

أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل بين الشباب
- دراسة ميدانية لعينة من الشباب في مدينة الأغواط -

**The impact of the use of social networks on the
interaction between young people
A field study of a sample of young people in the city of -
- Laghouat**

د/ سامية بن عمر¹، د/ بن خليف ربيعة²

¹ جامعة بسكرة، الجزائر samia.benamor@univ-biskra.dz Mail :

² جامعة الأغواط، الجزائر

تاريخ القبول: 2018/04/14

تاريخ الاستلام: 2018/03/12

المؤلف المرسل: سامية بن عمر، Mail : samia.benamor@univ-biskra.dz

الملخص:

تهدف الدراسة التي بين أيدينا الى معرفة أثر شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل بين الشباب ومدى نجاح هذه الوسيلة في التواصل بين الشباب، وكذلك معرفة ما إذا كانت تساهم في تقوية العلاقات الاجتماعية بين الشباب، وهذا من خلال القيام بدراسة ميدانية على الشباب بمدينة الأغواط الذين يستخدمون هاته الشبكات، ولهذا اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي الإحصائي، واستخدمنا في دراستنا الاستمارة على عينة متكونة من 50 شاب.
الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي؛ التفاعل؛ الاستخدام.

Abstract:

The study aims at our disposal to know the impact of communication networks of social interaction between young people and the extent of the success of this means in the communication between young people, as well as know whether to contribute to the strengthening of social relations among young people, and this is through a field study on youth in the city of Laghouat, who use these networks, so we have relied on the descriptive approach statistical analytical, bringing in our consideration of the form on a sample consisting of 50 youths.

Keywords: social networks; Interaction; the use.

مقدمة:

مما لا شك فيه أن تكنولوجيا الاتصالات المعاصرة تمثل أحد أهم الآليات التي لعبت و مازالت تلعب دورا كبيرا بالغ الأهمية في التحولات العالمية المعاصرة وليس من المبالغة بما كان، إذا قيل بأن تكنولوجيا الاتصالات بشكل عام والانترنت بشكل خاص قد لعبت دورا محوريا في التأسيس و الدعوى لخطاب العولمة، التي تعد أقوى الآليات العالمية التي تعنى بتحقيق عملية الانتشار الثقافي، و رغم الانتقادات الموجهة لخطاب العولمة وممارستها في آن واحد إلا أنه لا يمكن تجاهل التأثيرات الهائلة المرتبطة بثورة المعلومات التي تمثل سمة أساسية من سمات العصر الذي يعيشه العالم في الوقت الراهن، ولهذا تعتبر المواقع الاجتماعية مثل فيس بوك وتويتر والانستغرام وتسي Tsu آخر ثمرات التقنيات الحديثة .

فإن ظهور شبكات التواصل الاجتماعي وفرت نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبقة وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة إلا بشكل نسبي ومحدود. وبرز حراك الشباب العربي الذي تمثل بالثورات التي شهدتها بعض الدول العربية قدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح المجتمعات، وإعطاء قيمة مضافة في الحياة، وإنذار لمنافسة الإعلام التقليدي. ولهذا أصبح الكثير من الافراد يستغرق ساعات في بحر التواصل الاجتماعي، يشاركون ملفات الأصدقاء، يبحثون عن قديم ويضيفون جديدا

و يعلقون على تعليقات أصدقائهم وفعاليتهم، ويصبح الوقت المنفق عامل زمني مسيطر على تنظيم الوقت، ولم يقتصر الأمر على عامل الزمن فقط، ولكن على سبيل التفاعل الاجتماعي نفسه، كما أنها أصبحت في الوقت الحاضر مهمة وفعالة في التواصل عموماً، وفي عمل الجمعيات بشكل خاص ولهذا فهي الأكثر رواجاً في عالم الإنترنت لابتكارها طريقة لتواصل الناس حيث أصبح من يسكن في شرق الأرض يتخاطب مع من يسكن في غربها

و يصبحون أكثر صداقة وبالتالي زيادة اللحمة الاجتماعية، وذلك لفتح المجال للنقاش في جميع الأصعدة العلمية الثقافية، الاجتماعية بل النفسية أيضاً. لأن الشباب هم الشريحة الأكثر استخداماً لهذه المواقع باعتبارهم القوة القادرة على التفاعل والتواصل و الدفع بالمجتمع نحو الحراك والتغير الاجتماعي في شتى المجالات.

أولاً - تحديد الإشكالية :

أفضى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال الإلكتروني في نهاية القرن الماضي وبداية القرن الحالي إلى انتاج وسائل الكترونية حديثة في التواصل الاجتماعي عملت على إحداث تغيير في العلاقات التي تربط الناس وأشكال تفاعلهم وأساليب تواصلهم ويأتي بما يسمى وسائل التواصل الاجتماعي خاصة ثورة الفيس بوك في مقدمة هذه الوسائل على إحداث تغييرات جذرية في بنية العلاقات الاجتماعية، والتي هي تلك الروابط والآثار المتبادلة بين الافراد والمجتمع وتنشأ من طبيعة اجتماعهم وتبادل مشاعرهم واحتكاكهم ببعض البعض ومن تفاعلهم في بوتقة المجتمع، إذ لا يعادها في قوتها سوى التي أحدثتها الهاتف في مطلع القرن العشرين أو أكثر بقليل من ناحية التفاعل، إذ يذهب بعض الباحثين في تشبيهه لهذه القوة بالتغييرات التي أحدثتها الحروف الهجائية Alphabets في مسيرة المجتمع الانساني.

فهناك من يرى أن شبكات التواصل الاجتماعي عملت على تغيير حياة المجتمعات إلى الأفضل من عدة جوانب اجتماعية وترفيهية واقتصادية وحتى سياسية داخل المجتمع الواحد ومنهم من يرى عكس ذلك تماماً، إذ يرون أنها أسهمت في تقنين العلاقات الاجتماعية ومن هذا التباين حول رؤية الباحثين لأبعاد الاتصال عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة وتأثيراته في العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع.

