76% ، كذلك دافع التعرف على أشخاص جدد الذكور يميلون إليه بنسبة 89.28% أكثر من الإناث بنسبة 59.52%، دافع التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الإناث تحبذنه بنسبة 57.14% أكثر من الذكور بنسبة 53.57% ، دافع الهروب من الواقع الذكور يحبذونه بنسبة 53.57% أكثر من الإناث بنسبة 26.19% ، دافع التخلص من الفراغ العاطفي بلغت نسبته عند الذكور 89.28% أما الإناث 54.76% ، وأخيرا دافع التخلص من القلق والملل بلغت نسبته عند الذكور 85.71% أما الإناث فبلغت 54.76%

يمكن تحليل النتائج أعلاه أن هناك اختلاف في دوافع استخدام الفايسبوك من كلا الجنسين حيث نجد الذكور والإناث يتفقون في دافع الترفيه والتسلية ، أما باقي الدوافع فنجدها متباينة النسب كل حسب خصوصيته.

- **الخدمات التي يقدمها موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"**

جدول (20) يبين الخدمات التي يقدمها "الفايسبوك"

البيانات	التكرار	النسبة
معرفة أخبار المشاهير	**54**	**14,51**
مشاركة الصور	**58**	**15,59**
مشاركة الروابط	**55**	**14,78**
مشاركة الفيديو	**59**	**15,86**
الألعاب	**14**	**3,76**
الدردشة	**60**	**16,61**
التطبيقات	**12**	**3,22**
التعليقات	**60**	**16,12**
المجموع	**372**	**100**

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن خدمة الدردشة بلغت نسبتها 16.61% تأتي بعدها خدمة التعليقات بنسبة 16.12% تليها مشاركة الفيديو بنسبة 15.59% ، بعدها مشاركة الصور بنسبة 15.59% ، ثم تليها مشاركة الروابط بنسبة 14.78% ثم تأتي بعدها معرفة أخبار المشاهير بنسبة 14.51% ، تليها خدمة الألعاب بنسبة 3.76% وفي الأخير التطبيقات 3.22%.

يمكن تحليل النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول أن خدمتي الدردشة والتعليقات من الخدمات المفضلة عند الطلاب خاصة الدردشة التي يميل إليها الطلاب وهي خاصية مميزة في الفايسبوك والتي تستهوي جميع الطلاب كذلك التعليقات تعد خاصية مميزة تستهوي العديد من الطلبة في الفايسبوك ضف إلى ذلك

مشاركة الفيديو والصور والروابط للتواصل مع بعضهم البعض وتمضية أوقات طويلة في التواصل.

جدول (21) يبين الخدمات التي يقدمها "الفايسبوك" حسب متغير الجنس .

الجنس	الذكور		الإناث	
البيانات	ت	%	ت	%
أخبار معرفة المشاهير	26	9,31%	28	10,72%
مشاركة الصور	28	100%	30	71.42%
مشاركة الروابط	26	92.85%	29	69.04%
مشاركة الفيديو	28	100%	73.80	11,11%
الألعاب	8	3%	6	2%
الدردشة	28	100%	42	100%
التطبيقات	7	2,50%	5	1,91%
التعليقات	28	100%	42	100%

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن هناك إختلافا في الخدمات التي يقدمها موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك بين فئة الذكور وفئة الإناث ، وبالتالي فهناك فروق جوهرية بين الجنسين ، فرغم الاتفاق في بعض الخدمات إلا أن توزيع النسب كان متفاوتا بينهما ففي الوقت الذي يقدم فيه الفايسبوك التعليقات يفضلها نسبة 100% من ذكور العينة ونسبة 100% من الإناث تفضلن نفس الخدمة، وتميل الإناث والذكور إلى خدمة الدردشة بنسبة تقدر ب 100% ، وتشير نتائج الجدول أيضا أن الذكور يميلون لمشاركة الروابط والصور والفيديو أكثر من الإناث ، في حين يفضل الذكور الروابط أكثر من الإناث بنسبة 92.85% أما الإناث بنسبة 69.04% ، كذلك معرفة أخبار المشاهير تقدر نسبة الإناث 10.72% أما الذكور 9.31 %، وفي الأخير يفضل الذكور الألعاب أكثر من الإناث بنسبة 2.86% والبنات بنسبة 2.29% رغم تقارب النسب.

يعد موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك وسيلة إجتماعية استطاعت أن تلبي جميع رغبات الطلبة من خلال الخدمات التي تقدمها يوميا ودون مقابل نقدي وسهولة ومرونة استخدامها عبد الطريق للنخبة الجزائرية باستغنائها الجزئي عن مفعول الاتصال المباشر الشخص للأفراد وبالتالي أهمل مثل هذا الاتصال الذي يقدم جميع الخدمات التي يقدمها منافسه الاتصال الوسيطي ، وغيب مفعوله التفاعلي الاجتماعي وبالتالي الشعور بالملل والاكتئاب والهروب لتصفح الفايسبوك لأنه فيه تشويق أكثر خاصة الطلبة الذين لا يزالون في سن المراهقة سريعون الملل .

المبحث الرابع: موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك والاتصال الشخصي

أوضحت نتائج الدراسة أن هناك تباينا في استجابات أفراد العينة عن الأسئلة المتعلقة بمعرفة تأثير اتصالهم عبر الفايسبوك في اتصالهم الشخصي المباشر مع أسرهم ومعارفهم من حيث مقدار الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه، ومن حيث عمق المشاعر التي كونوها نحو من تعرفوا إليهم عبر هذه الوسيلة وسنقوم الآن برصد لإجاباتهم عن الأسئلة المتعلقة بهذا البعد كما يأتي :

عبارة رقم 01: استخدامك للفايسبوك قلل من اتصالك المباشر بأقاربك

جدول (22) يبين هل استخدام الفايسبوك قلل من الاتصال المباشر بالأقارب

البيانات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	24	%34,28
محايد	9	%12,85
لا أوافق	37	%52,85
المجموع	70	%100

يتبين من خلال الجدول أن نسبة الذين لا يوافقون على العبارة أعلاه بلغت 52.85% والموافقون عليها بلغت نسبتهم 34.28% أما نسبة المحايدين بلغت 12.85%

يمكن تحليل النتائج المتحصل عليها أن أغلبية الطلبة غير موافقين على أن الفايسبوك قلل من اتصالهم المباشر بالفايسبوك وهذا راجع للدور الفعال الذي بقوم به الاتصال المباشر بين أعضاء الأسرة والأقارب إلا أنه هناك نسبة لا بأس بها تقدر ب34.28% قلل استخدامها للفايسبوك اتصالها المباشر بالأقارب وهذا راجع للدور الذي يلعبه الفايسبوك في إشغال وإلهاء الطلبة عن التواصل مع أقاربهم .

جدول (23) يبين هل استخدام الفايسبوك قلل من الاتصال المباشر بالأقارب

حسب متغير الجنس .

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	10	41,66	3	3,33	15	40,54
الإناث	14	58,83	6	6,66	22	59,45
المجموع الكلي	24	99,99	9	9,99	37	99,99

نلاحظ من خلال الجدول أن الإناث يؤيدن العبارة التي تقول "استخدامك للفايسبوك قلل من اتصالك بأقاربك" وذلك بنسبة 58.83% في حين كانت نسبة الذكور 41.66 % أما الذين وافقوا على هذه العبارة كانت نسبتهم كالتالي الإناث 58.83% أما الذكور فبلغت نسبتهم 41.66%، وفي الأخير كلمة محايد أشارت إليها الإناث بنسبة 59.45% أما الذكور كانت نسبهم 40.54%.

من خلال هذه النتائج يتبين لنا الأرقام المتحصل عليها قريبة نوعا ما فالنسبة الكبيرة من الذكور يروا أن علاقاتهم مع أقاربهم ومعارفهم تراجعت بسبب الفايسبوك أما الإناث عكس الذكور فكانت أغلبيتهن غير موافقات على هذه العبارة ، وأن علاقتهن بأسرهن وأصدقائهن لم تتغير ، رغم أنهن أكثر استعمالا للفايسبوك لكنهن غير متأثرات بهن لدرجة قلة تفاعلهن مع أسرهن وأصدقائهن ، لكن لا ننسى أن نسبة كبيرة منهن التي تقدر 58.83% يوافقن على تراجع علاقتهن بأهلهن وهذه نسبة لا بأس بها .

جدول (24) يبين هل استخدام الفايسبوك قلل من الاتصال المباشر بالأقارب

حسب متغير الجنس .

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	ت	%	ت	%	ت	%
من 18 سنة إلى 23 سنة	13	37.14	4	11.42	18	51.42
من 24 سنة إلى 29 سنة	11	44	4	16	10	40
من 30 سنة فما فوق	0	0	1	10	9	90

من خلال الجدول أعلاه بلغت نسبة عبارة لا أوافق ب 51.42% عند الفئة العمرية مابين 18 سنة –23 سنة وب 40% عند الفئة العمرية مابين 24 سنة و29 سنة وب 90% عند الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق أما عبارة موافق بلغت نسبتها عند الفئة العمرية مابين 18 سنة –23 سنة نسبة 37.14% وعند الفئة العمرية مابين 24 سنة –29 سنة نسبة 44% أما الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق بلغت نسبة 0% ، في حين بلغت نسبة الذين أجابوا بعبارة محايد عند الفئة

العمرية 18 سنة –23سنة 11.42% وعند الفئة العمرية مابين 24 سنة –29 سنة 16% أما الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق فكانت نسبتها 10%.

يمكن تفسير هذه النتائج أن الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق هي الفئة التي لم تتأثر بالفايسبوك وأن طريقة اتصالها مع الأسرة لازالت على حالها لم تتراجع ويعود هذا لوعيهم بأهمية العلاقات الاجتماعية والأسرية بالأخص التواصل المباشر حيث يعتبرونه ضروري لبناء العلاقات الاجتماعية في حين الفئة العمرية مابين 18 سنة – 23 سنة نسبة معتبرة منها قلل استخدامها للفايسبوك اتصالها المباشر بالأسرة ويرجع هذا إلى أن هذه الفئة أكثر إدمانا بالفايسبوك واستخداما له مما قلل من اتصالهم الشخصي بالأهل .

عبارة رقم 02 :" تقض وقتا مع الفايسبوك أكثر من الأهل ".

جدول (25) يبين مع من يقضي الطالب وقتا أكثر الفايسبوك أم الأهل

البيانات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	24	%34,28
محايد	15	%21.42
لا أوافق	31	%44.28
المجموع	70	%100

تبين نتائج الجدول أن نسبة 44.28% يقضون وقتهم مع الفايسبوك أكثر من الأهل ، ونسبة 34.28% لا يقضون وقتا مع الفايسبوك أكثر من الأهل ، أما نسبة المحايدين بلغت 21.42%.

يمكن تحليل الجدول أن هناك نمط جديد من أنماط الاتصال موجود بين الطلبة والذي يتمثل في الاتصال الوسيطي عن طريق الفايسبوك الذي يحاول عرقلة مهمة ودور الاتصال الشخصي الذي ولد عليه الانسان في التواصل به مع الأهل .

جدول (26) يبين مع من يقضي الطالب وقتا أكثر الفايسبوك أم الأهل حسب متغير الجنس

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	12	36,36	10	66,66	11	35.45
الإناث	21	63,63	5	33,33	20	64.51
المجموع الكلي	24	100	15	100	31	100

يوضح الجدول أعلاه أن هناك اختلاف في آراء المبحوثين الذكور منهم والإناث حيث يبين الجدول أن الذكور يوافقون على أنهم يقضون وقتا مع الفايسبوك أكثر من الأهل والأصدقاء بنسبة 23.23% كذلك الإناث كانت نسبتهن 63.63% أما فيما يخص الإناث فكانت الأغلبية غير موافقات على هذه العبارة بنسبة 64.51% أما الذكور فكانت نسبتهم 35.45%.

يتبين من خلال الجدول أن هذه النسب تؤشر على تشكل نمط جديد من أنماط الاتصال بين الطلبة الذي يتمثل في الاتصال الوسيطي عن طريق الفايسبوك الذي أضحى ينافس الاتصال التقليدي المتمثل في الاتصال المباشر بحيث أصبح يخصص له وقت كبير من طرف الطلبة الجامعيين وهذا راجع بعدم الشعور بمرور الوقت عند تصفحهم الفايسبوك .

جدول رقم (27) يبين مع من يقضي وقتا أكثر الفايسبوك أم الأهل حسب متغير السن

البيانات	موافق	محايد	لا أوافق

	ت	%	ت	%	ت	%
من 18 سنة إلى 23 سنة	**13**	**37.14**	**4**	**11.42**	**18**	**51.42**
من 24 سنة إلى 29 سنة	**11**	**44**	**9**	**36**	**5**	**20**
من 30 سنة فما فوق	**0**	**0**	**2**	**20**	**8**	**80**

يوضح الجدول أعلاه ارتفاع نسبة الذين لايوافقون على العبارة أعلاه كانت الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق وذلك بنسبة 80% والفئة العمرية مابين 18 سنة – 23 سنة أما الفئة العمرية مابين 24 سنة – 29 سنة أغلبيتهم وافقوا على أنهم يقضون وقتا مع الفايسبوك أكثر من الأهل .

يمكن تفسير هذه النتائج أن هذه الفئة العمرية من 24 سنة – 29 سنة أصبحت مدمنة على هذه التقنية وذلك لاستعمالها أكثر من ساعتين في اليوم كذلك الفئة العمرية مابين 18 سنة – 23 سنة التي وافقت على العبارة أعلاه بنسبة 37.14% وهذه نسبة معتبرة حيث تستعمل الفايسبوك كذلك أكثر من ساعتين ما أدى إلى قلة التواصل المباشر مع الأهل.

عبارة رقم 03" الوقت الذي تمضيه في التعامل مع الفايسبوك أكثر من التعامل مع الأصدقاء وجها لوجه".

جدول رقم (28) يبين مع من يقضي الطالب وقتا أكثر الفايسبوك أم امع الأصدقاء

البيانات	**التكرار**	**النسبة المئوية**
موافق	**27**	**%38.57**
محايد	**7**	**%10**
لا أوافق	**36**	**%51.42**
المجموع	**70**	**%100**

تبين نتائج الجدول أن 51.42% من الطلبة لا يوافقون على أن الوقت الذي يقضونه في التعامل مع الفايسبوك أكثر من التعامل مع الأصدقاء وجها لوجه ونسبة 38.57% موافقين على ذلك أما المحايدين بلغت نسبتهم 10%.

يمكن تحليل النتائج المتحصل على أنه هناك تأثير ولو نسبي على الطلبة حول تأثير الفايسبوك على الاتصال الشخصي بالأصدقاء وجها لوجه.

جدول رقم (29) يبين مع من يقضي وقتا أكثر الفايسبوك أم امع الأصدقاء حسب متغير الجنس

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	13	%46.42	2	%7.14	13	%46.42
الإناث	14	%33.33	5	%11.90	23	%54.76
المجموع الكلي	27	%38.57	7	%10	36	%51.42

يوضح الجدول أعلاه أن أغلبية الطلبة لا يقضون وقتهم في التعامل مع الفايسبوك أكثر من التعامل مع الأصدقاء وجها لوجه ، وذلك بنسبة 51.42% بينما الذين يمضون وقتهم في التعامل مع الفايسبوك أكثر من التعامل مع الأصدقاء وجها لوجه فكانت نسبتهم 38.57% والذين كانو محايدين بلغت نسبتهم 10%.

أما نسبة الإناث اللائي لا يوافقن على العبارة أعلاه بلغت 46.42% أما الموافقات عليها بلغت نسبتهن 33.33% ونسبة المحايدات بلغت 11.90%.

وفيما يخص الذكور فقد تساوت نسبة الموافقون وغير الموافقون على العبارة أعلاه ب46.42% أما نسبة المحايدين فبلغت 7.14%.

