

تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري
- دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 3 -

The impact of the use of social networking sites on the Algerian Youth Social Relations A field study of a sample of students of the University Saleh Bounider Constantine 3

د/ ابتسام دراحي¹

جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 3

d.ibtisseme@yahoo.fr

تاريخ الوصول: 2019/01/12 القبول: 2019/10/01 / النشر على الخط: 2020/03/15

Received: 12/01/2019 / Accepted: 01/10/2019 / Published online : 15/03/2020

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى البحث في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري، لأن هذه الشبكات تعد من الوسائل التي أثارت الكثير من الاهتمام من قبل مختلف فئات وشرائح المجتمع، وذلك لما تتميز به من خصائص، وما توفره من ميزات وخدمات تُتيح للمستخدمين الذين يتزايد عددهم وتختلف فئاتهم، التواصل المباشر والتفاعل التحاور مع الآخرين بكل الأساليب وعن طريق العديد من الوسائط كالصورة والصوت، والكلمة، إذ تم إجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها 100 طالب وطالبة من جامعة قسنطينة 3 من الذكور والإناث تم اختيارهم بطريقة عشوائية من الطورين الليسانس والماستر، باستعمال أداة الاستبيان.

ونظراً إلى أن الشباب الجزائري من الفئات الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي تهدف هذه الدراسة إلى معرفة تأثير هذه الشبكات على علاقاتهم الاجتماعية الحقيقية خاصة وأنهم وجدوا لأنفسهم فضاء إلكتروني لبناء علاقات افتراضية تتميز بأكثر حرية واتساع رقعتها الإلكترونية وباستعمال العديد من الوسائل المتاحة.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الأثر، العلاقات الاجتماعية، الشباب، الشباب الجزائري.

Astract

This study is designed to look at the impact of the social networking sites on Social Ties to Algerian youth, because these networks are the means by which raised a lot of attention from various walks of the society, for their characteristics, and the features and services that allow users whose number is increasing and different categories of direct communication, interaction and dialog with others in all methods and through various media like voice, the word, as they were conducting a field study on a sample of 100 students from the University of constantine 3 of males and females were selected randomly from the bachelor's and master developer, the use of a questionnaire.

In view of the fact that the Algerian youth groups use most of the social networking sites this study is designed to find out the impact of these networks on the real social relations especially, they found themselves electronically space to build virtual relationships with the freedom of widening the area of electronic commerce using many of the means available.

Key words: social networking sites, impact, social relations, the youth, the Algerian youth.

¹ المؤلف المرسل: ابتسام دراحي الإيميل: d.ibtisseme@yahoo.fr

مقدمة

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي الصورة الأبرز لوسائل وتكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة، وهي مصطلح واسع يقصد به بشكل عام تبادل المضامين والأفكار والآراء والمعلومات عبر شبكة الانترنت، من أجل الاتصال والتواصل والحوار. ومع تطور استخدامات وتطبيقات برامج هذه المواقع زادت وانتشرت لتُوجد نوعاً من التفاعل بين الأفراد والجماعات وحتى المؤسسات وغيرها من الأطراف التي فتحت لنفسها نافذة افتراضية إلكترونية سريعة وفعالة لنشر المعلومة والتواصل فيما بينها دون حواجز وحدود مكانية أو زمنية، كل هذا كان له أثراً كبيراً حسب الدراسات الأكاديمية والميدانية التي أُجرت لمعرفة مدى دور مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال وإعلام وتواصل من جهة، والتأثير الكبير الذي تلعبه في التفاعل والعلاقات الاجتماعية من جهة أخرى، باعتبارها تخاطب العقل والعاطفة والمشاعر معاً، من خلال ما توفره من مساحة لإبداء الرأي والمشاركة في مختلف القضايا الاجتماعية للتوصل إلى حلول مشتركة وفعالة ومنها تغيير السلوك والعاطفة والأفكار والآراء بما يتماشى والعصر الحالي.

فقد وفّرت المواقع للمستخدمين بنية تفاعلية افتراضية احتلت مساحة واضحة من وقتهم وفكرهم واهتمامهم ووجدانهم وعقولهم، وخاصة بعد نجاحها في جذب واستقطاب مختلف الفئات العمرية، دونما اعتبار للفوارق الجغرافية والدينية والعرقية والجنسية والسياسية والاقتصادية...، ليمتزج الاتصال الذاتي والشخصي والجمعي والجماهيري في بيئة واحدة أعادت تشكيل الحياة الاجتماعية والاتصالية للفرد، وساهمت في التأثير على منظومة القيم والأخلاق التي تكوّن سلوكه.¹

هذا التغيير في طريقة التواصل أصبح يهدد العلاقات السائدة في المجتمع ويشكل خطراً على متانتها وتماسكها، فظهرت العلاقات الافتراضية التي تسعى لمحاكاة الواقع، وبالتالي التأثير بشكل كبير على طبيعة العلاقات الحقيقية والواقعية، ويلاحظ من خلال مشاهدة الأنماط السلوكية الاجتماعية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على أرض الواقع، بأن هناك زيادة مستمرة وإقبالاً مرتفعاً لأعداد الناس، ومن مختلف فئات المجتمع المستخدمين للإنترنت، وبخاصة فئة الشباب منهم، قد يصل استخدامهم إلى درجة الإدمان، مما قد يؤثر على السلوك الإنساني، وشبكة العلاقات الاجتماعية، وطرق التفكير في التعامل مع متغيرات الحياة، والذي من شأنه تعزيز القيم الفردية بدلاً من القيم الاجتماعية.

وفي هذا السياق تأتي هذه الدراسة لمعرفة أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لعينة من طلبة جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة³ كفتة مهمة من الشباب الجزائري، ويرجع سبب اختيار هذا الموضوع لظهور ووضوح عدة تأثيرات ناتجة عن انتشار استخدام هذه المواقع.

1 - مشكلة الدراسة

انتشرت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير وواسع في السنوات الأخيرة مع ثورة الجيل الثاني من الانترنت فأصبحت ظاهرة عالمية واسعة الاستخدام باعتبارها أداة من الأدوات التي يلجأ إليها الفرد للحصول على المعلومات في مجالات عديدة

¹ - أشرف جلال حسن: أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة

المصرية والقبطية، المؤتمر العلمي السنوي الخامس عشر "الإعلام والأسرة وتحديات العصر"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2009م، ص ص:

سواء على المستوى الاجتماعي أو السياسي أو الثقافي أو الاقتصادي أو العلمي ... الخ، وكذا وسيلة من الوسائل والآليات التكنولوجية الفعالة للاتصال والتواصل والتفاعل الاجتماعي بين الأفراد والجماعات، من خلال خلق عالم افتراضي إلكتروني خاص بكل فرد من أفراد المجتمع، فيجد فيها فضاءً خصباً ومتنوعاً لطرح أفكاره والتعبير عن آرائه وتلبية حاجياته، وكذا ربط علاقات جديدة وتعزيز علاقات قديمة، لذلك أصبحت هذه المواقع لها مكانة كبيرة عند الفرد نظراً لما تقدمه من خدمات وما توفره من تطبيقات وبرامج متطورة، وهو ما يميزها عن غيرها من وسائل الاتصال الأخرى.