والشباب الجزائري كغيره من شباب العالم ينجر وراء كل جديد من شأنه أن يقربه من العالم المتطور لمواكبة عصر العولمة وهذا بارز من خلال حضوره في عالم التواصل الاجتماعي ويتجلى ذلك من خلال انتشاره الواسع بينهم لا لشيء إلا لسهولة اقتنائه واستعماله، خصوصا عندما نرى الاكتظاظ الذي تشهده المؤسسة الاقتصادية اتصالات الجزائر بالرغبين في اقتناء الانترنت داخل البيوت وذلك لأجل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تحديدا، والارتفاع المذهل في عدد المشتركين الكبير خصوصا فئة الشباب من خلال التواجد الهائل يوميا في هذه الشبكة، ولهذا فقد أدخلت هذه الوسائل العديد من التغييرات في بعض المفاهيم التواصلية والتفاعلية وتسهيل التفاعل وتبادل الخدمات على جميع الأصعدة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية والسياسية التي تعالج اهتمامات الشباب. وهذا ما يدفعنا الى طرح التساؤل الرئيسي الآتي :

هل يؤثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل بين الشباب؟

و يتفرع عن هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الجزئية التالية:

- هل شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة وبديلة في التواصل بين الشباب؟
- هل ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تقوية العلاقات الاجتماعية بين الشباب ؟
- هل نجحت شبكات التواصل الاجتماعي في معالجة قضايا وطرح الاهتمامات المشتركة بين الشباب؟

ثانيا- فرضيات الدراسة :

الفرضية العامة:

✓ يؤثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب من خلال التفاعل الاجتماعي وتبادل الخدمات بين الشباب .

الفرضيات الجزئية :

✓ تعد شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة وبديلة في التواصل بين الشباب.

✓ قد تساعد شبكات التواصل الاجتماعي في تقوية العلاقات الاجتماعية بين الشباب.

✓ نجحت شبكات التواصل الاجتماعي في معالجة قضايا وطرح الاهتمامات المشتركة بين الشباب.

ثالثا - مفاهيم الدراسة :

1 - مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

أ - تعريف شبكات التواصل الاجتماعي اصطلاحا: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول، أو جمعه مع أصدقائه¹.

ب - تعريف شبكات التواصل الاجتماعي إجرائيا: هي شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها من خلال واقع افتراضي للالتقاء بالأصدقاء و المعارف .

2 - مفهوم الشباب :

أ - تعريف الشباب اصطلاحا: على خلاف علماء النفس يحدد علماء الاجتماع فئة الشباب استنادا إلى المجتمع كإطار مرجعي، حيث «يعرف علم الاجتماع السن sociologie des âges، عادة السن بتعاقب الأدوار الاجتماعية في دورة الحياة، ويسند لها بعد الوضعية الاجتماعية statut (تلميذ، عامل، متزوج...) وبعدها معياريا يتجلى في جملة السلوكيات المحددة التي ينتظرها المجتمع والتي تتناسب مع كل وضعية².

ب - تعريف الشباب إجرائيا: هم الفئة الوسطى في الهرم السكاني، كما تعتبر الفئة الأكثر إنتاجا وإعالة لباقي الفئات الأخرى في المجتمع أما هنا نقصد بهم مجموعة من الشباب المقيمين بمدينة الأغواط والذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي وهم مشتركون في مؤسسات اتصالات الجزائر، وتتراوح أعمارهم من 20 سنة الى 35 سنة .

رابعا - الدراسات السابقة :

1 - الدراسة الأولى : دراسة بعنوان : اثر استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد المجتمع السعودي أجرتها الباحثة السعودية الهام بنت فريح في إطار رسالة الماجستير سنة 2004.

وخلصت الدراسة الى العديد من النتائج اهمها:

- ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يرون ان موقع الفيس بوك ذا تأثير سلبي على المجتمع دينيا و اخلاقيا.

- ضرورة توعية أفراد المجتمع بشكل عام والشباب منهم بشكل خاص بما يمكن القيام به من خلال شبكة و توجيههم من ناحية الاستغلال الامثل لها بما يعود عليهم وعلى مجتمعاتهم بالنفع³.

2 - الدراسة الثانية: دراسة محمد الخلفي، عنوان تأثير الانترنت في المجتمع فقد سعت الى تقصي فوائد شبكات الانترنت و سلبياتها اجريت سنة 2002، و توصلت الدراسة الى ان معظم أفراد مجتمع الدراسة 91.7 بالمئة لديهم رغبة في استخدام الانترنت و تركزت أهم استخداماتها في الاستفادة من هذه الشبكة في أغراض الاتصال وتبادل المعلومات مع الآخرين وبهدف البحث عن المعلومات، والترفيه والتسلية. ورأى الباحثون أن سلبيات شبكة الإنترنت تمثلت في أنها تساعد على الغزو الثقافي، وتسبب مشاكل اجتماعية وأخلاقية وصحية بكثرة استخدامها.⁴

خامسا - إجراءات الدراسة الميدانية :

1. مجالات الدراسة:

أ - المجال المكاني: يقصد بالمجال المكاني للدراسة المكان الذي أجريت فيه الدراسة و هو ذلك المجتمع الجغرافي الذي يقوم الباحث بتحديدته وهذا المجتمع قد يكون مجتمع جغرافي يشمل جميع المناطق الجغرافية التي يتكون منها المجتمع أو قد يكون جزء من منطقته أو مؤسسة إدارية خدمتية. والمجال المكاني في هذه الدراسة هو مؤسسة اتصالات الجزائر بمدينة الأغواط الموجودة التي تقع بحي المعمورة بوسط مدينة الاغواط.

ب- المجال البشري: من الصعب على الباحث أن يتصل بعدد كبير من المعنيين بالدراسة ، فالمجتمع البشري هو المجتمع الذي أجريت عليه الدراسة ويتحدد على شباب مدينة الأغواط في الفئة العمرية ما بين 20 و 35 سنة والذين هم زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط.

ج- المجال الزمني: لقد كانت الزيارة الميدانية للمؤسسة وإجراء الدراسة الاستطلاعية الأولى في 2016/09/28، وذلك لتعيين مجتمع البحث المراد دراسته وضبط العينة وتحديدتها والقيام بإعداد الاستمارة وتجريبها، وقد تم التطبيق النهائي للاستمارة واسترجاعها وتحليلها انطلاقاً في شهر أكتوبر 2016/10/03 إلى غاية 2016/10/28 .