تبين نتائج الجدول أنه رغم هذه النسب إلا أنه هناك تأثير على الطلبة الجامعيين بالفايسبوك في اتصالهم المباشر بالأصدقاء فنسبة الطلبة الذين لايوافقون على هذه العبارة لا بأس بها (38.57%) حتى نستطيع أن نقول أن هناك تأثير من طرف الفايسبوك على الطلبة الجامعيين وبالتالي تؤكد هذه النتائج سيطرة هذا النمط الإتصالي الجديد الذي من شأنه أن يؤثر على الاتصال المباشر مع الأصدقاء من خلال تخصيص وقت أكثر للفايسبوك على حساب الأصدقاء خاصة الذكور الذين يمضون وقتا أكثر من الإناث في تمضية الوقت مع الأصدقاء عن طريق الفايسبوك.

جدول رقم (30) يبين مع من يقضي وقتا أكثر الفايسبوك أم مع الأصدقاء حسب متغير السن.

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	ت	%	ت	%	ت	%
من 18 سنة إلى 23 سنة	20	57.14	2	5.71	13	37.14
من 24 سنة إلى 29 سنة	6	24	5	20	14	56
من 30 سنة فما فوق	1	10	0	0	9	90

تبين نتائج الجدول أعلاه ارتفاع نسبة الذين وافقوا على عبارة الوقت الذي تمضيه في التعامل مع الفايسبوك أكثر من التعامل مع الأصدقاء وجها لوجه حيث بلغت 57.14% عند الفئة العمرية مابين 18 سنة و23 سنة أما الذين لم يوافقوا على هذه العبارة فكانت الفئة العمرية مابين 24 سنة –29 سنة بنسبة 56% والفئة العمرية من 30 سنة فما فوق بنسبة 90%.

يمكن تفسير هذه النتائج أن الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق تقضي وقتا مع الأصدقاء وجها لوجه أكثر من الفايسبوك راجع لعدم استخدامها الفايسبوك أكثر من ساعة ومرة واحدة في اليوم وبالتالي فهي غير مدمنة على هذه التقنية على عكس الفئة العمرية مابين 18 سنة – و23 سنة التي بدأت تستغني عن الاتصال المباشر بالأصدقاء والدردشة والتواصل معهم عن طريق الفايسبوك.

عبارة رقم 04" تشعر أن العلاقات التي كونتها مع الآخرين من كلا الجنسين عن طريق الفايسبوك هي نفس العلاقات التي كونتها عن طريق اتصالك الشخصي المباشر".

جدول رقم (31) يبين العلاقات المكونة مع الآخرين من كلا الجنسين عن طريق الفايسبوك هي نفس العلاقات المكونة عن طريق الاتصال الشخصي المباشر

البيانات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	12	%17.14
محايد	1	%1.42
لا أوافق	36	%51.42
المجموع	70	%100

يوضح لنا الجدول أعلاه أن نسبة الغير موافيقن على العبارة أعلاه بلغت 51.42% أما نسبة الذين وافقوا على العبارة بلغت 17.14% أما نسبة المحايدين بلغت 1.42%.

يمكن تحليل النتائج المتحصل عليها أن الطلبة مؤمنين بالعلاقات التي تكون وجها لوجه وأنها تعبر عن مشاعر صادقة وطويلة الأثر على عكس العلاقات التي تكون عن طريق الفايسبوك ، إلا أنه هناك نسبة معتبرة تؤمن بأن العلاقات التي يتم تكوينها عن طريق الاتصال الشخصي هي نفسها العلاقات التي يتم تكوينها على

الفايسبوك وبالتالي هناك منافسة بين الاتصالين في تكوين العلاقات لدى الطلبة وكل يحاول التأثير على الطالب في استعمال الاتصال الأنسب لتكوين علاقات يضن أنها تدوم لفترة أطول .

جدول رقم (32) يبين العلاقات المكونة مع الآخرين من كلا الجنسين عن طريق الفايسبوك هي نفس العلاقات المكونة عن طريق الاتصال الشخصي المباشر حسب متغير الجنس.

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	5	%17.85	0	%0	23	%82.14
الإناث	7	%16.66	1	%2.38	34	%80.95
المجموع الكلي	12	%38.57	1	%10	36	%51.42

الجدول أعلاه يوضح أن الطلبة غير موافقين على عبارة أنهم يشعرون بأن العلاقات التي تم تكوينها مع الآخرين من كلا الجنسين عن طريق الفايسبوك هي نفس العلاقات التي تم تكوينها عن طريق اتصالهم الشخصي المباشر وذلك بنسبة 81% أما الذين يوافقون على هاته العبارة فبلغت نسبتهم 17.14% ونسبة قليلة جدا تقدر ب 1.42% كانت محايدة .

كما يوضح الجدول أن نسبة الإناث الغير الموافقات على العبارة أعلاه بلغت80.90% في حين بلغت نسبة الذكور 82.14% أما نسبة الإناث الموافقات على العبارة أعلاه بلغت 16.66% أما نسبة الذكور بلغت 17.85%في حين بلغت نسبة الإناث المحايدات 2.38% أما الذكور 0%.

تفسر النتائج المتحصل عليها على أن الطلبة ذكورا كانوا أم إناث أكثر إيمانا بالعلاقات التي تكون مع الأصدقاء وجها لوجه وأنها تعبر عن مشاعر صادقة وطويلة الأمد أي أنهم يؤمنون بالمشاعر الإنسانية الحية ، على عكس العلاقات التي تكون على الفايسبوك والتي تسمى بالمشاعر الإلكترونية أيضا هناك نسبة لا بأس بها تقدر ب 17.14% تؤمن بأن الفايسبوك له القدرة على تكوين علاقات قوية بين الأفراد وتدوم لفترات طويلة ، وبالتالي الاتصال الشخصي ليس الوحيد الذي يساعد في تكوين علاقات قوية بين الأفراد.

جدول رقم (33) يبين العلاقات المكونة مع الآخرين من كلا الجنسين عن طريق الفايسبوك هي نفس العلاقات المكونة عن طريق الاتصال الشخصي المباشر حسب متغير السن.

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	ت	%	ت	%	ت	%
من 18 سنة إلى 23 سنة	8	22.85	1	2.85	26	74.28
من 24 سنة إلى 29 سنة	4	16	0	0	21	84
من 30 سنة فما فوق	0	0	0	0	10	100

تبين نتائج الجدول أن أغلبية الفئات العمرية المختلفة لا توافق على العبارة القائلة "تشعر أن العلاقات التي كونتها مع الآخرين من كلا الجنسين عن طريق الفايسبوك هي نفس العلاقات التي كونتها عن طريق اتصالك الشخصي المباشر" بحيث كانت نسبة الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق نسبة 100% والفئة العمرية مابين 24 سنة – 29 سنة بنسبة 84% أماالفئة الأخيرة مابين 18 سنة – 23 سنة بنسبة 74.28%.

الطلبة أكثر إيمانا بالعلاقات التي تكون مع الأصدقاء وجها لوجه وأنها تعبر عن مشاعر صادقة وطويلة الأمد أي أنهم يؤمنون بالمشاعر الإنسانية الحية ، في حين أن هناك نسبة 22.85% من الفئة العمرية 18 سنة – 23 سنة نوافق على العبارة أعلاه وبالتالي الاتصال الشخصي ليس الوحيد الذي يساعد في تكوين علاقات قوية بين الأفراد عن طريق الفايسبوك بحيث حل محل الاتصال الشخصي المباشر بين الأفراد في تكوين العلاقات الاجتماعية.

عبارة رقم 05" تشعر أن زياراتك لأقاربك تقل منذ بدأت تستخدم الفايسبوك". جدول رقم (34) يبين تأثير الفايسبوك على الزيارات العائلية

البيانات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	12	%17.14
محايد	1	%1.42
لا أوافق	36	%51.42
المجموع	70	%100

يبين الجدول أن المبحوثين الذين لم يوافقوا على العبارة أعلاه بلغت 51.42% ، نسبة الموافقين عليها بلغت 17.14% ، في حين بلغت نسبة المحايدين 1.42%.

يمكن تحليل هذه النتائج من أن الإستغراق في استخدام الفايسبوك لفترات طويلة منشغلين بالدردشة ، ومشاركة الصور ، الفيديو ،التطبيقات والألعاب وغيرها من الخدمات التي يقدمها الفايسبوك لمستعمليه يجعل المبحوث لا يجد وقت كافي ليتواصل مع أقاربه مباشرة وزيارتهم في بيوتهم شخصيا وبالتالي الحفاظ على صلة الرحم ، كما أن الفايسبوك يساعده في الاستغناء للقيام بهذا العمل من خلال تواصل المبحوث بأقاربه عن طريقه (الفايسبوك) والدردشة مع الأهل والأقارب وبالتالي توفير الجهد والقضاء على الاتصال الشخصي بين الأهل.

جدول رقم (35) يبين تأثير الفايسبوك على الزيارات العائلية حسب متغير الجنس.

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	23	%82.14	2	%7.14	3	%10.71
الإناث	30	%71.42	4	%9.52	8	%19.04
المجموع الكلي	53	%75.71	6	%8.57	11	%15.71

عبر المبحوثين الطلبة بكلمة موافق على عبارة " تشعر بأن زياراتك لأقاربك تقل منذ بدأت تستخدم الفايسبوك " بنسبة 75.71% أما الذين لا يؤيدون هذه العبارة بلغت نسبتهم 15.71%، أما المحايدين فكانت 8.57% كما بين الجدول أن نسبة الذكور الموافقون على العبارة أعلاه بلغت 82.14% ونسبة الإناث بلغت 71.42% أما نسبة الإناث الغير موافقات على العبارة أعلاه بلغت 19.04% أما نسبة الذكور فبلغت 10.71% في حين بلغت نسبة المحايدات 9.52% أما نسبة الذكور 7.14% .

يمكن تحليل هذه النتائج من أن الإستغراق في استخدام الفايسبوك لفترات طويلة منشغلين بالدردشة ، ومشاركة الصور ، الفيديو ،التطبيقات والألعاب وغيرها من الخدمات التي يقدمها الفايسبوك لمستعمليه يجعل المبحوث ذكر كان أم أنثى لا يجد وقت كافي ليتواصل مع أقاربه مباشرة وزيارتهم في بيوتهم شخصيا وبالتالي الحفاظ على صلة الرحم كما أن الفايسبوك يساعده في الاستغناء للقيام بهذا العمل من

خلال تواصل المبحوث بأقاربه عن طريقه (الفايسبوك) والدردشة مع الأهل والأقارب وبالتالي توفير الجهد والقضاء على الاتصال الشخصي بين الأهل.

جدول رقم (36) يبين تأثير الفايسبوك على الزيارات العائلية حسب متغير السن

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	ت	%	ت	%	ت	%
من 18 سنة إلى 23 سنة	23	65.71	6	17.14	6	17.14
من 24 سنة إلى 29 سنة	20	80	0	0	5	20
من 30 سنة فما فوق	10	100	0	0	0	0

تبين نتائج الجدول أن أغلبية الفئات العمرية موافقة على العبارة التي تقول أن زياراتهم لأقاربهم بدأت تقل منذ بدؤوا استخدام الفايسبوك حيث وصلت نسبة الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق 100% والفئة العمرية مابين 24 سنة – 29 سنة بنسبة 80% أما الفئة الأخيرة مابين 18 سنة – 23 سنة بنسبة 65.71%.

يمكن تفسير هذه النتائج أن الإستغراق في استخدام الفايسبوك لفترات طويلة منشغلين بالدردشة ، ومشاركة الصور ، الفيديو ،التطبيقات والألعاب وغيرها من الخدمات التي يقدمها الفايسبوك لمستعمليه يجعل المبحوث لا يجد وقت كافي ليتواصل مع أقاربه مباشرة وزيارتهم في بيوتهم شخصيا وبالتالي الحفاظ على صلة الرحم ، كما أن الفايسبوك يساعده في الاستغناء للقيام بهذا العمل من خلال تواصل المبحوث بأقاربه عن طريقه (الفايسبوك) والدردشة مع الأهل والأقارب وبالتالي توفير الجهد والقضاء على عكس الاتصال الشخصي بين الأهل.

عبارة رقم 06" تشعر أن نشاطاتك الإجتماعية في المناسبات العائلية تراجعت منذ بدأت تستخدم الفايسبوك"

جدول رقم (37) يبين تأثير الفايسبوك على النشاطات العائلية

البيانات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	51	%72.85
محايد	2	%2.85
لا أوافق	17	%24.85
المجموع	70	%100

تبين نتائج الجدول أن نسبة الموافقين على أن النشاطات الاجتماعية في المناسبات العائلية تراجعت منذ بدأت تستخدم الفايسبوك بلغت 72.85% أما نسبة الغير موافقين على ذلك بلغت 24.85 %في حين بلغت نسبة المحايدين 2.85%.

يمكن تحليل نتائج الجدول أن هناك تأثير كبير على التفاعل الاجتماعي الحي بسبب استخدام الفايسبوك حيث أن الاتصال الشخصي قل دوره في تفعيل مثل هذه النشاطات وهذا راجع للدور الذي يقوم به الفايسبوك ملغيا مثل هذه النشاطات الحية التي تعزز فيها العلاقات بين الأفراد.

البيانات	موافق	محايد	لا أوافق

	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	21	%75	0	%0	8	%28.57
الإناث	30	%71.42	2	%4.76	9	%19.04
المجموع الكلي	51	%72.85	2	%2.85	17	%24.28

جدول رقم (38) يبين تأثير الفايسبوك على النشاطات العائلية حسب متغير الجنس.

تشير نتائج الجدول إلى أن نسبة المبحوثين موافقون على العبارة القائلة " تشعر أن نشاطاتك الإجتماعية في المناسبات العائلية تراجعت منذ بدأت تستخدم الفايسبوك " كانت 72.85% تليها كلمة لا أوافق على هذه العبارة بنسبة 17% ، أما كلمة محايد على العبارة أعلاه فبلغت 2.85% .وفيما يخص نسبة الإناث الموافقات على العبارة المذكورة بلغت 71.42% أما نسبة الذكور الموافقون بلغت 75% ونسبة الإناث الغير موافقات على العبارة بلغت 19.04% وبلغت نسبة الذكور الغير موافقون على العبارة 28.57% في حين بلغت نسبة المحايدات 4.76% وانعدمت نسبة المحايدون.

إذن كان القصد من هذا السؤال معرفة تأثير الفايسبوك على التفاعل الإجتماعي الذي يكون فيه الإتصال المباشر الشخصي وذلك بمشاركة الآخرين النشاطات الإجتماعية كالحفلات والتهاني والنجاح والعزاء ... وغيرها من النشاطات المعروفة في المجتمع الجزائري ، إلا أن هناك تراجع نوع ما في ممارسة هذه النشاطات ، وهذا ما أكدته نسبة 72.85% أنهم موافقون على العبارة أعلاه كما تقاربت نسبة الإناث مع الذكور ولا فرق بينهما، إذن حتى هذه النشاطات أصبح المبحوثين يقومون بها عن طريق الفايسبوك مستغنين عن القيام بها عن طريق التواصل المباشر للتهنئة أو التعزية وغير ذلك ....

جدول رقم (39) يبين تأثير الفايسبوك على النشاطات العائلية حسب متغير السن.

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	ت	%	ت	%	ت	%
من 18 سنة إلى 23 سنة	34	97.14	1	2.85	0	0
من 24 سنة إلى 29 سنة	25	100	0	0	0	0
من 30 سنة فما فوق	2	20	1	10	7	70

تبين نتائج الجدول ارتفاع نسبة كلمة لا أوافق ب 70% عند الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق ، وارتفاع نسبة عبارة موافق على "تشعر أن نشاطاتك الإجتماعية في المناسبات العائلية تراجعت منذ بدأت تستخدم الفايسبوك" عند الفئة العمرية مابين 24 سنة – 29 سنة بنسبة 100% والفئة العمرية مابين 18 سنة – 23 سنة بنسبة 97.14%.