ومن هذا المنطلق تسعى مواقع التواصل الاجتماعي إلى توفير قدر كبير ومتطور من المواقع التي تدعم التواصل والتفاعل بين المستخدمين على المستوى العالمي، والجزائر من بين الدول التي تعرف تزايداً كبيراً لعدد المستخدمين من مختلف الفئات الاجتماعية، أبرز هذه المواقع: الفيسبوك، تويتر، يوتيوب، الأنستغرام... الخ، والتي تعرف انتشاراً كبيراً لاستقطاب مختلف فئات المجتمع إلى الفضاء الإلكتروني الافتراضي الذي يتميز بالحرية وإلغاء الحدود الزمنية والمكانية وتوفير مساحة للتعبير والتواصل، لا سيما فئة الشباب تلبية لحاجات هذه الفئة، فازداد إقبالهم عليها، فأصبحت بذلك ملاذاً لهم للتواصل والتفاعل، وفضاءً للتسلية والترفيه، ومصدراً هاماً للمعلومات والأخبار، حيث أنها تُتيح لهم فرصة الربط بين الزملاء في الدراسة والأصدقاء الحقيقيين، والأهل والأقارب، وليس هذا فحسب، بل أنها تساعد على التعارف والتواصل بين أشخاص ومجموعات مختلفين عن بعضهم البعض.

كما أن مواقع التواصل الاجتماعي هدفت منذ نشأتها إلى المساعدة على تكوين العلاقات الاجتماعية بين المستخدمين بشكل عام، من خلال تبادل المعلومات ومشاركة الملفات ونشر الصور ومقاطع الفيديو والتعليقات، فجعل لها مكانة في الحياة اليومية للشباب ومنهم فئة الطلبة الجامعيين، مما نتج عن استخداماتها انعكاسات نفسية وفكرية واجتماعية وخاصة تأثيرها على العلاقات الاجتماعية بينهم، إلا أن ذلك يحيلنا إلى الدور الخطير الذي تقوم به في عزل الأفراد اجتماعياً وتفكيك العلاقات والهروب من الواقع الحقيقي، وهو ما قد يؤدي إلى تأثيرات سلبية على منظومة العلاقات الاجتماعية (الأسرة، الصداقة، علاقات الدراسة... الخ)، وهذا ما يقودنا إلى طرح التساؤل الرئيس التالي: ما هو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري؟

وينطوي تحت هذا التساؤل الرئيس جملة التساؤلات الفرعية من بينها:

- 1- ما هي عادات وأنماط وطبيعة استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما هو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين؟
- 3- هل يفضل الطلبة الجامعيين الجزائريين العلاقات الاجتماعية الحقيقية أم العلاقات الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

4- ما أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير نمط العلاقات الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين؟

2 مفاهيم الدراسة

* مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد وردت العديد من التعريفات لمواقع التواصل الاجتماعي برزت خلالها جملة من الاختلافات والتي تعود إلى اعتبار أن هذه المواقع وسائل تقنية من خلال تطورها التقني وبرامجها وتطبيقاتها المتنوعة من جهة، واعتبارها وسائل اجتماعية تبرز من خلال الأدوار والخدمات التي تقدمها للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من جهة أخرى، وسنحاول إدراج بعض هذه التعريفات لتحديد مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي بدقة فيما يلي:

- مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن: "مواقع اجتماعية بها أعضاء من مختلف دول العالم، تهدف إلى ربطهم والتعارف بينهم حسب التخصص والمكان والأهداف المتوخاة".¹

- كما عُرفت بأنها: "مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2 web تتيح التواصل بين الأفراد في بنية افتراضية يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء، (بلد، مدرسة، جامعة، شركة، ...). يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وهي: "وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد سواء أكانوا أصدقاء تعرفهم في الواقع أو أصدقاء عرفتهم من خلال السياقات الافتراضية".²

- هي "مواقع إلكترونية اجتماعية على الانترنت وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي".³

ويعد التعريف الذي اقترحه (أليسون وبويد Alisson & Beued) هو أكثر التعريفات شيوعاً لدى الباحثين، وحسب هذين الباحثين فإن مواقع الشبكات الاجتماعية هي: "صنف من المواقع يقدم خدمات تقوم على تكنولوجيا الويب تتيح للأفراد بناء ملامح Public Profile متاح للعموم أو شبه متاح للعموم في إطار نظام محدد. كما تتيح هذه المواقع بناء شبكة من العلاقات والإطلاع على شبكة علاقات الآخرين (قائمة الأصدقاء)".⁴

ومن خلال ما سبق، فقد ركزت بعض هذه التعريفات على الجانب التقني الخاص بمواقع التواصل الاجتماعي كواحدة من المواقع الإلكترونية التي تميزت بها الشبكة العنكبوتية "الانترنت" في الآونة الأخيرة، حيث تمكن المستخدمين من إنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين، وأبرزت البعد الاتصالي الذي يربط بين الأفراد المستخدمين لها بعلاقات مختلفة.

في حين هناك تعريفات أخرى أبرزت الجانب الاجتماعي والتفاعلي الخاص بمواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها ما يلي:

- تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: "تركيبية إلكترونية اجتماعية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل الفرد الواحد باسم العقدة Note، بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنماط مختلفة من

¹ - Ray Eldon, Sheila Gibbon, Social networks, Us Cambridge University Press, USA, 2009, p: 12

² - C. Mc swete, The challenge of social networks, Administrative theory and praxis, vol 13, issue 1, march 2009,P: 95,96.

³ - عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، الأردن، 2008م، ص: 218.

⁴ - الصادق الحمادي: كيف نفكر في مواقع الشبكات الاجتماعية؟ إحدى عشرة مسألة أساسية؟ مجلة أكاديميا، جامعة منوبة، تونس، عدد شهر ماي 2012م، ص: 01.

العلاقات الاجتماعية كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها المستخدم".¹

* العلاقات الاجتماعية

يشير مفهوم العلاقات الاجتماعية " إلى ترتيب أو تنظيم ثابت للعناصر التي تظهر في الفعل الاجتماعي فهي لا توجد بمعزل أو خارج الأفعال الاجتماعية بل هي ترتيبات متخيلة للفعل. كما تعرف على أنها نتيجة التفاعل الاجتماعي (التأثير والتأثر والأخذ والعطاء) بين شخصين يشغلان موقعين اجتماعيين داخل الجماعة والتنظيم أو المؤسسة الاجتماعية.²

تعرف العلاقات الاجتماعية أيضا على أنها "صورة تُصوّر التفاعل الاجتماعي بين طرفين أو أكثر، بحيث يتكون لدى كل طرف صورة عن الآخر، والتي تؤثر سلباً أو إيجاباً على حكم كل منهما للآخر، ومن صور هذه العلاقات: الصداقة، والروابط الأسرية والقرباة، وزمالة العمل والمعارف أو الأصدقاء".³

* التأثير

- ✓ جاء في التعريف اللغوي للأثر أنه: من الفعل "تأثر، يتأثر، تأثراً، وتأثر بالشيء، أي تطبع به".⁴
- و"تأثر به أو منه حصل فيه منه أثر، وتتبع أثره، ظهر فيه الأثر".⁵
- ✓ أما اصطلاحاً فقد وردت تعريفات عديدة للأثر نذكر منها ما يلي:

- الأثر هو "الهدف الأساسي الذي يسعى إليه المرسل وهو النتيجة التي يتوخى تحقيقها القائم بالاتصال، ويتم التأثير على خطوتين الأولى هي تغيير التفكير والخطوة الثانية هي تغيير السلوك، هو مسألة نسبية ومتفاوتة بين شخصين وآخر وجماعة وأخرى".⁶ وهو: "التغيير الحاصل في الشيء من غيره".⁷ والأثر "يتعلق بما يمكن أن يحدث في مسار انتقال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي سواء ما ارتبط بجانب الاستقرار أو التعديل أو التحويل أو التغيير في القيم، أو ما انعكس على السلوك النفسي أو الاجتماعي أو الاقتصادي، ويمكن أن يكون الأثر آنياً، كما يمكن أن يتجسد بصفة تدريجية عبر الزمن، وهو الأمر الذي يصعب مهمة الباحث في قياس ذلك".⁸

¹ - David Wolton, **Les réseaux sociaux**, édition Flammarion, Paris, France, 2010, p:03.