2 - منهج الدراسة:

في هذه الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي الذي يقوم على وصف الخصائص المختلفة و يستخدم جمع المعلومات حول الموضوع المراد دراسته من استخلاص الدلالات و المعاني المختلفة التي تنطوي عليها البيانات والمعلومات التي أمكن الحصول عليها⁵، وكذلك ربط لبعضها واكتشاف العلاقة الموجودة وإعطاء التحليل الملائم لكل ذلك، لأن الدراسات الوصفية⁶ لا تقف عند مجرد جمع البيانات والحقائق، بل تتجه إلى تصنيف هذه الحقائق وتلك البيانات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها وتحديدتها بالصورة التي عليها كميّاً وكيفياً بهدف الوصول إلى نتائج نهائية يمكن تعميمها.

و الهدف من استخدامنا لهذا المنهج هو وصفنا لظاهرة محل الدراسة ومحاولة تسليط الضوء عليها وتوضيحها بشكل دقيق، يساعدنا على معرفة اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التفاعل بين الشباب، وذلك من خلال جمع البيانات وتحليلها وبالتالي الوصول إلى استنتاجات عامة في نهاية البحث. وذلك وفق مايلي:

أ- التحليل الكمي: تم استخدام الجداول الإحصائية والتي تظهر فيها المعلومات بصورة رقمية ونسب مئوية.

ب- التحليل الكيفي: وهو المقاربة بين المعطيات والنتائج وتفسيرها ، والتوصل إلى الاستنتاجات⁷ .

3- أدوات الدراسة :

تتعدد وسائل جمع البيانات حسب الغرض الذي يستعمل كل نوع منه، وقد يستخدم الباحث أكثر من طريقة أو أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسات أو للإجابات عن أسئلتهم أو لفحص فرضياتها.

وبذلك فإن تعدد الوسائل يجعلها تكمل بعضها بعضاً، فيجب على الباحث أن يكتسب مهارة في استخدام هذه الوسائل بشكل فعال ومهارة في تصميمها حيث يجعلها تتلاءم وغرض البحث أو الظروف المتصلة به⁸. وفي هذه قمنا باستخدام مجموعة من الأدوات وتمثل في :

أ - الاستمارة: هي أداة لجمع البيانات تتمثل في مجموعة من الأسئلة المكتوبة تتعلق بظاهرة ما يطلب من المستجوب الإجابة عليها⁹، وقد استخدمنا الاستمارة لأنها تناسب موضوع بحثنا وتضم 27 سؤالاً، وتم تقسيمها إلى أربعة محاور : المحور الأول يتضمن البيانات الشخصية و تضم 05 أسئلة أما المحور الثاني يتمحور حول البيانات شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة تفاعلية خدمتية سهلت التواصل بين الشباب ويضم 03 أسئلة، أما المحور الثالث يدور حول قد تساعد شبكات التواصل الاجتماعي في تقوية العلاقات الاجتماعية بين الشباب وتضم 08 أسئلة أما المحور الرابع والأخير فقد احتوى على بيانات حول تحقيق شبكات التواصل الاجتماعي أهدافها في معالجة القضايا وطرح الاهتمامات المشتركة بين الشباب وتضم 11 سؤالاً .

ب- المقابلة: لقد تم استخدام المقابلة الحرة كوسيلة في الدراسة الاستطلاعية لأنها تسمح بالاحتكاك في مجال الدراسة حيث تمت مقابلة الشباب الذين هم زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بمدينة الأغواط. ومن خلال هذه المقابلة تم شرح موضوع البحث ومكانته العلمية مع توضيح بعض الاستفسارات عن المبحوثين، وقراءة أسئلة الاستمارة لهم وشرحها بطريقة مفهومة وواضحة وسهلة من اجل الإجابة عنها.

4- عينة الدراسة :

لا بد من أن نشير إلى انه من الصعب إجراء الحصر الشامل لذا فان دراستنا تعتمد على أسلوب العينات ومن الضروري اختبار العينة التي تمثل المجتمع الإحصائي مجتمعا جيدا . وفي هذه الدراسة تم اختيار العينة القصدية

و هي التي يتم اختيارها بناء على حكم شخصي أو تقدير ذاتي بهدف التخلص من المتغيرات الدخيلة لإلغاء مصادر التحريف المتوقعة¹⁰ . وتمثل عدد افراد العينة المختارة في 50 شاب تتراوح أعمارهم ما بين 20 - 35 سنة. وجميعهم زبائن اتصالات الجزائر و يستخدمون الشبكات التواصل الاجتماعي .

سادسا- تحليل نتائج الدراسة:

1- عرض وتحليل نتائج الفرضية الأولى :

جدول رقم(1):يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

النسبة	التكرار	الجنس
70%	35	ذكر
30%	15	أنثى
100%	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أكبر نسبة قدرت 70% مثلها الذكور في حين نجد أن نسبة الإناث قدرت ب 30%، وهذا التوزيع يترتب عليه ظهور مؤشر حضور الإناث بالمؤسسة مع حضور الذكور فهذه التواجد للإناث في مؤسسة تلقوم الكائنة بالمعمورة بمدينة الاغواط هو دليل واضح على تطور أساليب التواصل والتفاعل بين الشباب، بينما كان في الماضي نواجد الاناث محصور داخل البيت، وبالتالي فإن هذا للدليل عن استخدام الشباب الإناث والذكور لشبكات التواصل الاجتماعي عن طريق الانترنت وهذا ما يثبت لنا بان الشباب في مواكبة لعصر التكنولوجيا والتطور .

جدول رقم(2):يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن:

السن	التكرار	النسبة
25-20	25	%50
35-26	25	%50
المجموع	50	%100

من خلال

الجدول رقم 2 نرى بان النسب متساوية بين الفئتين العمريتين فالفئة بين 20 و 25 سنة بنسبة 50% أما الفئة العمرية المحصورة ما بين 26 و 35 سنة فهي بنسبة 50%.

نستنتج من هذه النسب أن كلتا الفئتين كانت مهتمة بشبكات التواصل الاجتماعي، وهي الفئة الواعية بأهمية وكيفية استخدامها لهذه الشبكات من اجل التفاعل فيما بينهم، وكذا لأغراض خدمتية متعددة كالإعلان والاطلاع على المعارف والآراء والأفكار... الخ، في شتى مجالات حياتهم الاجتماعية.