يمكن تحليل هذه النتائج أن الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق على تؤمن بالتفاعل الإجتماعي الذي يكون فيه الإتصال المباشر الشخصي وذلك بمشاركة الآخرين النشاطات الإجتماعية على عكس الفئات العمرية الأخرى الذين أصبحوا يعتمدون على الفايسبوك للقيام بهذه النشاطات مستغنين عن الاتصال الشخصي حيث تعتمد الفئة العمرية التعزية والتهنئة وغيرها من النشاطات بالإعتماد على الفايسبوك.

عبارة رقم 07 " تشعر أن علاقاتك عن طريق الفايسبوك تسمح لك بالتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع أكثرمن اتصالك بهم وجها وجه "

جدول رقم (40) يبين حديث الفرد في الفايسبوك بصراحة أكثر من الاتصال الشخصي أم لا.

البيانات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	55	%78.57
محايد	10	%14.28
لا أوافق	17	%24.85
المجموع	70	%100

يبين الجدول أعلاه أن نسبة الموافقين على العبارة أعلاه بلغت 78.57%أما نسبة الغير الموافقين عليها بلغت 24.85% ، في حين بلغت نسبة المحايدين 14.28%.

يمكن تحليل هذه النتائج أن المبحوثين يشعرون بالراحة والإطمئنان مع الأشخاص الإفتراضيين أحسن من الأصدقاء والأسرة وهذا راجع إلى ضعف العلاقة الموجودة بين الطلبة وأسرهم وأصدقائهم ، كذلك تعبر عن نقص الثقة فيما بين الأفراد هذا ماأدى إلى الهروب لبناء علاقات إفتراضية يستطيع الطالب فيها تفريغ مشاعرهم مع أناس إفتراضيين وبالتالي نستنتج أن مفعول الاتصال الشخصي ودوره في بناء الثقة وتمتين الروابط العائلية بدأت تتلاشى شيئا فشيئا بسبب ما يتميز به الفايسبوك على أنه الستار الذي يتكلم وراءه الطلاب بحيث لا يمكن معرفة من يدردش ومشاهدة ملامحهم ، فهذا الشيء يمنحهم الجرأة للتكلم بصراحة وجرأة ، لذلك من وجهة نظرهم أنهم غير ملزمين للتكلم بصراحة وجرأة أمام الأهل أو الأصدقاء والشعور بالخجل والخوف من التكلم في المواضيع الغير المحببة أو المخجلة وجها لوجه.

جدول رقم (41) يبين حديث الفرد في الفايسبوك بصراحة أكثر من الاتصال الشخصي أم لا حسب متغير الجنس

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	21	%75	4	%14.28	3	%10.71
الإناث	34	%80.95	6	%14.28	2	%4.76
المجموع الكلي	55	%78.57	10	%14.28	17	%7.14

تشير النتائج في الجدول أعلاه أن نسبة 78.57% عبروا بكلمة موافق على أنهم يشعرون بأن علاقاتهم عن طريق الفايسبوك تسمح بالتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع من اتصالهم وجها لوجه ، ونسبة 14.28% كانوا محايدين ، أما نسبة 7.14% غير موافقون على هذه العبارة ، كما أشارت نتائج الجدول أن الإناث والذكور موافقون على العبارة أعلاه حيث بلغت نسبة الإناث 80.95% أما نسبة الذكور بلغت 75% ، كما تساوت نسبة المحايدين مابين الذكور والإناث بنسبة 14.28% في حين بلغت نسبة الذكور غير الموافقين على العبارة أعلاه نسبة 10.71% أما نسبة الإناث الغير موافقات على العبارة 4.76%.

يمكن تحليل هذه النتائج أن المبحوثين سواء الإناث أم الذكور يشعرون بالراحة والإطمئنان مع الأشخاص الإفتراضيين أحسن من الأصدقاء والأسرة وهذا راجع إلى ضعف العلاقة الموجودة بين الطلبة وأسرهم وأصدقائهم ، كذلك تعبر عن نقص الثقة فيما بين الأفراد هذا ماأدى إلى الهروب لبناء علاقات إفتراضية يستطيع الطالب فيها تفريغ مشاعرهم مع أناس إفتراضيين ، وبالتالي نستنتج أن مفعول الاتصال الشخصي ودوره في بناء الثقة وتمتين الروابط العائلية بدأت تتلاشى شيئا فشيئا بسبب ما يتميز به الفايسبوك على أنه الستار الذي يتكلم وراءه الطلاب بحيث لا يمكن معرفة من يدردش ومشاهدة ملامحهم ، فهذا الشيء يمنحهم الجرأة للتكلم بصراحة وجرأة ، لذلك من وجهة نظرهم أنهم غير ملزمين للتكلم بصراحة وجرأة أمام الأهل أو الأصدقاء

والشعور بالخجل والخوف من التكلم في المواضيع الغير المحببة أو المخجلة وجها لوجه.

جدول رقم (42) يبين حديث الفرد في الفايسبوك بصراحة أكثر من الاتصال الشخصي أم لا حسب متغير السن

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	ت	%	ت	%	ت	%
من 18 سنة إلى 23 سنة	30	85.71	4	11.42	1	2.85
من 24 سنة إلى 29 سنة	19	76	5	20	1	4
من 30 سنة فما فوق	6	60	1	10	3	30

تبين نتائج الجدول أن الفئة العمرية مابين 18 سنة – 23 سنة تشعر أن علاقتها عن طريق الفايسبوك تسمح لها بالتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع من اتصالها بهم وجها وجه بنسبة 85.71% وبلغت نسبة المحايدين 11.42% ، و الذين لم يوافقوا على العبارة بلغت نسبتهم 2.85% .

وفيما يخص الفئة العمرية مابين 24 سنة – 29 سنة وافقوا على العبارة أعلاه بنسبة 76% ، و المحايدين بلغت نسبتهم 20% ، أما الذين لم يوافقوا بلغت نسبتهم 4%.

وفيما يخص الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق وافقت على العبارة بنسبة 60% أما النسبة التي لم توافق عليها بلغت 30% فيما وصلت نسبة المحايدين 10%.

يمكن تفسير النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المراحل العمرية تؤمن بأن الفايسبوك يسمح لهم بالتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع من اتصالهم مع الأصدقاء وجها وجه مما يشعرهم بالراحة والإطمئنان مع الأشخاص

الإفتراضيين أحسن من الأصدقاء والأسرة وهذا راجع إلى ضعف العلاقة الموجودة بين الطلبة وأسرهم وأصدقائهم ، كذلك تعبر عن نقص الثقة فيما بين الأفراد هذا ماأدى إلى الهروب لبناء علاقات إفتراضية يستطيع الطالب فيها تفريغ مشاعرهم مع أناس إفتراضيين وبالتالي نستنتج أن مفعول الاتصال الشخصي ودوره في بناء الثقة وتمتين الروابط العائلية بدأت تتلاشى شيئا فشيئا بسبب ما يتميز به الفايسبوك على أنه الستار الذي يتكلم وراءه الطلاب بحيث لا يمكن معرفة من يدردش ومشاهدة ملامحهم ، فهذا الشيء يمنحهم الجرأة للتكلم بصراحة وجرأة ، لذلك من وجهة نظرهم أنهم غير ملزمين للتكلم بصراحة وجرأة أمام الأهل أو الأصدقاء والشعور بالخجل والخوف من التكلم في المواضيع الغير المحببة أو المخجلة وجها لوجه.

عبارة رقم 08 " تشعر أن تفاعلك مع أفراد أسرتك قل منذ بدأت تستخدم الفايسبوك" .

جدول رقم (43) يبين تأثير الفايسبوك على التفاعل الأسري

البيانات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	59	%84.28
محايد	0	%0
لا أوافق	11	%15.71
المجموع	70	%100

يبين الجدول أن نسبة الموافقين على العبارة أعلاه بلغت 84.28% أما نسبة الغير موافقين عليها بلغت 15.71% في حين انعدمت نسبة المحايدين .

إذن هناك تراجع في التفاعل اليومي الذي يحدث بين أفراد الأسرة الواحدة بسبب استخدام موقع الفايسبوك والذي اعتادوا عليه سنوات عديدة فالأغلبية الكبيرة ترى أن التفاعل اليومي المعتاد بين أفراد أسرهم لم يعد كما كان قبل استخدام الفايسبوك ، ولم يعد هناك ما يعرف باللمة العائلية كما تسمى عند الجزائريين، فكل فرد سواء كان منعزل لوحده يتصفح الفايسبوك مستغنيا عن معرفة أخبار أفراد عائلته ، وماهي المستجدات التي حصلت في غيابه والمزاح واللعب مع بعض .....التي تزيد من تماسك الأسرة وترابطها.

جدول رقم (44) يبين تأثير الفايسبوك على التفاعل الأسري حسب متغير الجنس.

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	23	%82.14	0	%0	5	%17.85
الإناث	36	%85.71	0	%0	6	%17.28
المجموع الكلي	59	%84.28	0	%0	11	%15.71

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن المبحوثين يشعرون بأن تفاعلهم مع أفراد أسرهم قل منذ أن بدأوا يستخدموا الفايسبوك ، وذلك بنسبة 84.28% والذين لا يوافقون على هذا الشعور بلغت نسبتهم 15.71% ، ونسبة 0% لم يعبروا عن رأيهم على هذه العبارة كما بينت نتائج الجدول أن الإناث والذكور موافقون على العبارة أعلاه حيث بلغت نسبة الإناث 85.71% أما نسبة الذكور بلغت 82.14% وتساوت نسبة الإناث مع نسبة الذكور الغير الموافقين على العبارة ب 17.28% في حين انعدمت نسبة المحايدين من الذكور والإناث.

إذن هناك تراجع في التفاعل اليومي الذي يحدث بين أفراد الأسرة الواحدة بسبب استخدام موقع الفايسبوك والذي اعتادوا عليه سنوات عديدة فالأغلبية الكبيرة ترى أن

التفاعل اليومي المعتاد بين أفراد أسرهم لم يعد كما كان قبل استخدام الفايسبوك ، ولم يعد هناك ما يعرف باللمة العائلية كما تسمى عند الجزائريين، فكل فرد سواء كان ذكر أم أنثى منعزل لوحده يتصفح الفايسبوك مستغنيا عن معرفة أخبار أفراد عائلته ، وماهي المستجدات التي حصلت في غيابه والمزاح واللعب مع بعض .....التي تزيد من تماسك الأسرة وترابطها.

جدول رقم (45) يبين تأثير الفايسبوك على التفاعل الأسري حسب متغير السن.

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	ت	%	ت	%	ت	%
من 18 سنة إلى 23 سنة	30	85.71	0	0	5	14.28
من 24 سنة إلى 29 سنة	20	80	0	0	5	20
من 30 سنة فما فوق	9	90	0	0	1	10

تبين نتائج الجدول أن الفئة العمرية من 18 سنة –23 سنة موافقة على العبارة أعلاه بنسبة 85.71% وغير موافقة عليها بنسبة 14.28% أما نسبة المجايدين فهي 0%

أما الفئة العمرية مابين 24 سنة –و29 سنة فهي موافقة على العبارة أعلاه بنسبة 80% أما النسبة غير موافقة 20% وفيما يخص المحايدين فكانت منعدمة.

وفيما يخص الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق عبرت عن موافقتها للعبارة أعلاه بنسبة 90% وغير موافقين عليها بنسبة 10% أما المحايدين فكانت منعدمة.

يمكن تفسير هذه النتائج أن أغلب المراحل العمرية تفاعلهم الاجتماعي مع أسرهم بدأ يتأثر باستخدام الفايسبوك وبالتالي تأثر التواصل الشخصي بين أفراد الأسرة الواحدة.

عبارة رقم 09: " تشكو عائلتك منك بسبب طوال الوقت الذي تقضيه مشغولا عنها بالفايسبوك".

جدول رقم (46) يبين موقف العائلة من الاستخدام المطول للفايسبوك

البيانات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	49	%70
محايد	3	%4.28
لا أوافق	18	%25.71
المجموع	70	%100

يبين الجدول أن نسبة 70% موافقين على أن عائلاتهم تشكو منهم بسبب طوال الوقت الذي يقضونه مشغولين عنها يتصفحون الفايسبوك ونسبة 25.71% غير موافقين على ذلك ، في حين بلغت نسبة المحايدين 4.28%.

يمكن تحليل هذه النتائج إلى وجود تذمر عند بعض الأسر من أبنائهم الطلاب بحيث شعرت الأسر أن أبناءها لم يعودوا كما كانوا عليه من قبل استخدامهم للفايسبوك يجلسون مع بعضهم البعض ويتبادلون أطراف الحديث في الشؤون الأسرية والقضايا العامة ومعرفة ماذا فعل أولادهم وقت غيابهم عن المنزل ، لتوجيههم ونصحهم ، لأن هذه الفترة التي يمر بها الطلاب جد حساسة لذلك يجب أن يكونوا تحت المراقبة العائلية لكن هذا لن يحدث مع انعدام التواصل المباشر بين الأبناء وأفراد العائلة.

جدول رقم (47) يبين موقف العائلة من الاستخدام المطول للفايسبوك حسب متغير الجنس.

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	18	%64.28	0	%0	10	%35.71
الإناث	31	%73.80	3	%7.14	8	%19.04
المجموع الكلي	49	%70	3	%4.28	18	%25.71

تشير نتائج الجدول أن نسبة 70% من المبحوثين تشكو منهم أسرهم بسبب طول الوقت الذي يقضونه مشغولين عن الأسرة في الفايسبوك ، ونسبة 25.71% غير موافقة على هذه العبارة ، أما المحايدين فكانت نسبتهم 4.38% ، كما بينت النتائج أن كلا الجنسين موافقون على العبارة أعلاه حيث بلغت نسبة الإناث 73.80% أما نسبة الذكور 64.28% ونسبة الغير موافقون من الذكور 35.71% أما نسبة الإناث بلغت 19.04% في حين بلغت نسبة المحايدين من الإناث 7.14% وانعدمت نسبة المحايدين من الذكور.

يمكن تحليل هذه النتائج إلى وجود تذمر عند بعض الأسر من أبنائهم الطلاب سواء الإناث منهم أم الذكور ، بحيث شعرت الأسر أن أبناءها لم يعودوا كما كانوا عليه من قبل استخدامهم للفايسبوك يجلسون مع بعضهم البعض ويتبادلون أطراف الحديث في الشؤون الأسرية والقضايا العامة ومعرفة ماذا فعل أولادهم وقت غيابهم عن المنزل ، لتوجيههم ونصحهم ، لأن هذه الفترة التي يمر بها الطلاب جد حساسة لذلك يجب أن يكونوا تحت المراقبة العائلية لكن هذا لن يحدث مع انعدام التواصل

المباشر بين الأبناء وأفراد العائلة. **جدول رقم (48) يبين موقف العائلة من الاستخدام المطول للفايسبوك حسب متغير السن.**

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	ت	%	ت	%	ت	%
من 18 سنة إلى 23 سنة	30	85.71	1	2.85	4	11.42
من 24 سنة إلى 29 سنة	18	72	2	8	5	20
من 30 سنة فما فوق	1	10	0	0	9	90

تبين نتائج الجدول أن الفئة العمرية توافق على أن العائلة تشكوا منها بسبب طوال الوقت الذي تقضيه على الفايسبوك بنسبة 85.71% أما الذين لا يوافقون على ذلك وصلت نسبتهم 11.42% في حين وصلت نسبة المحايدين 2.85%.

والفئة العمرية مابين 24 سنة – 29 سنة بلغت نسبة الموافقة على العبارة أعلاه 72% والنسبة التي لم توافق عليها وصلت نسبتها 20% أما نسبة المحايدين بلغت 8%.

في حين أجابت الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق ب "لا أوافق" بنسبة 90% أما النسبة الموافقة بلغت 10% والمحايدين وصلت نسبتهم إلى 0%.