² - نومار مريم ناريمان: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية: دراسة عينة من مستخدمي الفاييسبوك في الجزائر، رسالة الماجستير، قسم العلوم الاجتماعية، علوم الإعلام والاتصال، الجامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2012م، ص: 89.

³ - إبراهيم عثمان: مقدمة علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004م، ص: 27.

⁴ - المنجد الإحصائي: ط1، دار المشرق، لبنان، 1980م، ص: 164.

⁵ - جبران مسعود: الرائد معجم القباني في اللغة والإعلام، ط3، دار العلم للملايين الإلكترونية، 2005م، ص: 357.

⁶ - سعاد جبر سعيد: سيكولوجية الاتصال الجماهيري، ط1، عالم الكتاب الحديث، عمان، الأردن، 2007م، ص: 32.

⁷ - نصير بوعلي: التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر - دراسة ميدانية - دار الهدى، الجزائر، 2005م، ص: 10.

⁸ - عزى عبد الرحمان: أثر الوسائل السمعية البصرية على نظام القيم وأنماط الاستهلاك في المجتمع الريفي، مجلة البحوث، العدد1، جامعة الجزائر، 1922-1993م، ص: 41.

- تعرف موسوعة علوم الإعلام والاتصال الأثر بأنه: "نتيجة الفعل الذي ظهر جراء مؤثر ما".¹
 - فالأثر هو نتيجة الاتصال، وهو يقع على المرسل والمتلقي على السواء وقد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والإقناع وتحسين الصورة الذهنية.²، كما أن كلمة أثر في عمل وسائل الإعلام ترجع إلى أية نتائج يمكن أن تنجم عن عمل وسائل الاتصال الجماهيري سواء تلك النتائج المقصودة أو غير المقصودة.³

- ويرى الباحث السعيد بومعيزة أن الأثر هو: "تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد جمهور ووسائل الإعلام وتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليهم بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئاً ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي ومن جانب أفراد الجمهور فهم يستعملون وسائل الإعلام ويتعرضون لمحتوياتها لأسباب مختلفة باختلاف سياقاتهم الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والثقافية وهذا وفقاً للقيمة التي تحملها هذه المحتويات وما تمثله بالنسبة إليهم ومدى قدرتها على إشباع حاجاتهم.⁴

* الشباب الجزائري

يعد تحديد مرحلة الشباب عملية صعبة حيث يصعب تحديد بدايتها أو نهايتها بصورة قاطعة، "ويرتكز بعض العلماء في تحديدها على جوانب بيولوجية تمثل بدايتها بلوغ الحلم أو النضج الجنسي أو القدرة على الإنجاب ويحدد البعض بدايتها على أساس بداية الاندماج في المجتمع وتختلف من شخص لآخر ومن مجتمع لآخر.⁵
 ولذا فقد بذلت العديد من الجهود لمحاولة وضع مفهوم واضح ومحدد لمعنى الشباب وقد قدم المهتمون برعاية الشباب مفهومي في هذا المجال "أحدهما يرى أن الشباب مرحلة عمرية محددة من مراحل العمر. والمفهوم الآخر يرى، أن الشباب حالة نفسية تمر بالإنسان وتتميز بالحيوية والنشاط وترتبط بالقدرة على التعلم ومرونة العلاقات الإنسانية وتحمل المسؤولية، وبصفة عامة يمكن القول أن كلا المفهومين يرتبط ببعضهما البعض علي نحو لا يمكن من الفصل بينهما".⁶
 والشباب الجزائري هو النسبة الأكبر في تعداد السكان لذا يعتبر مجتمع شبابي، ولقد اعتمدنا في هذه الدراسة على الشباب الجامعي الذي يتراوح أعمارهم بين 18 وأكثر من 30 سنة.

¹ - Bernard lamizet : Dictionnaire Encyclopédique de Sciences de l'information et de Communication, -ellipses -France, 1997, p: 207

² - حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2001م، ص: 52.

³ - سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، النظرية والتطبيق، دار المعارف الجامعية، مصر، 1998م، ص: 152.

⁴ - السعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006م، ص: 29.

⁵ - حنان أحمد سليم: التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية وعلاقته بالهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام - العدد الخامس والعشرون - يوليو /ديسمبر 2005، ص: 11.

⁶ - إبراهيم مبارك الجوير: الشباب وقضايا المعاصرة، مكتبة العبيكان، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1994م، ص: 15.

ودراستنا هذه تقتصر على فئة عمرية معينة وهي الشباب الجامعي. والطالب الجامعي هو الشخص المسجل في مؤسسة من مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي ويتابع دراسته فيها بصفة رسمية ويقضي فيها مرحلة تعليمية تمتد من ثلاث سنوات دراسية وذلك بعد حصوله على البكالوريا أو ما يعادلها ولم يتم تخرجه بعد".¹

3 مجتمع البحث والعينة

مجتمع البحث أو الدراسة هو: "المجتمع الأكبر أو مجموع الأفراد التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكلي أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته".²

يشمل مجتمع البحث في هذه الدراسة طلبة وطالبات جامعة صالح بونبيدر- قسنطينة³، في مرحلتين عمريتين مختلفتين، في الطورين الليسانس والماستر، يتوزعون على العديد من المعاهد والكليات العلمية والأدبية.

ولقد لجأنا في دراستنا هذه إلى اختيار العينة من المجتمع الأصلي بأسلوب المسح بالعينة، وذلك من خلال العينة الحصصية غير الاحتمالية ويختار أفراد هذه العينة من بين الجماعات أو الفئات ذات الخصائص المعينة بنسبة الحجم العددي لهذه الجماعات وبشروط محددة سابقا وفي هذه العينة يترك الاختيار للباحث الذي يراعي اعتبارات معينة، وفي هذه العينة أيضا يقسم المجتمع إلى مجموعات كل مجموعة ترتبط مفرداتها بشكل ما وتؤخذ من هذه المجموعات نسبة معينة وأن هذه النسبة تتفق والصفات التي قسم المجتمع بموجبها مثلاً نختار نسبة معينة من كل مرحلة دراسية.³

وتم اختيار عينة البحث ضمت (100) مبحوثا، هذا العدد وُزِعَ بالتساوي على عدد الكليات والمعاهد (07) بالجامعة، كما وزعت الاستمارات بطريقة عشوائية على كل الطلبة الجامعيين دون مراعاة عنصر الجنس بغية استهداف كلا الجنسين الذكور والإناث، وبكل التخصصات العلمية.

وكانت عينة الدراسة موزعة حسب متغيرات الجنس والسن والمستوى الدراسي كالتالي:

الجنس	التكرار	%
ذكر	54	54
أنثى	46	46
المجموع	100	100

الجدول (01): يوضح توزيع وحدات العينة حسب الجنس

ومن خلال الجدول (01) تتكون هذه العينة من نسبة قدرت بـ (56%) ذكورا، في مقابل الإناث بنسبة (46%).

¹ - زرزاجي زويبر: مشاهدة طلبة جيغل الفضائيات العربية الدينية، دراسة ميدانية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر، 2008-2009م، ص: 6.

² - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2000م، ص: 130.

³ - مروان عبد الحميد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، الأردن، 2000م، ص: 16.

السن	التكرار	%
أقل من 25 سنة	87	87
أكثر من 25 سنة	13	13
المجموع	100	100

الجدول (02): يوضح فئات أعمار الطلبة الجامعيين

ولقد تم توزيع الباحثين من الطلبة الجامعيين بين فئتين عمريتين الفئة الأولى (أقل من 25 سنة)، ثم الفئة الثانية (أكثر من 25 سنة).