جدول رقم (03) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
أمي	00	%00
ابتدائي	00	%00
متوسط	5	%10
ثانوي	15	%30
جامعي	30	%60
المجموع	50	%100

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي و كأكبر نسبة قدرت ب 60% لأفراد العينة مستواهم التعليمي جامعي، وهذا ما يدل أن اغلب المبحوثين هم من مستوى تعليمي عالي، أما أدنى نسبة في الجدول قدرت ب 00% بالنسبة لمستوى الأمي والابتدائي، وبالتالي نرى أن أغلب أفراد العينة هم من الفئات المثقفة .

ومن هنا نستنتج بان التعليم وخاصة المستوى العالي يلعب دورا كبير في إحداث التغيير بين الأفراد وينتج كم هائل من التعدد الثقافي واكتساب لعادات وأفكار وأراء جديدة ومختلفة نتيجة لهذا التفاعل بين الشباب الذي يحدث بواسطة المواقع الاجتماعية مثل فيس بوك وتويتر والانستغرام وتسي...الخ، ومن هنا يتضح لنا جليا بان شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة وبديلة في التواصل بين الشباب.

جدول رقم (04) : يبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة المدنية :

الحالة المدنية	التكرار	النسبة
متزوج	10	20%
أعزب	30	60%
مطلق	10	20%
أرمل	00	00%
المجموع	50	100%

يتضح لنا من الجدول رقم 4 بأن توزيع أفراد العينة حسب الحالة المدنية كان بنسبة 60% من المبحوثين العزاب ويليها الأفراد المتزوجون والمطلقون والتي قدرت نسبتها بتساوي بـ 20% أما الأفراد الأرامل فكانت نسبتهم منعدمة.

ونستنتج من هنا أن أن أكبر فئة الشباب المهتمين بشبكات التواصل الاجتماعي هم عزاب وذلك يوافق و يتماشى مع حالتهم واهتماماتهم الحياتية في شتى المجالات العلمية والعملية، وخاصة من ناحية المسؤولية ربما تقل عندهم في هذه الحالة بعض الالتزامات المفروضة على المتزوجين. كما أن المطلقون يهتمون بهذه الشبكات فأصبح الفرد المطلق اليوم يبحث عن بديل ملء ذلك الفراغ الذي خلفه التفكك الأسري، بالإضافة إلى تعرف الشباب على شركاء جدد وبناء علاقات صداقة فيما بينهم بعيدا عن المحيط الأسري، و حتى في بعض الحالات أن التواصل داخل نطاق الأسرة الواحدة يتم بهذه الشبكات نتيجة للتغيير الاجتماعي والانفتاح الإعلامي الجديد .

جدول رقم (05) : يبين توزيع أفراد العينة حسب الوضعية المهنية :

الحالة المدنية	التكرار	النسبة
عامل	30	60%
لا يعمل	20	40%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب الوضعية المهنية و أكبر نسبة قدرت ب 60% وهي تمثل الأفراد الذين يمارسون العمل ويليهما نسبة 40% بالنسبة للعاطلين عن العمل، وبالتالي نرى أن مثل هذه الشبكات تساهم وتسهل الاتصال بين الأفراد الذين يمارسون العديد من المهن سواء داخل المؤسسات الصناعية أو التربوية أو الخدمائية. ولهذا نجد أن بعض المؤسسات لا يمكنها الاستغناء على خدمات هذه الشبكات خاصة في مجال التعليم كالمشاركة في التظاهرات العلمية مثلا التي يشير إليها عن طريق الفاييسبوك، بينما بالنسبة للعاطلين عن العمل فنرى أن هذه الشريحة تحاول ملء الفراغ والانشغال بهذه الشبكات غرض البحث عن عمل أو الدراسة .

جدول رقم (6) : يبين توزيع أفراد العينة حسب الأشخاص الذين يتواصلون معهم

طبيعة التواصل	التكرار	النسبة
عائلتك	10	20%
زملائك في الدراسة أو العمل	35	70%
غرباء عرفتهم في هذه الشبكات	5	10%
المجموع	50	100%

يتبين لنا من خلال هذا الجدول السابق أن أكبر نسبة في الجدول قدرت ب 70% بالنسبة لشباب الذين يتواصلون مع زملائهم في الدراسة والعمل ، وهذا يبرر لنا بأن أفراد العينة يعملون على تبادل الملفات كالاتحانات أو الاعمال وكذلك يفسر لنا بأن تكنولوجيا الاتصال غزت الجامعات والمؤسسات والبيوت فأصبحت وسيلة بديلة عن التواصل عن طريق الالتقاء وجها لوجها. في حين كانت أصغر نسبة والتي قدرت ب 10% بالنسبة للشباب الذين يتواصلون مع غرباء عرفوهم من خلال هذه الشبكات فهذا يبرهن

على تأثير هذه الشبكات و بحث العديد من الأشخاص عن أصدقاء جدد وتغيير العلاقات التي كانت في السابق وبالتالي فان هذه الفئة بالفعل هي لا تحتك مع أسرهم وتعاني من الاختلال أو تفكك الاسرة .

جدول رقم (07) : يبين رأي أفراد العينة حول شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها وسيلة فعالة للتواصل حسب الجنس.

المجموع		إناث		ذكور		الاحتمالات
		ك	%	ك	%	
44	88%	14	93.3%	30	85.7%	نعم
6	12%	1	6.7%	5	14.3%	لا
50	100%	15	100%	35	100%	المجموع

يمثل الجدول اعلاه نجد ان أكبر نسبة في الجدول قدرت ب 88% وهي ترى بأن شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة للتواصل والتي مثلتها الإناث بأكثر نسبة قدرت ب 93.3% .

في حين نجد أن النسبة التي تقابلها والتي قدرت ب 12% تمثل الشباب الذين يؤكدون بأن شبكات التواصل الاجتماعي ليست وسيلة فعالة للتواصل والتي مثلتها الذكور بأكثر نسبة قدرت ب 14.3%. و تفسير هذ رفض لقليل من الشباب والتي مثلتها الذكور يمكن ارجاعه الى أن سبب هذا هو أنهم يستخدمون هذه الشبكات بسبب المطالعة والقراءة فقط، كذلك تحفظ البعض حول التواصل عبر هذه الشبكات لأنهم يرون أنها فيها إساءة في بعض الاحيان الى الاشخاص اذا تعدت الحدود ، وكذلك عدم ثقتهم بها لأنهم يرون أن الكثير من مستخدمي هذه الشبكات لا يدلي بالمعلومات الحقيقية .