يمكن تفسير النتائج المتحصل عليها أن الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق لا تشكو منهم عائلاتهم بسبب طوال استخدامهم للفايسبوك لان الفترة الساعية التي يستغرقونها في ذلك قليلة ، في حين الفئات العمرية المتبقية في تستعمل الفايسبوك لفترة طويلة هذا ما يزعج الأهل منهم.

عبارة رقم 10 : الإتصال عبر الفايسبوك ساعدك في توسيع علاقاتك الإجتماعية

جدول رقم (49) يبين قدرة الفايسبوك على توسيع العلاقات الإجتماعية أم لا

البيانات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	40	%57.14
محايد	2	%2.85
لا أوافق	28	%40
المجموع	70	%100

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 57.14% موافقين على أن الاتصال عبر الفايسبوك مكنهم من توسيع علاقاتهم الاجتماعية ، ونسبة الغير موافقين بلغت 40%، في حين بلغت نسبة المحايدين 2.85%.

يمكن تحليل وتفسير هذه النتائج لطبيعة " الفايسبوك" وخصائصه وامتيازاته بحيث يقدم للمتصفحين لهذا الموقع خدمة إضافة عدد كبير من الأصدقاء الذين تجمعهم علاقات صداقة أو قرابة أو اهتمامات مشتركة من مختلف أرجاء العالم التي تتطور إلى علاقة حقيقية غير إفتراضية ، وبالتالي توسيع العلاقات الإجتماعية التي يتميز بها هذا الموقع ويستغني هذا ما يؤدي إلى الإستغناء عن تكوين علاقات إجتماعية حقيقة عن طريق التواصل المباشر وجها لوجه لاكتفائه بالعلاقات الإجتماعية الإفتراضية.

جدول رقم (50) يبين قدرة الفايسبوك على توسيع العلاقات الإجتماعية أم لا حسب متغير الجنس.

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية

الذكور	15	%53.57	1	%3.57	12	%42.85
الإناث	25	%59.52	1	%2.38	16	%38.09
المجموع الكلي	40	%57.14	2	%2.85	28	%40

أشارت نتائج الجدول أن نسبة 57.14% من المبحوثين مؤيدين لعبارة أن " الاتصال يساعدك في توسيع علاقاتك الاجتماعية" ، و40% غير موافقين على هذه العبارة ، أما المحايدين فكانت نسبتهم 2.85% وأظهرت النتائج أن كلا الجنسين موافقون على العبارة حيث بلغت نسبة الإناث 59.52% أما نسبة الذكور 53.57% والغير موافقون بلغت نسبة الذكور منهم 42.85% أما الإناث 38.09% في حين بلغت نسبة المحايدين من الذكور 3.57% ونسبة الإناث 2.38%.

يمكن تحليل وتفسير هذه النتائج لطبيعة " الفايسبوك" وخصائصه وامتيازاته بحيث يقدم للمتصفحين لهذا الموقع خدمة إضافة عدد كبير من الأصدقاء الذين تجمعهم علاقات صداقة أو قرابة أو اهتمامات مشتركة من مختلف أرجاء العالم التي تتطور إلى علاقة حقيقية غير إفتراضية ، وبالتالي توسيع العلاقات الإجتماعية التي يتميز بها هذا الموقع ويستغني هذا ما يؤدي إلى الإستغناء عن تكوين علاقات إجتماعية حقيقة عن طريق التواصل المباشر وجها لوجه لاكتفائه بالعلاقات الإجتماعية الإفتراضية سواء الإناث منهم أم الذكور .

البيانات	**موافق**		**محايد**		**لا أوافق**	
	ت	**%**	**ت**	**%**	**ت**	**%**
من 18 سنة إلى 23 سنة	**30**	**85.71**	**0**	**0**	**5**	**14.28**
من 24 سنة إلى 29 سنة	**9**	**36**	**1**	**4**	**15**	**60**

من 30 سنة فما فوق	1	10	1	10	8	80

جدول رقم (51) يبين قدرة الفايسبوك على توسيع العلاقات الإجتماعية أم لا حسب متغير السن.

تظهر نتائج الجدول أن الفئة العمرية مابين 18 سنة – 23 سنة موافقة على أن اتصالها عبر الأنترنت ساعدها في توسيع علاقاتها الاجتماعية وذلك بنسبة 85.71% ، أما نسبة الذين لم يوافقوا على ذلك فبلغت نسبتهم 14.28% ، في حين بلغت نسبة المحايدين 0% .

أما الفئة العمرية مابين 24 سنة – 29 سنة اغلبها غير موافقة على العبارة أعلاه وذلك بنسبة 60% أما الموافقون على ذلك فبلغت نسبتهم 36% والباقي بنسبة 4% كانوا محايدين.

فيما يخص الفئة من 30 سنة فما فوق كذلك أغلبها غير موافقة على العبارة أعلاه بنسبة 80 %، فيما تساوت نسبة الموافقون والمحايدون وذلك بنسبة 10%.

يمكن تفسير النتائج المتحصل عليها أن الفئة العمرية مابين 18 سنة – 23 سنة أكثر تعلقا بالفايسبوك واستعمالا له بالإضافة لطبيعة " الفايسبوك" وخصائصه وامتيازاته بحيث يقدم للمتصفحين لهذا الموقع خدمة إضافة عدد كبير من الأصدقاء الذين تجمعهم علاقات صداقة أو قرابة أو اهتمامات مشتركة من مختلف أرجاء العالم التي تتطور إلى علاقة حقيقية غير إفتراضية ، وبالتالي توسيع العلاقات الإجتماعية التي يتميز بها هذا الموقع ، ويستغني هذا ما يؤدي إلى الإستغناء عن تكوين علاقات إجتماعية حقيقة عن طريق التواصل المباشر وجها لوجه لاكتفائه بالعلاقات الإجتماعية الإفتراضية.

عبارة رقم 11: استخدامك للفايسبوك جعلك تحافظ على علاقاتك القديمة

جدول رقم (52) يبين قدرة الفايسبوك على المحافظة على العلاقات القديمة

البيانات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	37	%52.85
محايد	10	%14.28
لا أوافق	23	%32.85
المجموع	70	%100

يتضح من خلال الجدول أن 52.85% موافقين على أن استخدام الفايسبوك حافظ على العلاقات القديمة للطالب ، أما نسبة غير الموافقين على ذلك بلغت 32.85%، في حين بلغت نسبة المحايدين 14.28 %.

تفسر النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول أعلاه أن الفايسبوك لعب دورا مهما في المحافظة على العلاقات القديمة وكذلك كما قلنا من قبل على العلاقات الإجتماعية الأخرى، وقام بتوسيعها وذلك لأن الإنسان إجتماعي بطبعه فلما أتاحت له هذه الوسيلة هذه الرغبة قام باستغلالها وتلبية حاجاته ورغباته لأن الإنسان اجتماعي بطبعه لكن طبيعة تواصل هذه العلاقات هو تواصل وسيطي عن طريق الفايسبوك وليس مباشر ، فالاتصال الوسيطي ينافس الاتصال المباشر حتى في إعادة تجديد العلاقات القديمة والمحافظة عليها.

جدول رقم (53) يبين قدرة الفايسبوك على المحافظة على العلاقات القديمة حسب متغير الجنس.

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	15	%53.57	5	%17.85	8	%28.57
الإناث	22	%52.38	5	%11.90	15	%35.71
المجموع الكلي	37	%52.85	10	%14.28	23	%32.85

يبين الجدول أعلاه أن المبحوثين موافقين على عبارة " استخدامك للفايسبوك جعلك تحافظ على علاقاتك القديمة" وذلك بنسبة 52.85% أما نسبة الذين لا يوافقون على العبارة السابقة الذكر هي 32.85% ، أما المحايدين فكانت نسبتهم 14.28% كما يبين الجدول تقارب نسب الموافقة الذكور مع الإناث حيث بلغت نسبة الإناث 52.38% أما نسبة الذكور 53.57% أما نسبة الإناث الغير موافقات على العبارة أعلاه بلغت 35.71% ونسبة الذكور 28.57% في حين بلغت نسبة المحايدات من الإناث 11.90% أما نسبة المحايدين من الذكور بلغت 17.85% .

نلاحظ أن النسب متفاوتة فيما بينها وأن الإناث والذكور لهما نفس الرأي حول العبارة أعلاه وتفسر على أن الفايسبوك لعب دورا مهما في المحافظة على العلاقات القديمة وكذلك كما قلنا من قبل على العلاقات الإجتماعية الأخرى، وقام بتوسيعها

وذلك لأن الإنسان إجتماعي بطبعه فلما أتاحت له هذه الوسيلة هذه الرغبة قام باستغلالها وتلبية حاجاته ورغباته لأن الإنسان اجتماعي بطبعه لكن طبيعة تواصل هذه العلاقات هو تواصل وسيطي عن طريق الفايسبوك وليس مباشر ، فالاتصال الوسيطي ينافس الاتصال المباشر حتى في إعادة تجديد العلاقات القديمة والمحافظة عليها.

جدول رقم (54) يبين قدرة الفايسبوك على المحافظة على العلاقات القديمة حسب متغير السن.

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	ت	%	ت	%	ت	%
من 18 سنة إلى 23 سنة	25	71.42	5	14.28	5	14.28
من 24 سنة إلى 29 سنة	11	44	4	16	10	40
من 30 سنة فما فوق	1	10	1	10	8	80

تظهر نتائج الجدول أن الفئة العمرية مابين 18 سنة – 23 سنة موافقة على أن استخدامها للفايسبوك جعلها تحافظ على علاقاتها القديمة وذلك بنسبة 71.42 %، في حين تساوت نسبة الموافقين والمحايدين بنسبة 14.25%

أما الفئة العمرية مابين 24 سنة – 29 سنة اغلبها موافقة على العبارة أعلاه وذلك بنسبة 44% أما غير الموافقون على ذلك فبلغت نسبتهم 40% والباقي بنسبة 16% التزموا الحياد.

فيما يخص الفئة من 30 سنة فما فوق كذلك أغلبها غير موافقة على العبارة أعلاه بنسبة 80% ، فيما تساوت نسبة الموافقون والمحايدون وذلك بنسبة 10%.

يمكن تفسير هذه النتائج أن الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق يعتمدون على الاتصال الشخصي والتفاعل الاجتماعي المباشر للحفاظ على علاقاتهم القديمة أما

الفئة العمرية من 18 سنة– 23 سنة والفئة العمرية من 24 سنة إلى 29 سنة يعتمدون على الاتصال الوسيطي في الحفاظ على علاقاتهم القديمة بالدردشة المستمرة معهم ومعرفة أخبارهم عن طريق الفايسبوك.

عبارة رقم 12 " تشعر بالوحدة والعزلة عند استخدامك للفايسبوك"

جدول رقم (55) يبين الوحدة والعزلة عند استخدام الفايسبوك

البيانات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	28	%40
محايد	2	%2.85
لا أوافق	40	%57.14
المجموع	70	%100

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 57.14% لا يوافقون على العبارة القائلة " تشعر بالوحدة والعزلة عند استخدامك للفايسبوك" ، أما نسبة 40 %موافقين على ذلك في حين بلغت نسبة المحايدين 2.85%.

يمكن تفسير هذه النتائج على أن الطلبة يشعرون بالإنتماء الإجتماعي حيث أن أغلبية المبحوثين لا يشعرون بالوحدة والعزلة عند استخدامهم الفايسبوك ، وذلك لدور الذي يلعبه الإتصال الوسيطي بتوليد التفاعل الإجتماعي الافتراضي عن طريق الفايسبوك .

جدول رقم (56) يبين الوحدة والعزلة عند استخدام الفايسبوك حسب متغير الجنس

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية

الذكور	15	%53.57	0	%0	13	%46.42
الإناث	13	%46.42	2	%4.76	27	%64.28
المجموع الكلي	28	%40	2	%2.85	40	%57.14

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن المبحوثين لا يوافقون على عبارة " تشعر بالوحدة والعزلة عند استخدامك الفايسبوك" وذلك بنسبة 57.14% أما الذين وافقوا على أنهم يشعرون بالوحدة والعزلة عند استخدامك الفايسبوك فكانت نسبتهم 40% أما المحايدون الذين لم يبدو رأيهم على هذه العبارة فكانت نسبتهم 2.85% وتبين كذلك أن نسبة الذكور الذين وافقوا على العبارة أعلاه بلغت 53.57% و نسبة الإناث بلغت 46.42% أما نسبة الإناث الرافضين للمقولة أعلاه بلغت 64.28% في المقابل بلغت نسبة الذكور 46.42% في حين بلغت نسبة المحايدات 4.76% وانعدمت نسبة المحايدين الذكور.

يمكن تفسير هذه النتائج على أن الطلبة يشعرون بالإنتماء الإجتماعي حيث أن أغلبية المبحوثين لا يشعرون بالوحدة والعزلة عند استخدامهم الفايسبوك ، وذلك لدور الذي يلعبه الإتصال الوسيطي بتوليد التفاعل الإجتماعي الافتراضي عن طريق الفايسبوك .

جدول رقم (57) يبين الوحدة والعزلة عند استخدام الفايسبوك حسب متغير السن.

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	ت	%	ت	%	ت	%
من 18 سنة إلى 23 سنة	10	%28.57	0	%0	25	%71.42
من 24 سنة إلى 29 سنة	10	%40	1	%4	14	%56
من 30 سنة فما فوق	8	%80	1	%10	1	%10

تظهر نتائج الجدول أن الفئة العمرية مابين 18 سنة – 23 سنة غير موافقة على العبارة التالية " تشعر بالوحدة والعزلة عند استخدامك للفايسبوك" وذلك بنسبة 71.42% ، في حين بلغت نسبة الموافقين28.57 % أما المحايدين بلغت نسبتهم 0%.

أما الفئة العمرية مابين 24 سنة – 29 سنة أغلبها غير موافقة على العبارة أعلاه وذلك بنسبة 56% أما الموافقون على ذلك فبلغت نسبتهم 40% والباقي بنسبة 4% التزموا الحياد.

فيما يخص الفئة من 30 سنة فما فوق كذلك أغلبها موافقة على العبارة أعلاه بنسبة 80% ، فيما تساوت نسبة الموافقون والمحايدون وذلك بنسبة 10%.

يمكن تفسير النتائج المتحصل عليها أن الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق تشعر بالوحدة والعزلة عند استعمالها الفايسبوك لأنها تعتقد أن التواصل المباشر بين أفراد الأسرة والأصدقاء يشعره بالانتماء والألفة والراحة النفسية على عكس الفئة العمرية مابين 18سنة – 23 سنة التي لا تشعر بالوحدة والعزلة عند استخدامها الفايسبوك ويعود هذا بشعورهم بالانتماء والألفة عند تصفح الفايسبوك والدردشة مع المعرف والأصدقاء.

عبارة رقم 13" تحس بالألفة والإنتماء عند تعاملك مع أصدقاؤك على الفايسبوك"

جدول رقم (58) يبين الألفة والانتماء عند استخدام الفايسبوك

البيانات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	27	%38.57
محايد	10	%14.28

لا أوافق	**33**	**%47.14**
المجموع	**70**	**%100**

يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة الطلبة المبحوثين الذين لا يحسون بالألفة والانتماء عند تعاملهم مع أصدقائهم على الفايسبوك بلغت 47.14% أما الموافقون على ذلك بلغت نسبتهم 38.57% في حين بلغت نسبة المحايدين 14.28%.

يمكن تفسير هذه النتائج أن الطلبة يحسون بالانتماء إلى أصدقائهم الحقيقيين ، وأن علاقتهم علاقة حقيقية إجتماعية مبنية على غريزة الإنسان لحاجته إلى الإنتماء الإجتماعي لفئة معينة أما النسبة الأخرى المعتبرة من الذكور والإناث الذين يحسون بالألفة والإنتماء عند تعاملهم مع أصدقائهم على موقع الفايسبوك ، ربما لأنهم لا يجدون هذا على أرض الواقع ، ويعد قلة التواصل المباشر بين الطالب وأصدقائه الحقيقين يدفعه إلى الإعتماد على الفايسبوك هو أيضا لأن زملاءه مهتمين بالتواصل عبر الفايسبوك مستغنيين عن تواصلهم المباشر بين بعضهم البعض .