والسن يكتسي أهمية كبيرة بالنسبة للفرد في اكتسابه مجموعة من الخبرات التي من شأنها أن تساعد على مواجهة الظروف المختلفة والمتعددة في حياته اليومية، فالسن يعبر عن الخبرة وتراكم التجارب والمعارف عند الأفراد، كما يدل على مرونة أو تعصب الفرد في أفكاره، فالشباب عموما والطلبة خصوصا يتميزون بالمرونة والسلاسة في أفكارهم. وتشير الدراسة الميدانية أن نسبة (87%) أعمارهم أقل من 25 سنة، وأن نسبة (13%) أعمارهم أكثر من 25 سنة. ومن خلال هذه النتائج نلاحظ أن أكثر الباحثين يقعون ضمن الفئة العمرية الأقل من 25 سنة، وهو السن القانوني للطلاب طيلة مدة دراسته بالجامعة في الطورين الليسانس والماستر بعد حصوله على شهادة البكالوريا في سنة 18 سنة في الجزائر.

المستوى الدراسي	التكرار	%
ليسانس	64	64
ماستر	36	36
المجموع	100	100

الجدول (03): يوضح المستوى الدراسي للطلبة الجامعيين

أما بالنسبة للمستوى التعليمي، فنسبة (64%) من ذوي مستوى ليسانس، (46%) من ذوي مستوى الماستر، وهذه البيانات تعكس أعداد الطلبة في مرحلة الليسانس باعتبارهم التحقوا بالجامعة مباشرة بعد حصولهم على شهادة البكالوريا من جهة، وكذا يدرس الطلبة في هذه المرحلة ثلاث سنوات من جهة أخرى، في حين طريقة التحاق الطالب بالدراسات ما بعد التدرج "الماستر" يكون وفقا لرغبة الطالب في استكمال الدراسة بالجامعة والحصول على شهادة عليا، وكذا إجراء مسابقات وطنية للالتحاق بالأماكن البيداغوجية المحدودة بكل جامعة وفقا لإمكاناتها المادية والبشرية.

4 منهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، والتي تعتمد على استخدام منهج مناسب بغية الوصول إلى نتائج علمية دقيقة. وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح، أو كما يُعرف عند البعض بالمنهج الوصفي، فإنه يعتبر إحدى الطرق التي يفضل استخدامها في البحوث الوصفية، التي تهدف إلى تقديم صورة كلية عن الموقف الاجتماعي أو الوحدة

الاجتماعية موضوع الوصف، بهدف إلقاء الضوء على العناصر المتباينة التي تكوّن هذه الصورة، وما يترتب على ذلك من بيان طبيعة العلاقة بين هذه العناصر، وبالتالي تحديد أي العناصر ترتبط ببعضها أكثر من غيرها. ونهدف هنا من خلال مسح عينة مكونة من 100 مفردة، إلى وصف وتبيان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل والعلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري والذي اخترناها من فئة الطلبة الجامعيين.

5 أداة جمع البيانات:

لقد اعتمدت هذه الدراسة على أداة جمع البيانات المتمثلة في الاستبيان، عن طريق صياغة مجموعة من الأسئلة بطريقة علمية مناسبة يتم توزيعها على عينة الدراسة لجمع البيانات والمعلومات. وقد اعتمدت الدراسة على استبيان، مكون من ثلاثة محاور:

- المحور الأول: متعلق بالبيانات الشخصية وصفات العينة
- المحور الثاني: عادات وأنماط وطبيعة استخدام الطلبة الجامعيين مواقع التواصل الاجتماعي
- المحور الثالث: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين
- المحور الرابع: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تغيير نمط العلاقات الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين

6 المعالجة الإحصائية للبيانات:

لقد تم تفرغ الاستبيان وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS (الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية)، حيث أستخدمت الأساليب الإحصائية الوصفية، وذلك لغرض معرفة خصائص أفراد العينة، ووصف إجاباتهم من خلال استخدام التكرارات، والنسب المئوية.

7 نتائج الدراسة ومناقشتها:

* بالنسبة لعادات وأنماط وطبيعة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

1- منذ متى وأنت مشترك في مواقع التواصل الاجتماعي؟

بيّنت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد العينة يشتركون في مختلف مواقع التواصل الاجتماعي منذ مرحلة التعليم المتوسط وذلك بنسبة (58%)، وهذا يعود إلى الرواج الكبير الذي عرفته مختلف مواقع التواصل الاجتماعي منذ ظهورها وبدايات انتشارها، أما منذ مرحلة الثانوية فكانت بنسبة (35%)، ومنذ مرحلتها التعليم الأساسي والجامعة فبنسبتين متقاربتين جداً (3%) و(4%)، وهذا يعود إلى خصوصية كل مرحلة من المراحل الدراسية.

2- عدد أيام استخدامك للشبكات الإلكترونية الاجتماعية في الأسبوع؟

بيّنت النتائج أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من 6 إلى 7 أيام في الأسبوع بنسبة (63%)، وهذا يدلّ على حرص الطلبة على تصفّح حساباتهم تقريباً طيلة أيام الأسبوع، كما أصبحت من السلوكيات والنشاطات اليومية والأساسية التي يُقبل عليها الطلبة معظم أيام الأسبوع، أما الذين يستخدمونها من 3 إلى 5 أيام في الأسبوع فبنسبة (06%)، في حين وبنسبة (06%) هم من أفراد العينة الذين يستخدمون المواقع أقل من يوم في الأسبوع، وهذه النتائج تجعلنا نؤكد أن

هناك استخدام دائم ومتواصل لمواقع التواصل الاجتماعي رغم اختلاف درجة الاستخدام، وهذا ما قد يؤثر بصفة أو بأخرى على الفرد.

3- عدد الساعات التي تقضيها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم؟

أظهرت نتائج الدراسة أن عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من الطلبة الجامعيين ثلاث ساعات فأكثر في اليوم بنسبة (56%)، في حين نجد نسبة (25%) من أفراد العينة يستخدمونها ساعتان يومياً، وما بين نسبة (12%) ونسبة (7%) من هم يقضون ما بين ساعة واحدة وأقل من ساعة فقط في اليوم.

يمكننا تفسير هذه النسب الميمنة للحجم الساعي الذي يقضيه الطلبة الجامعيين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يكون لساعات طويلة، وهو ما يدل على أن استخدام هذه المواقع أصبح يُعدّ بمثابة نشاطاً أساسياً من الأنشطة التي يقوم بها المستخدمين في حياتهم اليومية، وعادة تترجم باقي العادات، وإدراجها بذلك ضمن اهتماماتهم اليومية، وهذا قد يرجع إلى الشعور بالمتعة التي تتمتع بها مستخدمي هذه المواقع أثناء استخدامها لها ومشاركة أصدقائهم ومعارفهم عبرها النقاشات والمحادثات والتعليقات ومختلف الصور والفيديوهات والأفكار والآراء.

4- ما هي الفترة التي تفضل فيها استخدام الشبكات الإلكترونية الاجتماعية في اليوم؟

أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة (58%) من الطلبة الجامعيين يفضلون الفترة الليلية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وهذه النتيجة منطقية إذ عادة ما يخصص الليل للإبحار في الانترنت واستخدام المواقع ذلك أن عينة الدراسة يمكنها أن تتفرغ بحكم أن أغلب ساعات النهار يقضونها في حضور الدروس والمحاضرات وإعداد الأعمال والواجبات والبحوث أي أن تقريبا كل وقتهم بالجامعة وفي الدراسة، أما نسبة (25%) من الطلبة الجامعيين يفضلون استخدام المواقع في المساء، ونسبة (14%) من الطلبة الجامعيين يستخدمون المواقع طيلة اليوم وهم الطلبة الذين تتوفر لديهم خدمات الجيل الثالث والرابع من شبكة الانترنت، أما الذين يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من الفترة الصباحية إلى الظهر فتراوحت نسبتهم بين (2%) و(1%) وهي نسبة ضئيلة نسبياً بسبب تواجدهم في مقاعد الدراسة.