نستنتج من خلال هذه المعطيات بأن هذه الشبكات تتيح المشاركة مع جمهور كبير وكذلك المشاركة مع مجموعة صغيرة من الأصدقاء والتي كانت مدعمة من طرف الاناث فيتضح لنا في هذا الصدى بأن الفتاة الأعوانية بصفة خاصة والجزائرية بصفة عامة مسها التغيير الاجتماعي، وبالتالي فهي من خلال ولوجها لمجالات عديدة كالتعليم والعمل زاد من

تأييدها لهذه الشبكات ومن هنا فان استعمالات المتكررة والمستمرة للشباب لشبكات التواصل الاجتماعي والاستفادة من خدماتها سبب لجعل هذه الوسيلة ضرورة وفعالة لتفاعل بين الشباب. وهنا نكون قد أثبتنا صحة الفرضية الأولى: تعد شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة وبديلة في التواصل بين الشباب .

2- عرض وتحليل نتائج الفرضية الثانية :

جدول رقم (08) : يوضح مدى تسهيل هذه الشبكات لتبادل الخدمات بين الشباب

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	45	90%
لا	5	10%
المجموع	50	100%

يبين لنا الجدول السابق رقم 6 بان أكبر نسبة قدرت ب 90% تمثل الافراد الذين اذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة لهم تعمل على تسهيل تبادل الخدمات بين الشباب، في القابل نجد ان النسبة 5% من الشباب تكذبوا لنا بان هذه الشبكات لا تسهل تبادل الخدمات بين الشباب .

ومنه نستنتج بأن الأفراد يولون اتجاهها ايجابيا حول هذه الشبكات فالكثير منهم أكد أن تبادل الصور والأخبار كانت في الماضي تتم في ظروف ووسائل صعبة ولا يتم وصولها في الوقت المحدد، بينما اليوم في مدة زمنية لا تتجاوز ساعة او بعض من الدقائق كافية لقضاء الكثير من الخدمات المختلفة بدون اي عراقيل والفضل في ذلك هو شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (09) : بين مدى وضع أفراد العينة لصورهم الحقيقية حسب الجنس

المجموع		إناث		ذكور		الجنس الاحتمالات
		ك	%	ك	%	
ك	%	ك	%	ك	%	نعم
30	60%	00	00%	30	60%	

لا	5	10%	15	30%	20	40%
المجموع	35	70%	15	100%	50	100%

من خلال استقراء بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا بان أفراد العينة يؤكدون على وضع صورهم الحقيقية في شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها ، فنرى أنها كانت أكبر نسبة حيث قدرت بـ 60% والتي مثلها جنس الذكور، في المقابل انعدمت هذه النسبة عند جنس الإناث، أما فيما يتعلق بالشباب الذين لا يضعون صورهم الحقيقية في هذه الشبكات فقدرت نسبتها بـ 40 % وكانت موزعت بين الذكور والإناث على التوالي 10% و30%.

نستنتج من خلال ما سبق أن الكثير من أفراد العينة يضعون صورهم الحقيقية في هذه الشبكات خاصة عند الذكور، وهذا ينبأ بأن معظم الأفراد الذين يتواصلون معهم هم من نفس المنطقة أو زملاء أو من افراد العائلة، وكذا الاقارب، وهم يرون أنه لا عيب في وضع صورهم الحقيقية بغض النظر عن جنسهم فذلك يقوي من رابط العلاقات الاجتماعية وتبنى هذه العلاقات في وسط الشفافية. أما بالنسبة لشباب الذي يرفضون وضع صورهم الحقيقية فهم من جنس الإناث لأن الاناث أكثر تحفظا من الذكور خاصة في هذا المجال فهم يرون أن هذا الأمر عيب ،ولابد من وجود نوع من الحياء او الاحتشام ان صح التعبير .

جدول رقم (10) : يوضح سبب استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي حسب السن

سبب الاستخدام	25-20		35-26		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الردشة	5	10%	00	00%	5	10%
التعليق	00	00%	20	40%	20	40%
تبادل ملفات أو صور مختلفة	20	40%	5	10%	25	50%
المجموع	25	50%	25	50%	50	100%

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن سبب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عند أفراد العينة كان تبادل الملفات والصور المختلفة، حيث قدرت نسبتها بـ 50% موزعة

على الذكور بنسبة 40% و الإناث بنسبة 10%، والتي مثلتها فئة الشباب التي تتراوح اعمارهم من 20 – 25 سنة، وتليها نسبة 40% من أفراد العينة عند الاناث فقط الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بسبب التعليق وذلك عند الفئة العمرية 26 – 35 سنة وهذا مايفسر بأنهن على تواصل مع الاصدقاء وكذلك التفاعل من خلال التعليقات في طرح بعض المواضيع .

في حين نجد أدنى نسبة في الجدول والتي مثلت بأن معظم أفراد العينة ذكور الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بسبب الدردشة والتي تقدر ب 10% والتي مثلتها الفئة العمرية 20 – 25 سنة.

نستنتج من خلال هذه المعطيات أن معظم لإجابات كانت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بسبب تبادل الصور والملفات وهذا يمكن تبريره أن معظم أفراد العينة يحتاجون هذه الوسيلة فهي تساعدهم من الاسراع في انجاز أعمالهم، وهذا ما يدل بان معظم الشباب هم طلبة في مختلف المستويات وشبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة اليهم هي أفضل وسيلة لتبادل الملفات المختلفة التي تحوي الأفكار والآراء والمعارف العلمية وحتى العملية، وكذا نقل الأخبار خصوصا عند الشباب الجامعيين فهم يعتبرون من الفئة الأكثر ثقافة فمن المعقول أن تكون اهتماماتهم بالأخبار لأنها تصل بسرعة أكثر من سماعها عن طريق الشارع وبالتالي فالأفراد هنا هم أكثر تتبعا للجديد والأحوال الاقتصادية والسياسية والاجتماعية سواء كانت محلية أو وطنية أو دولية .