جدول رقم (59) يبين الألفة والانتماء عند استخدام الفايسبوك حسب متغير الجنس.

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	11	%39.28	3	%10.71	14	%50
الإناث	16	%38.09	7	%16.66	19	%45.23
المجموع	27	%38.57	10	%14.28	33	%47.14

الكلي						

يتضح من خلال الجدول أن المبحوثين غير موافقون على العبارة أعلاه بحيث لا يحسون بالألفة والإنتماء عند تعاملهم مع الأصدقاء على الفايسبوك47.14% أما الذين يوافقون على هذه العبارة فقد كانت نسبتهم 38.57% ، أما المحايدون الذين لم يبدو رأيهم على هذا الشعور كانت نسبتهم 14.28% كما يبين الجدول تقارب نسبة الذكور مع نسبة الإناث حول موافقتهن على العبارة أعلاه حيث بلغت نسبة الذكور 39.28% ونسبة الإناث 38.09% كذلك تقارب نسب الغير الموافقين على العبارة من كلا الجنسين حيث بلغت نسبة الذكور 50% أما الإناث 45.23% في حين بلغت نسبة الإناث المحايدات 16.66% أما نسبة الذكور فبلغت 10.71% .

يمكن تفسير هذه النتائج أنه لا تزال هناك نفس النسبة تقريبا من الإناث والذكور يحسون بالانتماء إلى أصدقائهم الحقيقيين ، وأن علاقتهم علاقة حقيقية إجتماعية مبنية على غريزة الإنسان لحاجته إلى الإنتماء الإجتماعي لفئة معينة أما النسبة الأخرى المعتبرة من الذكور والإناث الذين يحسون بالألفة والإنتماء عند تعاملهم مع أصدقائهم على موقع الفايسبوك ، ربما لأنهم لا يجدون هذا على أرض الواقع ، ويعد قلة التواصل المباشر بين الطالب وأصدقائه الحقيقين يدفعه إلى الإعتماد على الفايسبوك هو أيضا لأن زملاءه مهتمين بالتواصل عبر الفايسبوك مستغنيين عن تواصلهم المباشر بين بعضهم البعض .

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	ت	%	ت	%	ت	%
من 18 سنة إلى 23 سنة	12	34.28	5	14.24	18	51.42
من 24 سنة إلى 29	15	60	5	20	5	20

سنة						
من 30 سنة فما فوق	0	0	0	0	10	100

جدول رقم (60) يبين الألفة والانتماء عند استخدام الفايسبوك بين الأصدقاء حسب متغير السن

تبين نتائج الجدول أن الفئة العمرية مابين 18 سنة – 23 سنة غير موافقة على أنها تحس بالألفة والانتماء عند تعاملهم مع أصدقاء على الفايسبوك وذلك بنسبة 51.42% ، وبلغت نسبة الموافقين عليها 34.28% ،أما المحايدين بلفت نسبتهم 14.24%.

الفئة العمرية مابين 24 سنة – 29 سنة عبرت عن موافقتها للعبارة السابقة بنسبة 60% ،في حين تساوت نسبة المحايدين والغير موافقين عليها وذلك بنسبة 20%.

أما الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق عبروا عن رفضهم الكامل للعبارة القائلة " تحس بالألفة والإنتماء عند تعاملك مع الأصدقاء على الفايسبوك " بنسبة 100% أما المحايدين والموافقين فكانت نسبتهم منعدمة.

يمكن تفسير نتائج الجدول أن الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق لا تحس بالألفة والانتماء تماما عند تصفح الفايسبوك لاقتناعها بالتفاعل الاجتماعي الحي على عكس نسبة معتبرة من الفئة العمرية مابين 18 سنة – 23 سنة التي تحس بالانتماء والألفة عند تصفح الفايسبوك بحيث يعد قلة التواصل المباشر بين الطالب وأصدقائه الحقيقيين يدفعه إلى الإعتماد على الفايسبوك هو أيضا لأن زملاءه مهتمين بالتواصل عبر الفايسبوك مستغنيين عن تواصلهم المباشر بين بعضهم البعض.

عبارة رقم 14 " دون الفايسبوك لا توجد قواعد محددة للمعيشة هذه الأيام"

جدول رقم (61) يبين قواعد الحياة دون الفايسبوك

البيانات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	44	%62.85
محايد	8	%11.42
لا أوافق	18	%25.71
المجموع	70	%100

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 62.85% من الطلبة لا توجد لديهم قواعد محددة دون الفايسبوك ونسبة 25.71% غير موافقون على ذلك ، في حين بلغت نسبة المحايدين 11.42%.

يمكن تفسير هذه النتائج أن المبحوثين تعودوا على الفايسبوك وخصصوا له أوقات معينة وأصبحوا يعتمدون عليه كثيرا وقضاء حاجاتهم المتعددة عن طريقه لذلك عند غيابه أو انقطاع الإنترنيت نجد أن هؤلاء لا يمكنهم إكمال يومهم بشكل معتاد وتعويضه بأشياء أخرى، حتى الاتصال المباشر مع الجماعات الأولية التي يمكنها أن تحدد قواعد معينة للمعيشة وتنظمها.

جدول رقم (62) يبين قواعد الحياة دون الفايسبوك حسب متغير الجنس

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة

		المئوية		المئوية		المئوية
الذكور	16	%57.14	4	%14.28	8	%28.57
الإناث	28	%66.66	4	%9.52	10	%23.80
المجموع الكلي	44	%62.85	8	%11.42	18	%25.71

يبين الجدول أعلاه أن نسبة 62.85% يوافقون على أنه دون الفايسبوك لا توجد قواعد محددة للمعيشة هذه الأيام ، ونسبة 18% لا يوافقون على أنه دون موقع التواصل الإجتماعي الفايسبوك لا توجد قواعد محددة للمعيشة هذه الأيام ، ونسبة 11.42% كانوا محايدون ولم يبدو رأيهم على هذه العبارة كما يبين الجدول أن نسبة موافقة الإناث على العبارة بلغت 66.66% في المقابل بلغت نسبة الذكور 57.14% أما نسبة الذكور الرافضين للعبارة أعلاه بلغت 28.57% في المقابل بلغت نسبة الإناث 23.80% أما نسبة الذكور المحايدين بلغت 14.28% أما نسبة الإناث بلغت9.52 %.

إذن يمكن تفسير هذه النتائج أن المبحوثين من كلا الجنسين سواء الإناث أم الذكور تعودوا على الفايسبوك وخصصوا له أوقات معينة وأصبحوا يعتمدون عليه كثيرا وقضاء حاجاتهم المتعددة عن طريقه لذلك عند غيابه أو انقطاع الإنترنيت نجد أن هؤلاء لا يمكنهم إكمال يومهم بشكل معتاد وتعويضه بأشياء أخرى، حتى الاتصال المباشر مع الجماعات الأولية التي يمكنها أن تحدد قواعد معينة للمعيشة وتنظمها.

جدول رقم (63) يبين قواعد الحياة دون الفايسبوك حسب متغير السن

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	ت	%	ت	%	ت	%
من 18 سنة إلى 23 سنة	26	%74.28	4	%11.42	5	%14.28
من 24 سنة إلى 29 سنة	17	%68	2	%8	6	%24
من 30 سنة فما فوق	1	%10	2	%20	7	%70

تبين نتائج الجدول أن الفئة العمرية مابين 18سنة – 23سنة موافقة على أنه لا توجد قواعد محددة للمعيشة هذه الأيام دون الفايسبوك بنسبة 74.28% أما النسبة الغير موافقة على ذلك بلغت 14.28% ، وبلغت نسبة المحايدين 11.42%.

أما الفئة العمرية مابين 24 سنة – 29 سنة بلغت نسبة موافقتها على العبارة أعلاه 68% والنسبة الرافضة بلغت 24% ، أما المحايدين بلغت نسبتهم 8% .

وفيما يخص الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق عبرت عن رفضها للعبارة أعلاه بنسبة 70% أما المحايدين بلغت نسبتهم 20%، وبلغت نسبة الموافقين على العبارة أعلاه 10%.

يمكن تفسير النتائج المتحصل عليها أن الفئتين العمريتين مابين 18 سنة –23 سنة ومابين 24 سنة – 29 سنة بسبب قضاء وقت فراغها على الفايسبوك وطوال فترة التواصل عبر الفايسبوك لا يمكن تصور حياتهم بدون هذه التقنية التي أصبحت ضرورية في الحياة اليومية ،في حين نجد الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق غير متأثرة كثيرا بهذه التقنية ويمكن مواصلة الحياة بدونها غير أن نسبة معتبرة منها عكس ذلك.

عبارة رقم 15 : "استخدامك لموقع الفايسبوك قلل من تفاعلك الإجتماعي". جدول رقم (64) يبين تأثير الفايسبوك على التفاعل الإجتماعي

	العبارة رقم "15"	النسبة المئوية
موافق	23	%32,85
محايد	12	%17,14
لا أوافق	35	%50
المجموع	70	%100

يبين الجدول أعلاه أن الطلبة المبحوثين لم يوافقوا على العبارة القائلة أن استخدامهم لموقع الفايسبوك قلل من تفاعلهم الإجتماعي ، وذلك بنسبة 50% في حين نجد نسبة الذين وافقو على أن استخدامهم للفايسبوك قلل من تفاعلهم الإجتماعي فقد كان نسبتهم 32.85% أما المحايدون فقد بلغت نسبتهم 17.14% .

الطلبة الذين لم يوافقوا على العبارة أعلاه يمكن القول أنهم يشعرون بالانتماء إلى مجتمعهم وهناك تواصل حي معهم تواصل مباشر إيجابي مع الجماعات الأولية التي ينتمون إليها ، هذا ما أدى إلى وجود تفاعل إجتماعي بينهم أما الذين وافقوا

على العبارة السابقة الذكر نجد أن الاتصال الوسيطي عن طريق الفايسبوك قلل من الاعتماد على الاتصال المباشر الذي يولد التفاعل الاجتماعي الإيجابي بين أفراد الجماعة الواحد ، إذن الاتصال الوسيطي هنا حل محل الاتصال المباشر وقلل من تفاعل الطلبة إجتماعيا .

جدول رقم (65) يبين تأثير الفايسبوك على التفاعل الإجتماعيحسب متغير السن

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	ت	%	ت	%	ت	%
من 18 سنة إلى 23 سنة	11	%31.42	6	%17.14	18	%51.42
من 24 سنة إلى 29 سنة	12	%48	6	%24	7	%28
من 30 سنة فما فوق	0	%0	0	%0	10	%100

تبين نتائج الجدول أن الفئة العمرية مابين 18 سنة – 23 سنة لا توافق على العبارة القائلة " استخدامك للفايسبوك قلل من تفاعلك الاجتماعي " بنسبة 51.42% ، أما النسبة التي وافقت على هذه العبارة بلغت 31.42% ، ونسبة المحايدين بلغت 17.14%.

أما الفئة العمرية من 24 سنة – 29 سنة وافقت على العبارة أعلاه بنسبة 48% ، أما النسبة التي لم توافق عليها بلغت 28% ، والنسبة المحايدة بلغت24%.

وفيما يخص الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق لم توافق كلها على العبارة أعلاه بنسبة 100% ، أما المحايدين والموافقين عليها فكانت منعدمة.

يمكن تفسير هذه النتائج أن الفئة العمرية مابين 18 سنة – 23 سنة والفئة العمرية مابين 24 سنة – 29 سنة أكثر تأثرا بالفايسبوك وتعلقا به مما أدى إلى تقليل عملية تفاعله مع محيطه الاجتماعي.

عبارة رقم 16: " تشعر بالحيرة والإرتباك عند انقطاع الانترنيت"

جدول رقم (66) يبين ردة الفعل عند انقطاع الانترنيت

البيانات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	56	%80
محايد	3	%4.28
لا أوافق	11	%15.71
المجموع	70	%100

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 80% من المبحوثين يحسون بالحيرة والارتباك عند انقطاع الانترنيت ،أما نسبة 15.71% لا يحسون بالحيرة والارتباك عند انقطاع الانترنيت في حين بلغت نسبة المحايدين 4.28%.

يمكن تفسير هذه النتائج على أن هناك تأثير سلبي لانقطاع الانترنيت على المبحوثين وهذا لأنهم لن يتمكنوا من تصفح الفايسبوك مما يؤدي بالملل وطول الوقت و شدة الفراغ والإرتباك ، ما يؤدي بالطالب بالإنزعاج والقلق عند الاتصال به

مباشرة أو التكلم معه في أي موضوع وجها لوجه لأن حالته النفسية لا تسمح له بالتواصل المباشر معه .

جدول رقم (67) يبين ردة الفعل عند انقطاع الانترنيت حسب متغير الجنس

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	22	%78.57	1	%3.57	5	%17.85
الإناث	34	%80.95	2	%4.76	6	%14.28
المجموع الكلي	56	%80	3	%4.28	11	%15.71

يبين الجدول أعلاه نسبة المبحوثين الموافقين على عبارة " تشعر بالحيرة والإرتباك عند انقطاع الانترنيت " وصلت إلى 80% ، أما الذين لم يوافقوا على هذه العبارة فبلغت نسبتهم 15.71% في حين كانت نسبة المحايدين 4.28% كما يبين الجدول نسبة الإناث الموافقات على العبارة أعلاه بلغت 80.95% بينما بلغت نسبة الذكور 78.57% أما نسبة الذكور الغير موافقون على العبارة بلغت 17.85% ونسبة الإناث 14.28% في حين بلغت نسبة الإناث المحايدات4.76% أما نسبة الذكور المحايدين 3.57%.

يمكن تفسير هذه النتائج على أن هناك تأثير سلبي على كلا الجنسين بنفس الدرجة لانقطاع الانترنيت على المبحوثين وهذا لأنهم لن يتمكنوا من تصفح الفايسبوك مما يؤدي بالملل وطول الوقت و شدة الفراغ والإرتباك ، ما يؤدي بالطالب بالإنزعاج والقلق عند الاتصال به مباشرة أو التكلم معه في أي موضوع وجها لوجه لأن حالته النفسية لا تسمح له بالتواصل المباشر معه .

جدول رقم (68) يبين ردة الفعل عند انقطاع الانترنيت حسب متغير السن

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	ت	%	ت	%	ت	%
من 18 سنة إلى 23 سنة	32	%91.42	0	%0	3	%8.57
من 24 سنة إلى 29 سنة	23	%92	0	%0	2	%8
من 30 سنة فما فوق	1	%10	3	%30	6	%60

تبين نتائج الجدول أن الفئة العمرية التي تتراوح أعمارها مابين 18 سنة –23 سنة توافق على أنها تشعر بالارتباك عند انقطاع الانترنيت بنسبة 91.42% أما نسبة الغير موافقين على هذا بلغت نسبتها 8.57% في حين انعدمت نسبة المحايدين.

أما الفئة العمرية التي تتراوح أعمارها مابين 24 سنة 29 سنة كذلك بلغت نسبة موافقتها على أنها تشعر بالارتباك عند انقطاع الانترنيت 92% ، أما الرافضين لهذه العبارة بلغت نسبتهم 8% في حين انعدمت نسبة المحايدين لها.

وفيما يخص الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق عبرت عن رفضها للعبارة أعلاه بنسبة 60% ، أما النسبة الموافقة لها بلغت 10% ، في حين بلغت نسبة المحايدين 30%.