ويكون الاختلاف في اختيار فترة على أخرى في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام إلى أن شبكة الانترنت تتيح فرصة اختيار الوقت المناسب للاستخدام ومن أي مكان عكس الوسائل الإعلامية الأخرى.

5- ما هي الوسيلة التي تستخدمها للدخول لمواقع التواصل الاجتماعي؟

يرى العديد من الباحثين أمثال "ويليمان" و"ويلاس" و"جارتون" (Wellman, Wellas, Garton) أن نوع الجهاز الذي يستخدمه الفرد للتواصل مع الآخرين عبر الانترنت يلعب دوراً كبيراً في تحديد الدور الذي يمكن أن تلعبه الانترنت في التأثير على العلاقات الاجتماعية للفرد، حيث يرجع الباحثون أن الأدوات التي تتيح الاتصال المتزامن، ورجع الصدى الفوري تجعل الفرد أكثر تفاعلاً مع الطرف الآخر¹، وقد أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة (80%) من الطلبة الجامعيين يستخدمون الهاتف الذكي للدخول لمواقع التواصل الاجتماعي، فامتلاك الطلبة الجامعيين لهواتف ذكية جديدة مزودة بشبكة الانترنت، تتيح

¹ - علياء سامي عبد الفتاح: علياء سامي عبد الفتاح: الانترنت والشباب دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي، ط2، دار العالم العربي، القاهرة، مصر، 2011م، ص: 102.

لهم تصفح المواقع والدخول لحساباتهم في كل وقت، ومن أي مكان، بكل سهولة وبتكلفة أقل لأنها تتوفر على العديد من البرامج والخدمات، في حين قدّرت نسبة الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون الكمبيوتر المحمول بـ (29%) وهذا يدل على امتلاك الطلبة للكمبيوتر المحمول الذي يوفّر العديد من الخدمات منها الانترنت، أما نسبة (18%) من الطلبة الجامعيين فيستخدمون الكمبيوتر المكتبي في الدخول إلى المواقع، في حين سجلت نسبة ضئيلة قدرت بـ (7%) للطلبة الجامعيين الذين يستخدمون اللوح الإلكتروني لتصفح حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي.

6- حين تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي هل تكون؟

تعدد كيفية استخدام الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي فلكل مستخدم طريقته في الدخول سواء لوحده أو مع أحد أفراد العائلة أو مع زملائه وأصدقائه، وفي هذا السياق بيّنت نتائج الدراسة أن أغلب الطلبة الجامعيين وانطلاقاً من استخدامهم للهاتف النقال وهو ما يجعلهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمفردهم وذلك بنسبة (93%) وهذا راجع إلى طبيعة الاستخدام الفردي لهذه المواقع وللحسابات الشخصية لكل مستخدم، وهو ما يسمح أيضاً بحرية أكثر في استخدامها والتواصل عبرها، في حين وبنسبة قدرت بـ (4%) من الطلبة الجامعيين يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع أحد أفراد العائلة، أما الذين يفضلون استخدامها مع أصدقائهم بنسبة (3%).

7- ما درجة استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

أوضحت النتائج أن الطلبة الجامعيين يستخدمون كثيراً مواقع التواصل الاجتماعي وبنسبة (49%)، أما الذين يستخدمونها كثيراً جداً فتقدر نسبتهم بـ (26%)، في حين تقدر نسبة الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أحياناً وحسب ظروفهم وسلوكياتهم اليومية تقدر بـ (22%)، وتبقى نسبة (3%) وهي نسبة ضئيلة مقارنة ببقية النتائج والخاصة بالطلبة الجامعيين الذين نادراً ما يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

ومن هنا هناك علاقة ترابطية بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي وبين كثافة استخدامها، وعدم تنظيم الاستخدام، واضطراب السلوك الاجتماعي للفرد، والرغبة في الهروب من الواقع الفعلي وهي من التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي والانترنت بشكل عام.

* بالنسبة لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين:

8- كم عدد أصدقائك على مواقع التواصل الاجتماعي؟

من خلال النتائج يتبين لنا أن أغلب أفراد العينة لديهم من 101 إلى 300 صديق وذلك بنسبة (35%)، أما من لديهم من 51 إلى 100 صديق فقدرت نسبتهم بـ (25%)، تليها نسبة (15%) من الطلبة الجامعيين يملكون أكثر من 300 صديق على مواقع التواصل الاجتماعي، أما من يملكون من 25 إلى 50 صديق فنسبتهم (13%)، في حين بلغت نسبة الذين يملكون أقل من 25 صديق مواقع التواصل الاجتماعي بـ (12%).

ويمكن تفسير عدد الأصدقاء لدى الطلبة الجامعيين في مواقع التواصل الاجتماعي بالرغبة في خلق مجال أوسع للتفاعل، ولزيادة حجم هذا التفاعل الإلكتروني الكبير للفرد في المجتمع الافتراضي الذي تتيحه شبكة الانترنت، حيث كلما زاد عدد

الأصدقاء زادت نسبة التفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المشاركات المتنوعة والتي تتلقى ردوداً عديدة بفضل عدد الأصدقاء وتعدددهم واختلاف أفكارهم وتوجهاتهم وآرائهم من جهة، وبفضل اختلاف تخصصاتهم العلمية والدراسية وميولاتهم الفكرية من جهة أخرى.

9- هل أصدقاؤك عبر المواقع أكثر عدداً من أصدقاؤك الحقيقيين الذين تعرفهم وجهاً لوجه؟

بيّنت النتائج أن أكثر من نصف الطلبة الجامعيين أكدوا أن أصدقاؤهم الحقيقيين الذين يعرفونهم أكثر عدداً من أصدقاؤهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة (60%)، في حين أن أفراد العينة بنسبة (40%) عدد أصدقاؤهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر عدداً من عدد أصدقاؤهم الحقيقيين الذين يعرفونهم في الواقع وجهاً لوجه.

ومن هنا يتضح أن لمواقع التواصل الاجتماعي دوراً كبيراً في بناء علاقات اجتماعية جديدة، وتوسيع علاقات اجتماعية أخرى قديمة، فهي ساعدت في تغيير طريقة بناء هذه العلاقات التي كانت تبنى في السابق داخل مجتمع واقعي حقيقي وعلى أساس التقارب الجغرافي والمكاني والزمني، والتعارف من خلال الالتقاء وجهاً لوجه، وهو ما يسمى بالاتصال الشخصي أو الاتصال المواجهي.

10- هل تفضل التحدث مع أصدقاؤك عبر المواقع أكثر من أن تتحدث معهم وجهاً لوجه؟

رغم أن مواقع التواصل الاجتماعي توفرّ خاصية المحادثة والردشة والحوار بين مستخدميها، إلا النتائج بيّنت أن نسبة قدرت بـ (78%) من الطلبة الجامعيين لا يفضلون التحدث مع أصدقاؤهم عبر هذه الشبكات أكثر من أن يتحدثوا معهم وجهاً لوجه، وهذا ربما يرجع لتواجدهم مع بعضهم البعض أكبر وقت ممكن تقريباً طيلة أيام الأسبوع في فضاء الجامعة، في حين قدرت نسبة الطلبة الجامعيين الذين يفضلون التحدث مع أصدقاؤهم عبر هذه الشبكات أكثر من أن يتحدثوا معهم وجهاً لوجه بـ (22%) وهم الطلبة الذين يستخدمون كثيراً مواقع التواصل الاجتماعي ولهم علاقات افتراضية مع أشخاص من خارج المحيط الجامعي.

11- من هم الذين تتعامل معهم على مواقع التواصل الاجتماعي؟

أكدت نسبة (85%) من الطلبة الجامعيين أنهم يتعاملون مع أصدقاؤهم المقربين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، في حين نسبة (65%) من الطلبة الجامعيين يتعاملون مع زملاء الجامعة والدراسة، بالمقابل سجلت نسبة (55%) تعاملهم عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي مع الأهل والأقارب خاصة الذين يتواجدون بأماكن بعيدة داخل أو خارج الوطن، ونسبة معتبرة من إجمالي الطلبة الجامعيين قدرت بـ (36%) يتعاملون مع مستخدمين تعرفوا عليهم عبر المواقع.