بغض النظر عن الصداقات والعلاقات الاجتماعية التي شكلوها عبر هذه الشبكات باعتبار أنهم في مناطق بعيدة أو جامعات أخرى فهم في تواصل مستمر في ظل هذا الانفتاح الاعلامي الجديد. كما نفسر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بسبب الدردشة باعتبار شباب اليوم أصبح يبهر في عالم التكنولوجيا وأثر التغير الاجتماعي في ثقافات الكثير خصوصا هذه الفئة من الشباب فأصبحوا يبتعدون كلياً عن الاتصال داخل الاسرة و يستبدلوها بهذه التقنيات كذلك تأثر الكثير منهم بما تعرضه هذه الوسائل.

جدول رقم (11) : يبين مدى موقف أفراد العينة حول إبعاد شبكات التواصل الاجتماعي عن عائلاتهم

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	10	20%
لا	15	30%
أحيانا	25	50%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا بأن النسبة الأكبر أو أغلب المبحوثين من الشباب الأغواطي الذي تبعده أحيانا شبكات التواصل الاجتماعي عن عائلتهم قدرت ب 50%، و الشباب الذين أكدوا ذلك قدرت نسبتهم 20% وهذا مايدل على أنهم يقضون الكثير من الوقت حول هذه الشبكات وهذا ما نجم عنه تقلص في الأدوار الأسرية وحتى في الواجبات داخل المنزل، في المقابل الذين يرفضون ذلك كانت نسبتهم 30% لأنهم ضمن الأصدقاء فقط و لا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي الا في أوقات الفراغ.

جدول رقم (12) : يبين مدى إدلاء أفراد العينة للمعلومات الحقيقية عبر شبكات التواصل الاجتماعي

الحالة المدلية	متزوج		أعزب		مطلق		أرمل		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
نعم	1	10%	20	66.7%	5	50%	00	0%	26	52%
لا	9	90%	10	33.3%	5	50%	00	0%	24	48%
المجموع	10	100%	30	100%	10	100%	00	100%	50	100%

القراءة الإحصائية لهذا الجدول توضح أن النسبة الأكبر 52% للإجابة ب نعم، والتي تمثلها أكبر نسبة بالنسبة للأعزب بنسبة 66.7%، ثم المطلق بنسبة 50% ثم المتزوج بنسبة 10%، في حين أن الإجابة ب لا كانت بنسبة 48% و تمثلها أكبر نسبة

بالنسبة للمتزوج بنسبة 90%، ثم المطلق بنسبة 50%، ثم الاعزب بنسبة 33.3 %.

ومنه نستنتج بأن الاغلبية أجابت بأنها تدلي بمعلوماتها الحقيقية عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي كانت مدعمة بإجابات العزاب أكثر ثم المطلقين، وهذا ما يفسر على أن السبب وراء ذلك هو أن هاتين الفئتين هما متحررين وليسو مرتبطين سواء الذكور أو الإناث، ولهذا نجد بأنهم أثناء الاتصال بالأصدقاء أو تعارف فهم يدلون بمعلوماتهم الحقيقية فمثلا عندما يودون إنشاء علاقات اجتماعية عبر هذه الشبكات لا يجدون أي صعوبة في التواصل وربما الغاية هنا تكون سليمة مثلا: بناء علاقات قصد الزواج.

أما بالنسبة للقيمة التي تقابلها فيمكن تفسيرها على أن الذين لا يدلون بمعلوماتهم الحقيقية عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي كانت مدعمة بإجابات المتزوجين نفسرها بأن هؤلاء الافراد يشكلون صدقات لكن دون إعطاء هويتهم الحقيقية وكذلك استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من أجل البحث فقط أو الخدمات ولا يتعدى هذا الحد. فالتعبير عن الآراء والمعتقدات الاجتماعية، السياسية، الجنسية غير مسموح بها في الواقع الاجتماعي، أي أن استخدام الشبكة يكون بدافع التعبير عن الآراء التي يعتبرها المجتمع الحقيقي من الطابوهات، فالصفحات والمجموعات بمساحة التعبير المفتوحة الواسعة وطبيعتها الرقمية التي تتيح السرية تعطي للمستخدم حرية الإفصاح عن مالا تسمح به القيم الاجتماعية والسلطة الضابطة.

وهنا يمكن القول بان الفرضية الثانية : قد تساعد شبكات التواصل الاجتماعي في تقوية العلاقات الاجتماعية بين الشباب .تحققت بشكل نسبي فقط .

3- عرض وتحليل نتائج الفرضية الثالثة :

جدول رقم (13) : يبين توزيع أفراد العينة حسب نوعية الخدمات عبر شبكات التواصل الاجتماعي وفق الحالة المهنية

المجموع		لا يعمل		يعمل		عامل نوعية الخدمات
%	ك	%	ك	%	ك	
30%	15	75%	15	-	00	مذكرة تخرج
50%	25	-	00	83.3%	25	فاتورة كشف الحسابات
20%	10	25%	5	16.7%	5	ملفات أخرى صور، مراجع...الخ
100%	50	100%	20	100%	30	المجموع

من خلال استقراء بيانات الجدول أعلاه نرى بان أكبر نسبة في الجدول قدرت ب 50% حيث يرى معظم أفراد العينة بأن نوعية الخدمات التي يتم تبادلها عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي فاتورة كشف الحسابات، والتي مثلتها فئة الذين يعملون بنسبة 83.3%، وهذا يعني أن هذه الشبكات تسهل وصول كشف الفاتورة والحسابات في وقتها والاطلاع على المشاريع الخدمائية سواء داخل الجامعة أو المؤسسات خصوصا و أن هذه مثلها العاملين فهذا يساعدهم ثم نجد الشباب الذين يؤكدون بأن نوعية الخدمات التي يتم تبادلها عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي مذكرة التخرج والتي مثلتها فئة الذين لا يعملون بنسبة 75%، وهذا يبرر بأن الأفراد هنا يستخدمون هذه الشبكات بغرض التعلم وكذلك لأنهم طلبة والتباعد في الأماكن تسهله هذه التقنية في الاخير نجد بان أفراد العينة الذين يرون بان نوعية الخدمات التي يتم تبادلها في شبكات التواصل الاجتماعي هي ملفات أخرى صور، مراجع...الخ وذلك بنسبة 20% والتي مثلتها فئة الشباب الذين لا يعملون بنسبة 25%. فهذا يعكس أنهم يتواصلون بمواقع الكترونية ثقافية أو حرفية كالطبخ والحلاقة والخياطة وغيرها خصوصا الاناث واللاتي لا يمكنهن التواصل مع بعضهن في معظم الاوقات أو اللواتي يمكنهن بالبيت.