يمكن تفسير النتائج المتحصل عليها أن الفئتين العمريتين مابين 18 سنة – 23 سنة ومابين 24 سنة – 29 سنة تشعر بالحيرة والارتباك ما يعني أن هناك تأثير سلبي لانقطاع الانترنيت على المبحوثين وهذا لأنهم لن يتمكنوا من تصفح الفايسبوك مما يؤدي بالملل وطول الوقت و شدة الفراغ والإرتباك ، ما يؤدي بالطالب بالإنزعاج والقلق عند الاتصال به مباشرة أو التكلم معه في أي موضوع وجها لوجه لأن حالته النفسية لا تسمح له بالتواصل المباشر معه .على عكس الفئة العمرية من

30 سنة فما فوق التي لا تشعر بالارتباك والقلق من انقطاع الانترنت لأنه يعوض ذلك بالتواصل الحي مع محيطه الاجتماعي .

عبارة رقم 17: "لا توجد لحياتي معنى دون استخدام الفايسبوك".

جدول رقم (69) يبين تأثير الفايسبوك على حياة الأفراد

البيانات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	48	%68.57
محايد	13	%18.57
لا أوافق	9	%12.85
المجموع	70	%100

يبين الجدول أعلاه نسبة المبحوثين الذين لا توجد لحياتهم معنى دون الفايسبوك بلغت 68.57% أما نسبة المحايدين الذين لم يجيبوا بلغت 18.57% ، في حين بلغت نسبة غير الموافقين على العبارة 12.85%.

تفسر هذه النتائج أن الفايسبوك أثر بشكل سلبي على نمط حياة الأفراد وذلك باعتمادهم الكلي في قضاء حاجاتهم خاصة الإجتماعية والنفسية على الفايسبوك ، فغياب هذه الوسيلة تسبب لهم الانهيار والاكتئاب والملل وذلك لاحتوائها للفرد في جميع الميادين ، وبالتالي لا يستطيع أن يعالج الطالب هذه الحالة النفسية عن طريق الاتصال الشخصي بحيث أصبح مدمنا على هذه التقنية العصرية.

جدول رقم (70) يبين تأثير الفايسبوك على حياة الأفراد حسب متغير الجنس

البيانات	موافق	محايد	لا أوافق

	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	20	%71.42	5	%17.85	3	%10.71
الإناث	28	%66.66	8	%19.04	6	%14.28
المجموع الكلي	48	%68.57	13	%18.57	9	%12.85

يبين الجدول أعلاه أن الطلبة المبحوثين موافقون على عبارة " لا توجد لحياتي معنى دون استخدام الفايسبوك " وذلك بنسبة 68.57% أما الذين كانوا محايدين ولم يبدو رأيهم حول هذه العبارة فقد كانت نسبتهم 18.57% أما الذين لم يوافقوا على أنه لاتوجد لحياتهم معنى دون استخدام الفايسبوك بلغت نسبتهم 12.85% ، كما يبين الجدول نسبة الذكور الموافقون على العبارة 71.42% أما نسبة البنات بلغت 66.66 %أما نسبة الذكور المحايدين 17.04% ونسبة الإناث المحايدات 17.85% في حين بلغت نسبة الإناث الموافقات أما نسبة الذكور الموافقين 10.71%.

تفسر هذه النتائج أن الفايسبوك أثر بشكل سلبي على نمط حياة الأفراد خاصة الطلبة منهم الإناث والذكور ، وذلك باعتمادهم الكلي في قضاء حاجاتهم خاصة الإجتماعية والنفسية على الفايسبوك ، فغياب هذه الوسيلة تسبب لهم الانهيار والاكتئاب والملل وذلك لاحتوائها للفرد في جميع الميادين ، وبالتالي لا يستطيع أن يعالج الطالب هذه الحالة النفسية عن طريق الاتصال الشخصي بحيث أصبح مدمنا على هذه التقنية العصرية.

البيانات	موافق	محايد	لا أوافق

	ت	%	ت	%	ت	%
من 18 سنة إلى 23 سنة	28	%80	5	%14.28	2	%5.71
من 24 سنة إلى 29 سنة	19	%76	5	%20	1	%4
من 30 سنة فما فوق	1	%10	3	%30	6	%60

جدول رقم (71) يبين ردة الفعل عند انقطاع الانترنيت حسب متغير السن

تبين نتائج الجدول أن الفئة العمرية التي تتراوح أعمارها مابين 18 سنة –23 سنة توافق على أنها لا توجد لحياتها معنى دون استخدام الفايسبوك بنسبة 80% ونسبة المحايدين بلغت 14.28% أما نسبة الغير موافقين على هذه العبارة بلغت نسبتها 8.57%.

أما الفئة العمرية التي تتراوح أعمارها مابين 24 سنة 29 سنة كذلك بلغت نسبة موافقتها على أنها لاتوجد لحياتها معنى دون استخدام الفايسبوك 76% ،ونسبة المحايدين بلغت 20% أما الرافضين لهذه العبارة بلغت نسبتهم 8%.

وفيما يخص الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق عبرت عن رفضها للعبارة أعلاه بنسبة 60% ، أما نسبة المحايدين 30%. في حين بلغت نسبة الموافقين لها 10%.

يمكن تفسير النتائج المتحصل عليها أن الفئتين العمريتين مابين 18 سنة – 23 سنة ومابين 24 سنة – 29 سنة تشعر بأنه لامعنى للحياة بدون الفايسبوك ما يعني أن هناك تأثير سلبي لهذه على المبحوثين وهذا لأنهم لن يتمكنوا من تصفح الفايسبوك مما يؤدي بالملل وطول الوقت و شدة الفراغ والإرتباك ، ما يؤدي بالطالب بالإنزعاج والقلق عند الاتصال به مباشرة أوالتكلم معه في أي موضوع وجها لوجه لأن حالته النفسية لا تسمح له بالتواصل المباشر معه .على عكس الفئة العمرية من

30 سنة فما فوق التي تشعر أن الحياة جد طبيعية بدون الفايسبوك لأنه يعوض ذلك بالتواصل الحي مع محيطه الاجتماعي .

عبارة رقم 18 : " أصدقاؤك ومعارفك عبر الفايسبوك أكثر من الموجودين على أرض الواقع.

جدول رقم (80) يبين مقارنة الأصدقاء الحقيقيين والأصدقاء الإفترضيين

البيانات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	53	%75.71
محايد	8	%11.42
لا أوافق	9	%12.85
المجموع	70	%100

يوضح الجدول أن 75.71% من المبحوثين موافقين على أن أصدقاءهم عبر الفايسبوك أكثر من الواقعيين أما نسبة 12.85% غير موافقين على ذلك ، في حين بلغت نسبة المحايدين 11.42 %.

يمكن تفسير هذه النتائج من خلال خصوصية موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك والإمتيازات التي يتميز بها وهي القدرة على تكوين أكبر عدد من الأصدقاء ومن مختلف أنحاء العالم ، هنا يتجلى التنافس بين الاتصال الوسيطي والاتصال المباشر بحيث لا يستطيع الطالب على تكوين عدد كبير من الأصدقاء بالإعتماد على الاتصال الشخصي وجها لوجه في فترة زمنية قصيرة ومن مختلف أرجاء العالم ، لذلك الفايسبوك سهل من هذه العملية وبالتالي الاعتماد عليه لتكون مثل هذه العلاقات .

جدول رقم (81) يبين مقارنة الأصدقاء الحقيقيين والأصدقاء الإفترضيين حسب متغير الجنس

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	25	%89.28	0	%0	3	%10.71
الإناث	28	%66.66	8	%19.04	6	%14.28
المجموع الكلي	53	%85.71	8	%1.42	9	%12.85

يبين الجدول أعلاه أن الطلبة المبحوثين موافقون بنسبة كبيرة جدا على أن أصدقاءهم ومعارفهم عبر الفايسبوك أكثر من الموجودين على أرض الواقع وذلك بنسبة 85.71%

أما الذين لم يوافقوا على هذه العبارة فقد بلغت نسبتهم 12.85% في حين كانت نسبة المحايدين 19.04% الذين لم يبدو أرائهم حول هذه العبارة كما يبين الجدول نسبة موافقة الذكور على العبارة بلغت 89.28% مقابل نسبة الإناث 66.66 %، أما نسبة الاناث الغير الموافقات 14.28% أما نسبة الذكور الغير موافقون بلغت10.71% في حين بلغت نسبة الإناث المحايدات 2.38% أما نسبة الذكور بلغت 0%.

يمكن تفسير هذه النتائج من خلال خصوصية موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك والإمتيازات التي يتميز بها وهي القدرة على تكوين أكبر عدد من الأصدقاء ومن مختلف أنحاء العالم ، هنا يتجلى التنافس بين الاتصال الوسيطي والاتصال المباشر بحيث لا يستطيع الطالب سواء أنثى أم ذكر على تكوين عدد كبير من الأصدقاء بالإعتماد على الاتصال الشخصي وجها لوجه في فترة زمنية

قصيرة ومن مختلف أرجاء العالم ، لذلك الفايسبوك سهل من هذه العملية وبالتالي الاعتماد عليه لتكون مثل هذه العلاقات .

جدول رقم (82) يبين مقارنة الأصدقاء الحقيقيين والأصدقاء الإفترضيين حسب متغير السن

البيانات	موافق		محايد		لا أوافق	
	ت	%	ت	%	ت	%
مابين 18 سنة إلى 23 سنة	33	%94.28	0	%0	2	%5.71
مابين 24 سنة إلى 29 سنة	24	%96	0	%0	1	%4
من 30 سنة فما فوق	3	%30	1	%10	6	%60

تبين نتائج الجدول أن الفئة العمرية التي تتراوح أعمارها مابين 18 سنة –23 سنة توافق على أن الأصدقاء عبر الفايسبوك أكثر من الموجودين على أرض الواقع بنسبة 94.28% أما نسبة الغير موافقين على هذا بلغت نسبتها 5.71% في حين انعدمت نسبة 5المحايدين.

أما الفئة العمرية التي تتراوح أعمارها مابين 24 سنة 29 سنة كذلك بلغت نسبة موافقتها على أن الأصدقاء عبر الفايسبوك أكثر من الموجودين على أرض الواقع 96% ، أما الرافضين لهذه العبارة بلغت نسبتهم 4% في حين انعدمت نسبة المحايدين لها.

وفيما يخص الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق عبرت عن رفضها للعبارة أعلاه بنسبة 60% ، أما النسبة الموافقة لها بلغت 30% ، في حين بلغت نسبة المحايدين 10%.

يمكن تحليل هذه النتائج أن جميع الفئات العمرية توافق على أن الأصدقاء الذين تم تكوينهم عبر الفايسبوك أكثر من الموجودين على أرض الواقع إلا الفئة

العمرية من 30 سنة فما فوق التي كانت نسبتها معتبرة بحيث تفسر هذه النتيجةمن خلال خصوصية موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك والإمتيازات التي يتميز بها وهي القدرة على تكوين أكبر عدد من الأصدقاء ومن مختلف أنحاء العالم ، هنا يتجلى التنافس بين الاتصال الوسيطي والاتصال المباشر بحيث لا يستطيع الطالب تكوين عدد كبير من الأصدقاء بالإعتماد على الاتصال الشخصي وجها لوجه في فترة زمنية قصيرة ومن مختلف أرجاء العالم ، لذلك الفايسبوك سهل من هذه العملية وبالتالي الاعتماد عليه لتكوين مثل هذه العلاقات، ما يعني أن التواصل الشخصي الحي عاجز عن تكوين مثل هذا العدد من الصداقات في فترة زمنية محدودة .

نتائج الدراسة:

من خلال ما سبق توصلنا إلى النتائج التالية:

– أكثر من نصف العينة يستخدمون الانترنيت من الفترة الممتدة بين "سنتين إلى أربع سنوات " وذلك بنسبة 57.14 % أغلبهم الفئة العمرية مابين 18 سنة – 23 سنة.

– متوسط الاستخدام للفايسبوك يتراوح من ساعتين فأكثر ، والإناث هم أكثر استعمالا له خاصة الفئة العمرية مابين 18 سنة – 23 سنة .

– يعد المنزل أكثر الأماكن المفضلة لاستخدام الفايسبوك من كلا الجنسين.

– أغلبية المبحوثين يتصفحون الفايسبوك مرتين في اليوم بنسبة 42.42% والإناث يستعملنه أكثر من الذكور ويفسر لوقت الفراغ عند الإناث خاصة الفئة العمرية مابين 18 سنة – 23 سنة .

– الفترة الليلية هي أكثر الفترات استعمالا لدى الذكور والإناث في جميع الأعمار.

– الذكور والإناث يستخدمون الفايسبوك لوحدهم خاصة الفئة العمرية مابين 18 سنة – 23 سنة بسبب خصوصية الاستخدام الفردي الفايسبوك .

– أغلبية المبحوثين من الذكور والإناث يستخدمون الفايسبوك بدافع التواصل مع الأصدقاء والأهل يليها الترفيه والتسلية ، والتعرف على أشخاص جدد.

– هناك فروق جوهرية بين الجنسين حول الخدمات التي يقدمها الفايسبوك ، فالإناث يميلون للدردشة بينما الذكور للتعليقات ، وأن الذكور يميلون لمشاركة الروابط والصور والفيديو أكثر من الإناث.

-قلل الفايسبوك من الاتصال الشخصي المباشر بالأقارب خاصة الذكور ، والفئة العمرية مابين 18 سنة – 23 سنة ، والفئة العمرية من 30 سنة أقل تأثرا.

– الذكور يقضون وقتهم مع الفايسبوك أكثر من الإناث خاصة الفئة العمرية 18 سنة – 23 سنة ما أدى للتقليل من التواصل الشخصي مع المحيط الاجتماعي .

– أثر الفايسبوك على الذكور والإناث على اتصالهم المباشر بالأصدقاء، خاصة الفئة العمرية 18 سنة – 23 سنة .

– الطلبة الجامعيين ذكورا كانوا أم إناثا أكثر إيمانا بالعلاقات التي تكون مع الأصدقاء وجها لوجه.

– كلا الجنسين زيارتهم قلت لأقاربهم بسبب استخدام الفايسبوك خاصة الفئة العمرية مابين 24 سنة 29 سنة والفئة العمرية من 30 سنة فما فوق .

– كلا الجنسين تراجعت نشاطاتهم الاجتماعية في المناسبات العائلية التي تعزز الاتصال الشخصي بسبب الفايسبوك ، خاصة الفئة العمرية من 24 سنة 29 سنة .

– كلا الجنسين قل تفاعلهم مع أسرهم بواسطة الاتصال منذ تعودوا على استخدام الفايسبوك وفي جميع الأعمار .

– كلا الجنسين تشكوا منهم عائلاتهم بسبب طوال الوقت الذي يقضونه منشغلين عنهم في تصفح الفايسبوك وقلة تواصلهم المباشر معهم ، خاصة الفئة العمرية 18 سنة – 23 سنة و الفئة العمرية 24 سنة 29 سنة .

– كلا الجنسين ساعدهم الاتصال الاتصال عبر الفايسبوك في توسيع علاقاتهم الاجتماعية خاصة الفئة العمرية مابين 18 سنة 23 سنة مستغنيين عن الاتصال الشخصي في تكوين مثل هذه العلاقات .

– كلا الجنسين استخدامهم للفايسبوك جعلهم يحافظون على علاقاتهم القديمة خاصة الفئة العمرية مابين 18 سنة 23 سنة .

– كلا الجنسين لا يشعرون بالوحدة والعزلة عند استخدام الفايسبوك من كلا الجنسين خاصة الفئة العمرية مابين 18 سنة 23 سنة .

– كلا الجنسين لا يحسون بالألفة والانتماء عند تعاملهم مع الأصدقاء الحقيقيين بسبب عدم فعالية الاتصال الشخصي وتعويضه بالاتصال عبر الفايسبوك إلا أنه هناك تأثير سلبي على الطلبة وعدم إحساسهم بالألفة والإنتماء عند تعاملهم مع الأصدقاء الحقيقيين خاصة الفئة العمرية مابين 24 سنة 29 سنة .