12- ما هي أساليب وأدوات الاتصال التي تستخدمها للتواصل مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

إن المحادثة الكتابية من أكثر أساليب وأدوات الاتصال التي يستخدمها الطلبة الجامعيين في التواصل مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (90%)، ثم يأتي الاتصال عن طريق الدردشة والتعليقات بنسبة (56%)، ثم الاتصال بالصوت والصورة (33%)، يليها إرسال الرسائل السريعة (12,3%)، يليها الاتصال بالصوت فقط (22%)، وأخيراً الاتصال بالصورة فقط (03%)، مما يتطلب من الطلبة الجامعيين الاهتمام بتطوير مهاراتهم وقدراتهم على استخدام الوسائط المتعددة للاتصال لما تتميز به من قدرة على جذب الانتباه وتوصيل الرسالة بكفاءة أبعادها بأسلوب حيوي وشيق وحقيقي.

13- ما هي أكثر الوسائط المتعددة (multimédia) التي تتفاعل معها في مواقع التواصل الاجتماعي؟

منذ ظهور خدمة الدردشة Chat على شبكة الانترنت ألف المستخدمون استعمالها في الاتصال والتواصل من خلال التعليقات المكتوبة والرسائل النصية، وهي نفس الخدمة التي توفرها مواقع التواصل لمستخدميها، حيث أن نسبة (84%) من الطلبة الجامعيين يستعملون التعليق المكتوب commentaire باعتباره أكثر الوسائط المتعددة التي يتفاعلون معها في مواقع التواصل الاجتماعي، في حين تعتبر نسبة (45%) الصورة photo هي أكثر الوسائط تفاعلاً، ثم تأتي نسبة (23%) من الطلبة الذين يتفاعلون عن طريق الفيديو video، ونسبة (19%) تعتبر أن 2D/3D رسوم متحركة هي أكثر الوسائط المتعددة التي تتفاعل معها في الشبكات الإلكترونية الاجتماعية، وأخيراً نسبة (9%) تتفاعل بالصوت audio، أو المكالمات الصوتية هذه الخدمة التي توفرها بعض البرامج كبرنامج السكايب.

* بالنسبة لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير نمط العلاقات الاجتماعية لدى الطلبة

الجامعيين:

14- كيف تقيم كطالب جامعي علاقاتك الاجتماعية الراهنة في ظل انتشار الشبكات؟

يقيم أفراد العينة علاقاتهم الاجتماعية الراهنة والواقعية في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي بالجيدة وبنسبة (45%)، في حين نسبة (31%) علاقاتهم بالحسنة، أما نسبة (17%) فعلاقاتهم متوسطة، لكن نسبة (7%) ليست لديهم علاقات. ومن خلال النتائج السابقة واختلاف نسب الطلبة في تقييمهم لعلاقات الاجتماعية الراهنة في ظل انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هذه مرهونا حسب تقديرنا بدرجة استخدام هذه المواقع والتعلق بها، ولقد أثبتت العديد من الدراسات التي أجريت على طلبة الجامعات أن استخدام الإنترنت المتزايد، يؤثر وبشكل كبير على مستوى الاتصال والمشاركة مع أفراد الأسرة داخل المنزل، ويقلل من مقدار التواصل الاجتماعي في المحيط الذي ينتمون له، وأن الجلوس أمام الأجهزة التكنولوجية لساعات طويلة يؤدي إلى حالات من الاكتئاب والوحدة الاجتماعية، ومن هنا وإذا وصل المستخدم إلى حالة الإدمان على استخدام الإنترنت فإن هذا سوف يؤدي إلى فقدان السيطرة على النفس، وإهمال الوضع الشخصي، وضعف العلاقات والتواصل في المحيط الاجتماعي.¹

15- ما هو مستوى علاقاتك الافتراضية (علاقتك مع مستخدمين افتراضيين ولا تعرفهم في الواقع)؟

أوضحت نتائج الدراسة أن أعلى نسبة قدرت ب (36%) من أفراد العينة يرون أن مستوى علاقاتهم الافتراضية متوسط، تليها نسبة (26%) للطلبة الجامعيين الذين يرون أن مستوى علاقاتهم جيد، وأخيراً نسبة أفراد العينة الذين قيموا مستوى علاقاتهم الافتراضية مع أشخاص لا يعرفونهم في الواقع بالمستوى غير الموجود والضعيف قدرت نسبتهم ب (19%).

ومن خلال هذه البيانات يتضح لنا أن أفراد العينة يتباين مستوى علاقاتهم الافتراضية التي تربطهم مع أصدقاء لا يعرفونهم في الواقع، وهذا يرجع إلى هدفهم الأساسي من استخدام هذه المواقع، وفي هذا الشأن يرى كل من "ميتشل" و"ولاك" Mitchell, Walak في الدراسة التي أجريتها حول الأفراد الذين يلتقون مع نظرائهم الذين يتصلون بهم عبر الانترنت،

¹ - فايز المجالي: استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية، مجلة المنارة، المجلد 13، العدد 7، عمان، الأردن، 2007م، ص ص: 169-170.

ولا يعرفونهم من قبل، وذلك على عينة من الشباب الجامعي، "أن معظم أفراد العينة أشاروا أنهم لا يكونون على طبيعتهم ويكونون شديدي الحذر أثناء الكلام، وقد يميلون إلى الكذب لأنهم يريدون سمات غير حقيقية عنهم أثناء التواصل مع الآخرين عبر الانترنت"¹.

16- أي العلاقات الاجتماعية تفضل أكثر الواقعية أم الافتراضية أم الاثنين معا؟

بينت النتائج أن نسبة معتبرة من أفراد العينة تقدر بـ (67%) يفضلون العلاقات الاجتماعية الواقعية والحقيقية المباشرة، في حين يفضل (24%) من الطلبة الجامعيين الاثنين معا، وهناك من الطلبة الذين يفضلون العلاقات الافتراضية وبنسبة (9%)، ومن هنا فقد ينعكس التفاعل الاجتماعي الافتراضي للطلبة الجامعيين عن انسحابهم من التفاعل ضمن العلاقات الاجتماعية الحقيقية وتعويضها بعلاقات افتراضية، مما قد يجعل المستخدم يحس بفرغ اجتماعي وعاطفي بانتمائه إلى جماعات افتراضية أكثر من إحساسه بالانتماء إلى جماعات حقيقية، كزملاء الدراسة مثلا.

ورغم أن هناك بعضا من الميول لدى أفراد العينة للعلاقات الافتراضية لنجاحها في إيجاد نوع من الحميمية إلا أنه يبقى التواصل الحقيقي الواقعي أقوى من الافتراضي، ولهذا فالنسبة الأقل كانت تفضل العلاقات الافتراضية عن الحقيقية، وهذا يرجع إلى أنه لا يمكن أبدا أن يحل النمط الافتراضي للعلاقات الاجتماعية محل النمط الواقعي الحقيقي من ناحية الفورية في الاستجابة الحميمية بين شخصين أو أكثر يتحدثون في غرفة واحدة، فلغة الجسد وملامح الوجه وتلك الإيماءات والإشارات تفهم شفافا أثناء التواصل.

17- إلى ماذا يدفعك إحساسك بحميمية العلاقة مع أصدقائك على مواقع التواصل الاجتماعية؟

أوضحت النتائج أن أكثر من عدد الطلبة الجامعيين الباحثين وبنسبة (62%) عند إحساسهم بحميمية العلاقة مع أصدقائهم على مواقع التواصل الاجتماعي تدفع بهم إلى الرغبة في الالتقاء بهم وجها لوجه، وبنسبة (22%) لفتح المجال للحديث في الأمور الخاصة الشخصية، وبنسبة (16%) لتبادل الاتصالات معهم عن طريق الهاتف.