جدول رقم (14) : يبين توزيع أفراد العينة حسب سماع أخبار منطقة سكنهم

الاحتمالات	التكرار	النسبة
شبكات التواصل الاجتماعي	45	90%
الشارع	5	10%
المجموع	50	100%

الجدول رقم 13 يمثل توزيع أفراد العينة حسب الامام بأخبار المنطقة، و القراءة الإحصائية توضح أن النسبة الأعلى قدرت ب 90% كانت للإجابة من شبكات التواصل الاجتماعي، في المقابل قدرت نسبة 10% لإجابة ب من الشارع.

نستنتج أن غالبية المبحوثين من الشباب الأعواط يعرفون أخبار حول منطقتهم من وفيات أو حاجة أحدهم للتبرع بالدم أو مناسبات كتخرج الطلبة أو حفلات زواج أو توزيع لمباني سكنية أو الاعلان عن مسابقات توظيف يتم عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفايبروك والفابير أكثر ممن حصولهم عليها من الشارع خاصة اذا كانت فئة الشباب الاناث لا يخرجنا الى الشارع الا للضرورة فقط .

جدول رقم (15) : يبين توزيع أفراد العينة حسب المجموعات التي تتيح لهم طرح انشغالاتهم

الاحتمالات	التكرار	النسبة
شباب الأعواط	15	30%
سوق الأعواط	30	60%
جامعة الاغواط	05	10%
أخبار الأعواط	00	00%
المجموع	50	100%

يمثل الجدول رقم 15 توزيع أفراد العينة حسب المجموعات التي تتيح لهم الفرصة في طرح انشغالاتهم، و القراءة الإحصائية توضح بأن النسبة الأعلى قدرت ب 60% وكانت لسوق الأعواط، ثم تليها شباب الاغواط بنسبة 30%، وفي الاخير جامعة الأعواط بنسبة 10% .

نستنتج أن غالبية المبحوثين تعجبه مجموعة سوق الأعواط أكثر من المجموعات الأخرى كمجموعة تتيح له طرح انشغالاته واقتناء الجديد حول شراء وبيع سواء منازل او قطع اراضي أو أي سلعة كانت، وكذا الإعلان عن مناقصات أو مزادات علنية وحتى الإعلان عن البحث عن موظفين في مكتب عمومي ما أو شركة أو مؤسسة اجتماعية مختلفة.

جدول رقم (16) : يبين توزيع أفراد العينة حسب الميادين التي تثير اهتمام الشباب وفق الحالة المهنية

المجموع		لا يعمل		يعمل		المهنة الاحتمالات
%	ك	%	ك	%	ك	
%30	15	-	00	%50	15	التجارية كبيع وشراء العقارات
%30	15	%75	15	-	00	العمل وأخبار التوظيف
%00	00	%00	00	%00	00	المنشآت الحضرية التي تدشن في ولايتك
%40	20	%25	5	%50	15	الموضة ومجلات التجميل
%100	50	%100	20	%100	30	المجموع

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا بأن أكبر نسبة قدرت ب 40% وهم معظم أفراد العينة الذين يؤكدون بان الميادين التي تهمهم من خلال المجموعات هي الموضة ومجلات التجميل والتي مثلتها نسبة 50% من الشباب العامل، ونفسير ذلك الى أن الموضة ومجلات التجميل تهم الشباب اكثر بسبب التغيير الاجتماعي الذي مس جميع جوانب الحياة، فأصبح الشباب اليوم يبحثون عن كل جديد وعصري وكذلك الماركات الغربية ويسارعون في طلب المنتجات التي تعرضها مجلات التجميل خصوصا و أن الاغلبية التي تمثل هذه النسبة هم العمال خاصة المرأة العاملة وحتى الماكثة بالبت، ونرد هنا مثال على الحلافات اللواتي يعتبرن أكثر ترددا على هذه المجالات والموضات، أما بالنسبة للرجال فنجد أن الانشغال الكبير في العمل لا يدعهم يعرفون أي حول المنتجات الا عن طريق هذه المجالات في المقابل نجد نسبة 30% وهي متساوية لكل من الشباب الذين يرون بأن الميادين التي تهمهم من خلال المجموعات هي التجارية كبيع العقارات وشراؤها ومثلتها نسبة الذين يعملون بنسبة 50% ، وذلك يعود الى طبيعة الوضعية المهنية باعتبارها متغير مستقل يؤثر على اهتمامات الافراد فالعامل هنا هو يتمتع بمدخول شهري، وبالتالي تجده أكثر تداولاً على هذه المجموعات ، وكذلك العمل و أخبار التوظيف ومثلتها نسبة الذين لا يعملون بنسبة 75% ، فهذا راجع إلى أنه في هذه الحالة الشباب بطال ويحتاج إلى وظيفة فهو يلجأ إلى هذه المجموعة للبحث عن وظيفة .

جدول رقم (17) : يبين مدى رأي الشباب في مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في حل مشكلاتهم

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	45	90%
لا	5	10%
المجموع	50	100%

يبين الجدول رقم 17 بأن النسبة الأعلى كانت للشباب الذين أكدوا بان شبكات التواصل الاجتماعي تساهم على حل مشكلاتهم و قدرت ب 90%، في حين نجد بان الشباب الذين رفض ذلك كانت نسبتهم 10% .

نستنتج أن معظم المبحوثين ساعدتهم شبكات التواصل الاجتماعي في معالجة قضية ما تخصهم كالبحث عن وظيفة أو العلم بمسابقة توظيف أو بيع عتاد ما يحتاجون ماله، أو حتى الترفيه عن طريق مناقشة موضوع محير وقراءة تعليقات وآراء أصدقائهم حول ذلك الموضوع.