- لا توجد قواعد محددة للمعيشة هذه الأيام دون استخدام الفايسبوك من كلا الجنسين خاصة الفئة العمرية مابين 18 سنة – 23 سنة .
- أثر استخدام الفايسبوك على التفاعل الاجتماعي لكلا الجنسين الذي ينتج عن الاتصال المباشر ، خاصة الفئة العمرية مابين 24 سنة – 29 سنة .
- أغلب المبحوثين من الذكور والإناث يشعرون بالحيرة والإرتباك عند انقطاع الانترنيت خاصة الفئتين العمريتين مابين 18 سنة – 23 سنة و مابين 24 سنة – 29 سنة بحيث لا يستطيعون التواصل مع الآخرين مباشرة بسبب تعودهم عن الاتصال عبر الفايسبوك .
- أصدقاء المتصفحين للفايسبوك من الذكور والإناث أكثر من الأصدقاء الحقيقيين خاصة الفئة العمرية مابين 18 سنة –23 سنة و الفئة العمرية مابين 24 سنة – 29 سنة .

إذن كشفت نتائج الدراسة عن أبعاد اجتماعية عدة للاتصال عبر الفايسبوك ذات تأثيرات واضحة في طبيعة العلاقات الإجتماعية في المجتمع الجزائري ، إذ

تبين أن الشباب الجامعي يستخدمون هذا الموقع بوصفها وسيلة اتصال في حياتهم اليومية ، بصرف النظر عن أعمارهم ، بحيث بدأ ينافس أكثر أشكال الاتصال رسوخا في الحياة الاجتماعية وهو الاتصال الشخصي المباشر.

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الفايسبوك والاتصال الشخصي بالأسرة والآخرين وبين عدد ساعات استخدام الفايسبوك والاتصال الشخصي بالأسرة وبالآخرين حيث كانت آراء عينة الدراسة تجاه تأثيرات الفايسبوك في الاتصال الشخصي إيجابية حيث كلما ارتفع عدد ساعات استخدام الفايسبوك كلما زاد التأثير السلبي على الاتصال الشخصي.

كما بينت النتائج التغير الذي أحدثه الفايسبوك في طبيعة عملية التفاعل بين الطلبة الجامعيين وبين أسرهم ومحيطهم الاجتماعي، إذ نجم عن استخدام الشباب للفايسبوك تراجع في مقدار التفاعل اليومي بينهم وبين أسرهم من جهة وتراجع في عدد الزيارات التي اعتاد عليها هؤلاء الشباب بها لأقاربهم قبل تعودهم على استخدام الفايسبوك من جهة أخرى كما نجم عن هذا التغيير أيضا تراجع آخر في طبيعة علاقاتهم الاجتماعية تجسد في تدني مساهماتهم ومشاركتهم في المناسبات الأسرية والعائلية وفي تذمر أسرهم منهم بسبب انشغالهم بالفايسبوك.

أما ما يتعلق بالأبعاد الاجتماعية للاتصال عبر الفايسبوك التي كشفت عنها الدراسة فقد تبين أن لهذا النوع من الاتصال قدرة على إحداث تغييرات في طبيعة العلاقات الاجتماعية السائدة بين الجنسين في المجتمع الجزائري ، حيث هذا الاتصال الوسيطي يكون مشاعر وعواطف تةازي المشاعر والعواطف الحية التي تتكون من خلال الاتصال المباشر بالآخرين ، وربما يكون الدافع وراء لجوئهم إلى تكوين مثل هذه العلاقات من خلال هذه الوسيلة هو شعورهم بالضغط الاجتماعي

الممارس عليهم في مجتمعهم والذي يحول دون لقائهم وجها لوجه ، لذا وجدو في الفايسبوك فرصة سانحة تحقق لهم ذلك .

صحيح أن هذه المشاعر والعواطف الإلكترونية قد لا تضاهي المشاعر التي تتكون من خلال الاتصال الشخصي المباشر ، ومع ذلك فقد عملت هذه المشاعر في تغيير طبيعة التفاعل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية السائدة بين الطلبة الجامعيين ، إذ نجم عن استخدام الطلبة للفايسبوك تراجع في مقدار التفاعل اليومي بينهم وبين أسرهم من جهة وتراجع عدد الزيارات التي اعتاد هؤلاء الشباب القيام بها لأقاربهم قبل تعودهم على استخدام الفايسبوك ، كما نجم عن هذا التغيير أيضا تراجع في طبيعة علاقاتهم الاجتماعية تجسد في تدني مساهملتهم ومشاركاتهم في المناسبات الأسرية والعائلية وفي تذمر أسرهم منهم بسبب انشغالهم بالفايسبوك

أيضا هناك بعد آخر من الأبعاد الاجتماعي للاتصال عبر الفايسبوك في المجتمع الجزائري نجم عنه حالة مشاعرية من الاغتراب النفسي والاجتماعي بين الشباب باعد بينهم وبين مجتمعهم ، وتكمن خطورة وجود هذه الحالة في أنها تعمل على تباعد نفسي واجتماعي بينهم وبين من تربطهم بهم علاقات اجتماعية داخل مجتمعهم فضلا عن صعوبة اندماجهم داخل المجتمع ، وفي الحقيقة

خاتمـــة

إذن وفر ظهور شبكات التواصل الاجتماعي فتحا ثوريا مرتبط بكافة مجالات الأنشطة الانسانية فأصبحت جزءا مهما في الحياة اليومية للأشخاص ، بحيث نجحت إلى حد كبير في فتح فرص جديدة أمام الأفراد للتفاعل ونقل همومهم ومشاكلهم من خلال بناء علاقات إجتماعية افتراضية تنتهي عند حدود الشاشة ، وبالتالي ملاحظة التغير الكبير في العلاقات الاجتماعية خاصة الاتصال الشخصي الذي يمكن الاستفادة منه في مجالات الاتصال الاجتماعية والنوعية والتوجيهية والذي يولي أهمية قصوى للصلات والروابط الاجتماعية والتقليدية المبنية أغلبها على الاتصال المباشر بين أفراد المجتمع .

من جهة أخرى نجد الاتصال الشخصي الذي لا يخفى دوره في المجتمعات التقليدية والانتقالية التي تهمش فيها الثقافة الشفوية والروابط الشخصية والعائلية التقليدية يواجه تأثيرات عديد بفعل شبكات التواصل الاجتماعي واستخدامها اللاعقلاني من طرف الطلبة ما أدى إلى ظهور نمط جديد من أنماط الاتصال يحاول أن يلعب دور الاتصال الشخصي ويحد من فعاليته.

لقد أفضى التقدم الهائل في شبكات التواصل الاجتماعي إلى إنتاج وسائل اتصال جديدة عملت على تغيير تواصل الناس الشخصي وأشكال تفاعلهم مع بعضهم البعض، فأصبح الفرد يستغنى عن اللقاءات المباشرة وجها لوجه ويستسلم لشاشة الكمبيوتر فيقضي وقتا طويلا في تفاعل افتراضي من شأنه أن يختزل الوقت المخصص للأشخاص الواقعيين في حياته.

لقد سعينا من خلال هذه الدراسة إلى تناول موضوع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وأثر هذا الاستخدام في الاتصال الشخصي محاولين الكشف عن هذا الأثر انطلاقا من الدلالات الاجتماعية التي تظهر الدور الكبير الذي أصبح يقوم به الاتصال الوسيطي في حياة الأفراد من خلال الوقت المخصص له.

في النهاية لا يمكننا القول بأن العلاقة بين استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية الاتصال الشخصي هي علاقة تأثير سلبي دائما وأن هذا الدور السلبي مرت به كل المجتمعات وبكل الثقافات، إنّ هذه المواقع قد تفكك ما هو متلاحم و قد تجمع ما هو متباعد ويختلف التأثير من مجتمع لآخر ومن مستخدم لآخر تبعا للعديد من المتغيرات الاجتماعية ،فإن مواقع الشبكات الاجتماعية تجمع وتفرق في آن واحد . والقيم المعيارية السلبية والايجابية هي نسبية .لأن ما كان سلبيا أصبح ايجابيا مع الزمن .وما نعتبره سلبيا في هذا المجتمع أو الثقافة يعتبر إيجابيا بالنسبة لذاك المجتمع أو تلك الثقافة "ولذلك لا يمكننا الحكم بأن قضية" الفايسبوك "سود اء ولا بالقضية بيضاء ولكن التأثير مرتبط بالدرجة الأو لى بالمستخدم حسب الجنس والسن، وغيرها إلى جانب المجتمع والثقافة التي ينتمي إليها.

المراجع

المعاجم

1 – ابن منظور: **معجم لسان العرب**، دار صادر، بيروت، المجلد 09 ، ط1،2005.

2 – جان فرنسوا دورنيه: **معجم العلوم الإنسانية**، ترجمة جورج كتورة ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، أبو ظبي ، ط9 ، 2009.

3 – محمد جمال الفار: **المعجم الإعلامي**،، دار أسامة للنشر والتوزيع عمان، الأردن ، ط9 ، 2006.

4– محمد منير حجاب، **المعجم الإعلامي** ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة 2004.

الكتب

1 - أبو عرقوب إبراهيم ، **الاتصال الانساني ودوره في التفاعل الإجتماعي :** دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ، عمان ، ط4 ، د س.

2 - أبو عرقوب إبراهيم أحمد ، الخدام حمزة خليل: **تأثير الإنترنت على الاتصال الشخصي بالأسرة وبالأصدقاء**، دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلّد 39 ، العدد2 ، 2012.

3 – أحمد رشوان حسين عبد الرحمن ،**العلم والبحث العلمي**: دراسة في مناهج العلوم ، االمكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، ط4 ، 2004 .

4 – إمام إبراهيم ، **الإعلام والاتصال بالجماهير**، الطبعة الثانية،مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1975.

5 - إمام إبراهيم ، **العلاقات العامة والمجتمع**، الطبعة الثانية، مكتبة الأنجلو مصرية ، القاهرة ، 1968،.

6 – بخوش ومرزوقي : **الويب 2 ..الشبكات الإجتماعية والإعلام الجديد** ، الجزائر ، جامعة باجي ، د ط ، 2009

7 – بعزيز إبراهيم : **تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية** ، دار الكتاب الحديث ، الجزائر 2011.

8 - البكرى فؤادة عبد المنعم ، **الاتصال الشخصي**: عالم الكتب ،القاهرة، ط2، 2005 .

9 - بن مرسلي أحمد ، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال** ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2005 .

10– بوحوش عمار ، ذنيبات محمد محمود ،**مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحث**: ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2007 .

11 – حجاب محمد منير : **الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ط02 ،2000 ،.

12 – الحسن احسان محمد ، **الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي**: دار الطليعة، لبنان، ط 05 ، 1986.

13 – الحولي سناء :**مدخل إلى علم الاجتماع**، دار النهضة العربية، بيروت، 1996.

14 – خضر حلمي ، **تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الإجتماعية دراسة ميدانية في المجتمع القطري**:مجلة جامعة دمشق، المجلد 24، العدد الأول +الثاني، 2008.

15 - خضر جميل أحمد ، **العلاقات العامة**: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 1998 .

16 - شروخ صلاح الدين ، **منهجية البحث العلمي** ، دار العلوم للنشر والتوزيع ،عنابة، د.ط ،2003 .

17 - شفيق محمد :**البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية**، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة ، 1998 ،.

18 – صادق عباس مصطفى: **الإعلام الجديدي المفاهيم والوسائل والتطبيقات** ، دار الشروق ، عمان ، 2008 .

19 - الطائي مصطفى حميد ، خير ميلاد أبو بك:**مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في الإعلام و العلوم السياسية**، دارالوفاء، الإسكندرية ، 2007 .

20 – الطاهات زهير ياسين ، **سيكولوجية العلاقات العامة والإعلان** : دار يافا العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، 2011 .

21 – الضامن منذر: **أساسيات البحث العلمي**: دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط 05 ، 2009.

22 – عبد الحميد :محمد **دراسة الجمهور ف بحوث الإعلام**، عالم الكتب، القاهرة، ط1 ، 1993.

23 – العبد عاطف عدلي ،**المداخل الاساسية لدراسة علم الاتصال** : الجزء الأول ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة 1988.

24 – عبد العزيز جمال ، الشرهان : **الوسائل التعليمية ومستجدات تكنولوجيا التعلم** ، مطابع الحميضي، الرياض،" ط2 ، 2003 م.

25 – عبد المعطي علي ، السرياقوسي محمد :**أساليب البحث العلمين**، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، ط1،1988 .

26 – عصام الموسى : **مدخل إلى الاتصال الجماهيري** ، مكتبة الكتاني، أربد ، 1986.

27 - . عليان ربحي مصطفى ، الطوباسي عدنان محمود ، **الاتصال والعلاقات العامة** : دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005.

28 - عمر السيد أحمد مصطفى ، **البحث العلمي، إجراءاته ومناهجه** ، مكتبة الفلاح ،القاهرة،2002 .

29 – عمر نوال محمد ، **دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية** ، مكتبة نهضة الشرق، مصر ، د.ط ، 1984 .

30 – عودة محمد ، **أساليب الاتصال والتعبير الاجتماعي** : درا المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، 1998.

31 – عيسري علي بن عبد الله : **الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للإنترنيت** ، مركز البحوث والدراسات

جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض ، 2004 .

32 – اللبان شريف درويش ، هشام عطية عبد المقصود: **مقدمة في مناهج البحث الإعلامي**، الدار العربية للنشر والتوزيع، مصر، ط 09 ، 2008.

33 - متولي أمال سعد ، **مبادئ الاتصال بالجماهير ونظرياته**:دار ومكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع،القاهرة، 2005.

34 - منصور هالة ، **الاتصال الفعال وأساليبه ومهاراته**: المكتبة الجامعية ، الإسكندرية، 2005.

35- وهبي سحر محمد ،**دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجامعي** : دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ،ط1 ، 1996 .

المقالات من الانترنيت

الموسوعة المفتوحة ويكيبيديا http.ar.wikipedia.org/wiki. تاريخ التصفح 2016/03/07 على الساعة 17:47

الموسوعة المفتوحة ويكيبيديا :http://ar/.wikipedia.org/wik تاريخ التصفح 2016/03/07 على الساعة 19:05 .

– الموسوعة المفتوحة ويكيبيديا ، https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D تاريخ التصفح 2016/05/02 على الساعة 16:30

- سلطان الصاعدي .**الشبكات الاجتماعية .. خطر أم فرصة** ؟ ، على الرابط ***http://www.alukah.net/spotlight/0/40402***، تاريخ الاسترجاع2013.2.17

3

4- Danah m. Boyd, Nicole B.Ellison **,** ***Social network sites; Definition , history and scholar ship*** , Journal of computer mediated communication , vol(13),issue (1) http://icmc.indiana.edu/vol13issue1 /boyd.ellison.html. يوم 2016/03/25 على الساعة01:00

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

تاريخ التصفح يوم 05/25 2016 على الساعة 12:00

1 - بنان علي دخيل،مشاعل البشر:**المواقع الاجتماعية وتأثيرها على المجتمع السعودي**،www.psu.edu.sa/pscw/index.htm تم استرجاعها بتاريخ 15 /01/ 2012 على الساعة 05:00.

الرسائل الجامعية:

حسن أشرف جلال .**أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والإتصالية للأسرة المصرية والقطرية** دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور فى ضوء مدخل الإعلام البديل ، كلية الإعلام جامعة القاهرة، فبراير 2009 ، الجزء الأول.

حنفى نرمين سيد: **أثر استخدام تكنولوجيا الإتصال الحديثة على أنماط الإتصال الأسرى فى مصر**: دراسة مسحية مقارنة **رسالة ماجستير غير منشورة**،(جامعة القاهرة كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2003.

نشوى عقل، " **العلاقة بين الوجود الافتراضي لشباب الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى تفاعلهم الاجتماعي مع الآخرين ومع وسائل الإعلام التقليدية** ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (الرأي العام) المجلد العاشر، العدد الثاني، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، 2010 م.