وهذه النسبة المتوصل إليها في هذه الدراسة قد تزيد مع الزمن فلا يمكن تجاهلها، لأن حرية المواقع مازالت في بدايات تطورها وانتشارها في المجتمع الجزائري عامة، وعند فئة الشباب الجامعي بشكل خاص، ولأن هذه الدراسة لها ما يدعمها أيضا في دراسات عديدة عربية وأجنبية أخرى، كدراسة رايس وزميله لف (Rice and Love) حين تبين لهما في دراستهما عن هذا الموضوع، وجود مشاعر من نوع خاص بين الشباب الذين تعرّفوا على بعضهم من خلال الوسيلة الاتصالية.²

18- هل تشعر أنك متفاعل في علاقاتك الافتراضية أكثر من علاقاتك الحقيقية؟

توضح نتائج الدراسة أن نسبة (81%) من الطلبة الجامعيين الباحثين لا يشعرون أنهم يتفاعلون في علاقاتهم الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من علاقاتهم الحقيقية، وهذه النسبة معتبرة إلى حد كبير، بحكم أن العلاقات الافتراضية في رأيهم علاقات وهمية تافهة في أغلبها، وهي علاقات تنتهي بمجرد غلق الجهاز، في حين أن نسبة أفراد العينة الذين يشعرون بذلك هي

¹ - علماء سلمي عبد الفتاح: مرجع سبق ذكره، ص: 43.

² - V, Rice, R and Love, G: **Electronic Emption Socioemotional Content in a Computer-Mediated Communication Net Work**, 1987, PP: 85-108.

(18%) والذين أكدوا أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدتهم في التعبير وبكل حرية، ورأوا في هذه المواقع فرصةً للتحرر والملاذ للتعبير عن حالاتهم ومواقفهم وآراءهم، والتحدث بكل راحة وحرية عن انشغالهم ومشاكلهم خاصة إذا كانوا مشتركين بغير أسمائهم وصورهم الحقيقية وهي نسبة لا يستهان بها.

19- هل ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت على علاقاتك الحقيقية؟

أقرت النتائج أن نسبة (38%) من الطلبة الجامعيين الذين أثرت مواقع التواصل الاجتماعي عليهم إيجابياً حيث صقلت مهاراتهم في التواصل مع الآخرين، وذلك عن طريق ما توفره هذه المواقع من خدمات وتطبيقات كالفديو وأساليب الدردشة الكتابية أو الصوتية، بالحوار والنقاش في شتى المواضيع والقضايا الراهنة، نتج عنه اكتسابهم خبرات وتجارب جديدة بتواصلهم مع الأساتذة أو الباحثين أو زملاءهم الطلبة من جامعات وطنية أو خارجية أخرى، وكذا مع أشخاص آخرين من تخصصات مختلفة. أما نسبة (36%) من أفراد العينة لم تؤثر عليهم مواقع التواصل الاجتماعي أبداً، حيث أنهم يستعملون هذه المواقع بحكمة ونظام ويعتبرونها وسيلة من وسائل التواصل والاتصال وكسب المعرفة في العصر الحديث لا غير، ونسبة (21%) من الطلبة الجامعيين أثرت عليهم مواقع التواصل الاجتماعي سلباً حيث جعلتهم يقضون وقتاً أطول عليها، وفي الأخير نسبة (5%) جعلتهم انطوائيين ولا يحبون الاختلاط بالآخرين مباشرة وهي لا تقل خطورة عن النسبة السابقة لأفراد العينة، ويجب أن لا يستهان بها خاصة أنها تمس فئة الشباب أكثر الفئات عطاءً ونشاطاً في المجتمع الجزائري أو المجتمعات الأخرى.

20- هل الاتصال والتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي ساعدك في توسيع علاقاتك الاجتماعية؟

بيّنت نتائج الدراسة وبنسبة (54%) أن الاتصال والتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي لم يساعدهم في توسيع علاقاتهم الاجتماعية، أي أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدتهم على تقليص علاقاتهم الاجتماعية وحصرتها في هذا الفضاء الافتراضي، ومنه فقد قلّصت مشاعر الاتصال والتواصل والتفاعل الاجتماعي لديهم، وأدت إلى انفصال وتفكك في علاقاتهم ومشاعرهم الاجتماعية الحقيقية، وإلى زيادة مشاكلهم اليومية بما تحمله من مخاطر وتأثيرات سلبية وجانبية، مثل المخاطر الصحية والاجتماعية والنفسية والسيكولوجية وغيرها.

في حين أن نسبة (46%) من الطلبة الجامعيين أكدوا عكس ذلك، ومن خلال تقارب النسبتين فإن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدتهم على تقليص علاقاتهم الاجتماعية وحصرتها في هذا الفضاء الافتراضي.

ويبرز الطلبة إجاباتهم بأن هذه المواقع صقلت مهاراتهم في فنون التواصل والمعاملة والحوار والنقاش وطرح الأفكار والآراء مع عدة أشخاص والاستفادة من تجاربهم وخبراتهم، ومنه كسب معارف وأفكار جديدة، وهو ما ساعد على بناء شخصية قوية والقضاء على الحياء الزائد والانطواء والخجل والخوف من التكلم والتعبير بكل حرية.

21- كيف تقيم علاقاتك الحقيقية في الواقع بعد استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

ترى نسبة (60%) من أفراد العينة أن علاقاتهم الواقعية في الواقع بقيت على حالها سواء قبل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أو بعده، وأنهم رغم اشتراكهم في العديد من المواقع، وقضائهم وقتاً طويلاً نسبياً في استخدامها إلا أن ذلك لم ينعكس على مستوى علاقاتهم الواقعية بل بقي كما كان.

ومن جهة أخرى فقد تساهم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أو بآخر في توسيع العلاقات الاجتماعية القائمة وفي جعلها أكثر عمقا حتى وإن تعزز اللقاءات المباشرة بين المستخدمين في الواقع، أو على الأقل الحفاظ عليها وتدعيمها، وهذا ما أكدته نسبة (25%) من الطلبة الجامعيين الذين يدركون بأن علاقاتهم زادت عمقا وتوسعا، وبالمقابل سجلنا نسبة (11%) من أفراد العينة الذين أكدوا أن استخدامهم للمواقع جعل مستوى علاقاتهم الواقعية يتراجع، وقد أرجعوا ذلك لعدة أسباب منها الوقت الطويل الذي يقضونه في استخدامها على حساب الوقت المخصص للتواصل والتفاعل الواقعي. في حين لا نغفل أن نسبة (4%) أجابت بأن علاقاتهم الحقيقية في الواقع قد اختفت تماما، هذه النسبة الضئيلة تمثل أولئك الذين اختاروا مواقع التواصل الاجتماعي كمنشآت أساسية عن كل الأنشطة التي يقومون بها في حياتهم اليومية.

22- هل تأثرت علاقتك مع أفراد أسرتك منذ أن اشتركت في الشبكات الإلكترونية الاجتماعية؟

توضح النتائج أن أغلبية الطلبة الجامعيين لم تتأثر علاقاتهم مع أفراد أسرهم منذ أن اشتركوا في مواقع التواصل الاجتماعي وبنسبة (86%)، وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها الباحثة عطوي مليكة في دراستها حول: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي، والتي أكدت أن ما نسبته (73,2%) أن علاقاتهم مع أسرهم بعد استخدام الفايبروك جيدة بينما يرى ما نسبته (24,3%) أنهم أصبحوا قليلو التواصل مع أفراد أسرهم بعد استخدامهم للفايبروك¹.