جدول رقم (18) : يبين مدى رأي الشباب ضرورة شبكات التواصل الاجتماعي في سير الحياة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	20	40%
لا	30	60%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول اعلاه يتضح لنا بأن النسبة الأعلى للشباب رفضت بان تكون شبكات التواصل الاجتماعي ضرورية في سير الحياة. وذلك بنسبة قدرت ب 60%، في المقابل نجد بان نسبة 40% وافق على ذلك.

نستنتج أن أغلب المبحوثين اكدوا بأن شبكات التواصل الاجتماعي غير ضرورية في سير الحياة اليومية وذلك لثقل تغطية شبكة الانترنت و انقطاعها المتكرر، أما الذين أجابوا بأنها ضرورية فهذا راجع الى المكانة التي تصدرتها التكنولوجيا اليوم فقد مسن جميع مجالات الحياة ولا يمكن الاستغناء عنها في ظل العصرنة الرقمية الجديدة.

جدول رقم (19) : يبين توزيع أفراد العينة حسب تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على نفسياتهم .

التأثيرات	التكرار	النسبة
مرتاحة	45	90%
متعبة	5	10%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم 19 بأن النسبة الأعلى لافراد العينة كانت مرتاحة وذلك بنسبة قدرت ب 90%، في حين نجد نسبة 10% من الشباب نفسياتهم متعبة .

نستنتج أن أغلب المبحوثين مرتاحون بعد استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي ذلك لأنهم يستعملونها في حدود تبادل خدماتهم واهتمامهم أكثر من رغبتهم في إنشاء صداقات.

ومن خلال هذا التحليل والتفسير للبيانات ينضح لنا بصفة جليا بأن الفرضية الثالثة: نجحت شبكات التواصل الاجتماعي في معالجة قضايا وطرح الاهتمامات المشتركة بين الشباب قد تحققت نسبيا.

سابعا- النتائج العامة:

لعل الخلاصة التي نخرج بها من خلال هذا التحليل هي أن المجتمع الجزائري يعيش تغييرات سريعة في جميع الأصعدة سواء الاجتماعية أو الإعلامية أو الاقتصادية أو السياسية، ونخص بالذكر هنا تلك التغييرات التي تحدث على المستوى الاعلامي.

و تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل الرقمية الأكثر فاعلية بين الشباب، فهي فضاءات افتراضية تسكنها هويات مختلفة أو منظمات تبني شبكات اجتماعية أو علاقات على أساس روابط واهتمامات مشتركة لتتصل وتتفاعل فيما بينها. واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي يؤثر على تفاعل الشباب الجزائري لأنها تمس جميع الجوانب المحيطة بالشباب.

كما أن شبكات التواصل الاجتماعي من حيث المبدأ تقوي العلاقات الاجتماعية بين الشباب لكن في حدود الذين يعرفونهم مسبقا فالغرباء مثلا عبر الفيس بوك يتم التعامل معهم كأصدقاء ليسوا بالمقربين.

بالإضافة الى ذلك فقد حققت شبكات التواصل الاجتماعي أهدافها لأن تكون أداة فعالة في طرح انشغالات الشباب وإثارة اهتمامهم فمن خلالها يعرفون جميع الأخبار حول المجتمع الجزائري. وكذا تسهيل تبادل الخدمات والاهتمامات التي تثير الشباب والمتمثلة في تبادل الملفات في إطار العمل كفاتورات كشف الحسابات أو مراسلة مدارس خارجية لنيل شهادة في تعليم اللغات عن طريق الصور بالفيديو وحتى الحرف اليدوية.

خاتمة :

من خلال ماسبق يتضح لنا بأن شبكات التواصل الاجتماعي اليوم أصبحت من الظواهر الاجتماعية التي برزت خاصة في السنوات الاخيرة، فمع ظهور الفضاءات والمجالات الافتراضية أصبح الشباب الجزائري يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها وسيلة فعالة لإحداث تفاعل بين الشباب وتدخل في سياق المجال السوسولوجي المفتوح على جميع الأصعدة مع تلاشي تلك الحدود المكانية، وكذا السرعة الفائقة في توصيل الافكار والمعارف والآراء المتعلقة بالحياة العلمية والعملية بشكل ملفات متعددة، بغض النظر عن نسج وتشكيل علاقات اجتماعية مختلفة، و هذا الشبكات تشكل منحرج

جديد في تحديد اهتمامات الشباب وتبلور أفكارهم وذلك من خلال تحديد ميولاتهم وتوجهاتهم.

هوامش البحث:

(1) فهد بن علي الطيار(2014): شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة" تويتر نموذجاً" دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك م(31)، ع(61)، الرياض، ص: 202 .

(2) المنجي الزيدي(2006): ثقافة الشباب في مجتمع الإعلام، دراسة منشورة بمجلة عالم الفكر، اع (1) ، مج (35)، سبتمبرص:203.

(3) الهام بنت فريج بن سعيد العويضي(2004): أثر استخدام الأنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة، اتحاد رسالة ماجستير في الاقتصاد المنزلي، قسم السكن وإدارة المنزل، وكالة البنات، جدة 2004.ص:45.

(4) <https://web2.aabu.edu.jo/nara/manar/suportFile/1374.doc>

فايز المجالي(2015) : استخدام الأنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي:الأحد 29 ديسمبر ، سا 2:00

(5) عبد الوهاب إبراهيم(1985): أسس البحث الاجتماعي، مكتبة نهضة الشروق، القاهرة ، ص 40.

(6) محمد شفيق(2001): البحث العلمي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ص 108.

(7) حسين عبد الحميد احمد رشوان(2004)، ميادين علم الاجتماع ومناهج البحث العلمي، مصر، المكتب الجامعي الحديث، ص 102 .

- (8) جودت عزت عطوي(2009)، أساليب البحث العلمي (مفاهيمه، أدواته، الطرق الإحصائية)، الأردن، دار الثقافة، ط 3، ص 97 .
- (9) فايز جمعة النجار وآخرون(2010)، أساليب البحث العلمي، الأردن، دار حامد، ط2، ص 76 .
- (10) فريد كامل ابوزينة وآخرون(2007)، مناهج البحث العلمي (الإحصاء في البحث العلمي)، الأردن، دار المسيرة، ط 2، ص 20 .