1 – محمد غريب، "**الاتصال عبر الانترنت وتأثيره في إكساب المهارات الاجتماعية لدى طلاب الجامعات** ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد العاشر ، العدد الرابع ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، يوليو /ديسمبر 2011 م.

1- مريم نريمان نومار: **استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية(دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر)** مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، الجزائر ، 2012/2011.

وسام عبدي ، سمية يحي هلالي : **تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجزائري** ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الليانس ،تخصص اتصال وعلاقات عامة ،الجزائر ، 2012/2011.

مجد الهاشمي : **تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري** ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2012.

الكتب بالأجنبية

1 - ا.لارامي ،ب.فالي، **البحث في الاتصال(عناصر منهجية)**، ترجمة: ميلود سفاري وآخرون ، مخبر علم اجتماع الاتصال، قسنطينة، د.ط ، 2004 ، ص26.

2 –Shim, Young Soo. 2007. The **Impact of Internet on Teenagers' Face–to–Face Communication** "Global, Media Journal, 6, 10.

Marcel Danesi: Dictionary of media and communication.Me 3

shrpe ,new York , 2009

4- E. Katz and Paul F. Lazarsfeld, personal influence: the part played by people in the Flow of Mass communication, (Glencoe, Illinois: the free press, 1964.

الملاحق

فهرس الجداول

جدول رقم (01) يبين النوع الاجتماعي..... ص74

جدول رقم (02) يبين الفئات العمرية ص74

جدول رقم (03) يبين بداية استخدام الفايسبوك ص76

جدول رقم (04) يبين بداية استخدام الفايسبوك حسب متغير السن..... ص76

جدول رقم (05) يبين متوسط استخدام الفايسبوك..... ص78

جدول رقم (06) يبين الوقت المستغرق في استخدام الفايسبوك حسب متغير الجنس .....ص 79

جدول رقم (07) يبين الوقت المستغرق في استخدام الفايسبوك حسب متغير السن..... ص80

جدول رقم (08) يبين الأماكن الأكثر استخداما للفايسبوك..... ص81

جدول رقم (09) يبين الأماكن الأكثر استخدام للفايسبوك حسب متغير الجنس..... ص82.

جدول رقم (10) يبين عدد مرات تصفح الفايسبوك..... ص83

جدول رقم (11) يبين عدد مرات تصفح الفايسبوك حسب متغير الجنس ص83

جدول رقم (12) يبين عدد مرات تصفح الفايسبوك حسب متغير السن... ص84

جدول رقم (13) يبين الفترات المفضلة عند تصفح الفايسبوك.....ص85

جدول رقم (14) يبين الفترات المفضلة عند تصفح الفايسبوك حسب متغير السن ص86

جدول رقم (15) يبين مع من يكون المتصفح للفايسبوك..... ص87

جدول (16) يبين مع من يستخدم أفراد العينة "الفايسبوك" حسب متغير الجنس.....ص 88

جدول (17) يبين مع من يستخدم أفراد العينة "الفايسبوك" حسب متغير السن.....ص89

جدول (18) يبين دوافع استخدام "الفايسبوك". ص90

جدول (19) يبين دوافع استخدام "الفايسبوك" حسب متغير الجنس. ص92

جدول (20) يبين الخدمات التي يقدمها "الفايسبوك" ص93

جدول (21) يبين الخدمات التي يقدمها "الفايسبوك" حسب متغير الجنس. ..ص94

جدول (22) يبين هل استخدام الفايسبوك قلل من الاتصال المباشر بالأقارب..... ص95

جدول (23) يبين هل استخدام الفايسبوك قلل من الاتصال المباشر بالأقارب ص96

جدول (24) يبين هل استخدام الفايسبوك قلل من الاتصال المباشر بالأقارب..... 97

جدول (25) يبين مع من يقضي الطالب وقتا أكثر الفايسبوك أم الأهل..... ص98

جدول (26) يبين مع من يقضي الطالب وقتا أكثر الفايسبوك أم الأهل حسب متغير الجنس ص99

جدول رقم (27) يبين مع من يقضي وقتا أكثر الفايسبوك أم الأهل حسب متغير السن ص99

جدول رقم (28) يبين مع من يقضي الطالب وقتا أكثر الفايسبوك أم امع الأصدقاء ...ص100

جدول رقم (29) يبين مع من يقضي وقتا أكثر الفايسبوك أم امع الأصدقاء حسب متغير الجنس.....ص101

جدول رقم (30) يبين مع من يقضي وقتا أكثر الفايسبوك أم مع الأصدقاء حسب متغير السن..... ص102

جدول رقم (31) يبين العلاقات المكونة مع الآخرين من كلا الجنسين عن طريق الفايسبوك هي نفس العلاقات المكونة عن طريق الاتصال الشخصي المباشر..... ص103

جدول رقم (32) يبين العلاقات المكونة مع الآخرين من كلا الجنسين عن طريق الفايسبوك هي نفس العلاقات المكونة عن طريق الاتصال الشخصي المباشر حسب متغير الجنس..... ص 104

جدول رقم (33) يبين العلاقات المكونة مع الآخرين من كلا الجنسين عن طريق الفايسبوك هي نفس العلاقات المكونة عن طريق الاتصال الشخصي المباشر حسب متغير السن..... ص105

جدول رقم (34) يبين تأثير الفايسبوك على الزيارات العائلية..... ص106

جدول رقم (35) يبين تأثير الفايسبوك على الزيارات العائلية حسب متغير الجنس... ص107

جدول رقم (36) يبين تأثير الفايسبوك على الزيارات العائلية حسب متغير السن.....ص108

جدول رقم (37) يبين تأثير الفايسبوك على النشاطات العائلية.....ص109

جدول رقم (38) يبين تأثير الفايسبوك على النشاطات العائلية حسب متغير الجنس..... ص110

جدول رقم (39) يبين تأثير الفايسبوك على النشاطات العائلية حسب متغير السن..... ص110

جدول رقم (40) يبين حديث الفرد في الفايسبوك بصراحة أكثر من الاتصال الشخصي أم لا..... ص111

جدول رقم (41) يبين حديث الفرد في الفايسبوك بصراحة أكثر من الاتصال الشخصي أم لا حسب متغير الجنس ص112

جدول رقم (42) يبين حديث الفرد في الفايسبوك بصراحة أكثر من الاتصال الشخصي أم لا حسب متغير السن ص113

جدول رقم (43) يبين تأثير الفايسبوك على التفاعل الأسري.....ص115

جدول رقم (44) يبين تأثير الفايسبوك على التفاعل الأسري حسب متغير الجنس..... ص115

جدول رقم (45) يبين تأثير الفايسبوك على التفاعل الأسري حسب متغير السن..... ص116

جدول رقم (46) يبين موقف العائلة من الاستخدام المطول للفايسبوك.....ص117

جدول رقم (47) يبين موقف العائلة من الاستخدام المطول للفايسبوك حسب متغير الجنس.....ص118

جدول رقم (48) يبين موقف العائلة من الاستخدام المطول للفايسبوك حسب متغير السن ص119

جدول رقم (49) يبين قدرة الفايسبوك على توسيع العلاقات الإجتماعية أم لا.....ص120

جدول رقم (50) يبين قدرة الفايسبوك على توسيع العلاقات الإجتماعية أم لا حسب متغير الجنس..... ص 120

جدول رقم (51) يبين قدرة الفايسبوك على توسيع العلاقات الإجتماعية أم لا حسب متغير السن..... .. ص121

جدول رقم (52) يبين قدرة الفايسبوك على المحافظة على العلاقات القديمة ص123

جدول رقم (53) يبين قدرة الفايسبوك على المحافظة على العلاقات القديمة حسب متغير الجنس..... ص124

جدول رقم (54) يبين قدرة الفايسبوك على المحافظة على العلاقات القديمة حسب متغير السن..... ص125

جدول رقم (55) يبين الوحدة والعزلة عند استخدام الفايسبوك.....ص126

جدول رقم (56) يبين الوحدة والعزلة عند استخدام الفايسبوك حسب متغير الجنس..... ص126

جدول رقم (57) يبين الوحدة والعزلة عند استخدام الفايسبوك حسب متغير السن..... ص127

جدول رقم (58) يبين الألفة والانتماء عند استخدام الفايسبوك..... ص128

جدول رقم (59) يبين الألفة والانتماء عند استخدام الفايسبوك حسب متغير الجنس.. ص129.

جدول رقم (60) يبين الألفة والانتماء عند استخدام الفايسبوك بين الأصدقاء حسب متغير السن ص130

جدول رقم (61) يبين قواعد الحياة دون الفايسبوك..... ص131

جدول رقم (62) يبين قواعد الحياة دون الفايسبوك حسب متغير الجنس... ص132

جدول رقم (63) يبين قواعد الحياة دون الفايسبوك حسب متغير السن..... ص133

جدول رقم (64) يبين تأثير الفايسبوك على التفاعل الإجتماعي..... ص134

جدول رقم (65) يبين تأثير الفايسبوك على التفاعل الإجتماعيحسب متغير السن.....ص135

جدول رقم (66) يبين ردة الفعل عند انقطاع الانترنيت..... ص136

جدول رقم (67) يبين ردة الفعل عند انقطاع الانترنيت حسب متغير الجنس ص137

جدول رقم (68) يبين ردة الفعل عند انقطاع الانترنيت حسب متغير السن.....ص138

جدول رقم (69) يبين تأثير الفايسبوك على حياة الأفراد ص138

جدول رقم (70) يبين تأثير الفايسبوك على حياة الأفراد حسب متغير الجنس.....ص139

جدول رقم (71) يبين ردة الفعل عند انقطاع الانترنيت حسب متغير السن..... ص140

جدول رقم (80) يبين مقارنة الأصدقاء الحقيقيين والأصدقاء الإفترضيين...ص141

جدول رقم (81) يبين مقارنة الأصدقاء الحقيقيين والأصدقاء الإفترضيين حسب متغير الجنس..... ص142

جدول رقم (82) يبين مقارنة الأصدقاء الحقيقيين والأصدقاء الإفترضيين حسب متغير السن ص143

البيانات الشخصية

الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

السن :

مابين18-23 ☐ مابين 24-29 ☐ من 30 فما فو ☐

المحور الأول : عادات وأنماط استخدام الموقع الاجتماعي الفايسبوك

1 – منذ متى وأنت تستخدم الفايسبوك؟

- أقل من سنتين ☐
- من سنتين إلى أربع سنوات ☐
- من أربع سنوات فأكثر ☐

2- حدد متوسط استخدامك " للفايسبوك" في المعتاد يوميا

- أقل من ساعة ☐
- من ساعة إلى ساعتين ☐
- من ساعتين فأكثر ☐

3 – ما هي الأماكن التي تستخدم فيها " الفايسبوك"؟

- الهاتف النقال ☐
- المنزل ☐
- المكتبة الجامعية ☐
- مع أحد أفراد العائلة ☐

مكان آخر حدده ، ولماذا؟.....

4 – تتصفح "الفايسبوك" في اليوم الواحد

- مرة واحدة ☐

- مرتين ☐
- ثلاث مرات ☐

أكثر حددها ولماذا؟ .....

.....

5 – ما هي الفترات المفضلة لديك لاستخدام" الفايسبوك"

- صباحا ☐
- ظهرا ☐
- ليلا ☐

إذا كان ليلا لماذا ؟ .....

6 – حين تتصفح الفايسبوك تكون

- لوحدك ☐
- مع زملائك ☐
- مع أحد أفراد عائلتك ☐

لماذا.....

المحور الثاني: دوافع استخدام الموقع الاجتماعي" الفايسبوك"

7 – مالذي يدفعك لاستخدام الفايسبوك (إذا كان لديك أكثر من إجابة رتبهاحسب الأولوية)

للتواصل مع الأصدقاء والأقارب	
التثقيف	
الترفيه والتسلية	

لتمضية الوقت	
للتعرف على أشخاص جدد	
للتعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية	
للهروب من الواقع	
للتخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي	
التخلص من القلق والملل	

8 – ما هي الخدمات التي يقدمها لك الفايسبوك

المشاهير أخبار معرفة	
الصور مشاركة	
الروابط مشاركة	
الفيديو مشاركة	
الألعاب	
الدردشة	
التطبيقات	
التعليقات	

أخرى أذكرها.....

المحور الثالث: موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك والاتصال الشخصي

	موافق	محايد	لا أوافق
استخدامك للفايسبوك قلل من اتصالك المباشر بأقاربك			
تقض وقتا مع الفايسبوك أكثر من الأهل			
الوقت الذي تمضيه في التعامل مع الفايسبوك أكثر من التعامل مع الأصدقاء وجها لوجه			
تشعر أن العلاقات التي كونتها مع الآخرين من كلا الجنسين عن طريق الفايسبوك هي نفس العلاقات التي كونتها عن طريق اتصالك الشخصي المباشر			
تشعر أن زياراتك لأقاربك تقل منذ بدأت تستخدم الفايسبوك			
تشعر أن نشاطاتك الإجتماعية في المناسبات العائلية تراجعت منذ بدأت تستخدم الفايسبوك			
" تشعر أن علاقاتك عن طريق الفايسبوك تسمح لك بالتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع أكثرمن اتصالك بهم وجها وجه			
تشعر أن تفاعلك مع أفراد أسرتك قل منذ بدأت تستخدم الفايسبوك			
تشكو عائلتك منك بسبب طوال الوقت الذي تقضيه مشغولا عنها بالفايسبوك".			
الإتصال عبر الفايسبوك ساعدك في توسيع علاقاتك الإجتماعية			
استخدامك للفايسبوك جعلك تحافظ على علاقاتك القديمة			
تشعر بالوحدة والعزلة عند استخدامك للفايسبوك			
تحس بالألفة والإنتماء عند تعاملك مع أصدقاؤك على الفايسبوك			

دون الفايسبوك لا توجد قواعد محددة للمعيشة هذه الأيام			
استخدامك لموقع الفايسبوك قلل من تفاعلك الإجتماعي			
تشعر بالحيرة والإرتباك عند انقطاع الانترنيت			
لا توجد لحياتي معنى دون استخدام الفايسبوك			
أصدقاؤك ومعارفك عبر الفايسبوك أكثر من الموجودين على أرض الواقع.			

الفهرس

الفهرس

مقدمة

الإطار المنهجي للدراسة

الاشكالية.....1

أهمية البحث 3

أهداف البحث.....3

تحديدالمصطلحات.....4

منهج البحث 8

عينة الدراسة.....11

أدوات جمع البيانات 13

مجالات الدراسة.....14

الدراسات السابقة.....15

صعوبات الدراسة.....25

الفصل الأول :ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

المبحث الأول :مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي.....27

المبحث الثاني : مراحل تطور شبكات التواصل الاجتماعي.....30

المبحث الثالث : خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.....35

المبحث الرابع: مميزات شبكات التواصل الاجتماعي.....38

المبحث الخامس : أهم شبكات التواصل الاجتماعي.....41

الفصل الثاني : ماهية الاتصال الشخصي

المبحث الأول : مفهوم الاتصال الشخصي.....51

المبحث الثاني : خصائص الاتصال الشخصي.....57

المبحث الثالث : دور و أهمية الاتصال الشخصي.....62

المبحث الرابع : وسائل الاتصال المستخدمة في الاتصال الشخصي.....69

المبحث الخامس : العوامل التي تؤثر على فعالية ونجاح الاتصال الشخصي.....72

الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول: الفايسبوك والاتصال الشخصي

االمبحث الأول :خصائص مجتمع البحث.....74

االمبحث الثاني :التحليل الكمي والكيفي لعادات وأنماط استخدام الموقع الاجتماعي الفايسبوك.....76

المبحث الثالث :التحليل الكمي والكيفي لدوافع استخدام الموقع الاجتماعي الفايسبوك 90

المبحث الرابع: الموقع الاجتماعي الفايسبوك والاتصال الشخصي.....95

نتائج الدراسة.....145

الخاتمة.....150

المراجع.....152

الملاحق.....158