أما الذين تأثرت علاقاتهم مع أفراد أسرهم فقدت نسبتهم ب (14%)، وهذه النسبة لا يمكن أن يستهان بها أو تجاهلها، لأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي سريع الانتشار والتداول، وكذا تزايد نسبة التأثير مع مرور الوقت والتعود أكثر على الانتماء إلى هذا الفضاء الافتراضي. ويمكننا هنا أن نفسر تأثر علاقة هؤلاء مع أفراد عائلاتهم ببعض الأسباب منها:

✓ العلاقات الاجتماعية الضعيفة والمحبطة القائمة بين الفرد وأفراد أسرته تجعله يكتف من استخدام الشبكات الإلكترونية الاجتماعية للهروب من الواقع، وللتعويض عن فقدانه للتفاعل الأسري في الواقع.

✓ كذلك حصول كل فرد من أفراد الأسرة الواحدة على جهاز إلكتروني خاص به سواء كان هاتف نقال أو كمبيوتر محمول أو لوح إلكتروني وتزويده بشبكة الانترنت، وجلوسه لساعات طويلة في استخدامها، يؤثر بشكل أو بآخر على تفاعله الاجتماعي مع أفراد أسرته، وهي من الأمور التي يتفق عليها معظم الباحثين فوجود وسائل اتصال متعددة في المنزل يؤثر بالضرورة على نمط العلاقات الاجتماعية بين أفرادها، فوسائل الاتصال يمكن أن تخلق نمطين من الانفصال أو التباعد، وهما:²

1- الانفصال المادي أو المكاني: وهو الانفصال الذي ينشأ للتباعد المكاني داخل المنزل، مثل وجود حجرة مخصصة لكل فرد بجميع وسائل الاتصال المتنوعة، وتعرض الفرد لكل وسيلة اتصال بمفرده.

¹ - عطوي مليكة وعبد الجليل حسناوي: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي، الملتقى الدولي الثاني حول: المجالات الاجتماعية التقليدية والحديثة وإنتاج الهوية الفردية والجماعية في المجتمع الجزائري، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 27/26 نوفمبر 2014م، ص: 294، متوفرة على الشبكة، تم استرجاعها بتاريخ: 2017/04/10، متاح على الرابط:

<https://manifest.univ-ouargla.dz/documents/FScienceHumains/26-27-11.../proceeding>

² - علياء سامي عبد الفتاح: مرجع سبق ذكره، ص ص: 75-76.

2- الانفصال الذهني: وهو الانفصال الذي ينشأ بين أفراد الأسرة بالرغم من تواجدهم في مكان واحد من أجل استخدام وسيلة اتصال محددة، فبالرغم من تواجد هؤلاء الأفراد معاً في مكان واحد، فمع ذلك قد لا يشعر كل طرف بوجود الطرف الآخر، وهذا يرتبط بدرجة تركيز الفرد مع الوسيلة كما يشير كل من "فريسن" و"كجروتز" (Frissen, Kegrowits).

23- تحس بالانتماء الاجتماعي مع أصدقائك بالشبكات أكثر من الأسرة والأقارب:

يتبين لنا من خلال النتائج أن نسبة (83%) من الطلبة الجامعيين لا يحسّون بالانتماء الاجتماعي مع أصدقائهم بمواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الأسرة والأقارب، وأن نسبة (17%) يحسّون بهذا الانتماء الاجتماعي، وهذا راجع ربما إلى طبيعة المرحلة العمرية للشباب الجامعي، وما تتصف به من خصائص ومميزات تميزها عن باقي الفئات العمرية الأخرى، ومنه فالطالب الجامعي بحاجة ماسة إلى القبول والتقبل من الطرف الآخر في الوسط الاجتماعي والاحتكاك بأصدقاء يعرفهم من قبل أو جدد حتى وإن كانوا في مجتمع افتراضي، وذلك لتحقيق الانتماء الاجتماعي، وهذا ما جعل المستخدم يفضل التواصل وبناء علاقات اجتماعية داخل بيئة افتراضية.

24- أيهما تفضل الجلوس مع الأهل والاختلاط بالناس في الواقع أم قضاء وقت الفراغ على مواقع التواصل الاجتماعي؟

يتضح من خلال نتائج الدراسة أن نسبة (50%) من أفراد العينة يستطيعون أن يوازنوا بين قضاء الوقت على مواقع التواصل الاجتماعي وقضاء الوقت مع الناس في الواقع، وهي نسبة قريبة نوعاً ما من نسبة الطلبة الجامعيين الذين يفضلون الاختلاط بالناس في الواقع عن الجلوس على مواقع التواصل الاجتماعي والمقدرة بـ (40%)، أما نسبة (10%) من المبحوثين يفضلون المواقع عن الاحتكاك في الواقع، وهم الطلبة الجامعيون الذين يجلسون لساعات طويلة في استخدام هذه المواقع، في أي وقت ومن أي مكان، فهم وصلوا إلى حد الإدمان، واندمجوا بشكل كليّ في الفضاء الافتراضي الإلكتروني الذي أستطاع أن يقضي على فضائهم الاجتماعي الحقيقي، كما لاحظناه في النتائج السابقة.

25- هل تشعر أنك تستخدمك للمواقع بالابتعاد والعزلة عن محيطك الاجتماعي الواقعي؟

يتضح من النتائج أن نسبة الطلبة الذين لا يشعرون باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي بالابتعاد والعزلة عن محيطهم الاجتماعي الواقعي هي (82%)، وبممكننا أن نرجع السبب في ذلك إلى أن هؤلاء يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي بعقلانية، واعتبارها وسيلة من وسائل الاتصال لا تؤثر على محيطهم الاجتماعي لأن استخدامها هو نشاط عادي من النشاطات اليومية التي يقومون بها، وقد تعتبر هذه قناعة من قناعاتهم، فحين نجد نسبة (18%) من الطلبة الجامعيين يشعرون بالعزلة والابتعاد عن محيطهم الواقعي، وهي نسبة لا يمكن تجاهلها أو الاستهانة بها، وما هو ملاحظ أن يكون هؤلاء قد وصلوا إلى مرحلة الإدمان على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال قضاء وقت طويل في استخدامها أكثر من الوقت الذي يقضونه مع الأصدقاء وأفراد الأسرة في علاقاتهم الواقعية، وهو ما ينتج عنه الانسحاب التدريجي من التفاعل الواقعي الحقيقي إلى التفاعل الإلكتروني الافتراضي، كما قد يرجع السبب في ذلك إلى ما توفره مواقع التواصل الاجتماعي من خدمات وتطبيقات

وبرامج مسلية والمتعة والترفيه والترويح عن النفس بعد قضاء يوم شاق ومتعب في الدراسة والجامعة، فيكون الهروب إليها بمثابة توفير للراحة الجسدية والنفسية والفكرية لهم.

26- بماذا يشعر غيابك عن مواقع التواصل الاجتماعي لفترة؟

أعرب ما نسبته (45%) من أفراد العينة بأنهم يشعرون بالفراغ في حال غيابهم عن مواقع التواصل الاجتماعي لفترة معينة، وهذا مؤشر عن وقوع العديد من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ضحايا الإدمان الذي يجعل المستخدم يحس بأنه يفتقد شيئاً ما في حال عدم دخوله للمواقع، مقابل نسبة (42%) لا يشعرون بشيء، أما النسبة التي تقدر بـ (13%) فهم أفراد العينة الذين يشعرون بالقلق والاضطراب عند غيابهم عن مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يبين أيضاً أعراض الإدمان على استخدام المواقع الذي يجعل الشخص كلما استخدمها أكثر كلما أحس بالرضا والارتياح والسعادة.

خاتمة:

بينت نتائج الدراسة أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث ساعات خلال كل أيام الأسبوع، خاصة في الفترة الليلية وذلك باستعمال الهاتف النقال، وكل مستخدم يكون بمفرده يحرر في عالم افتراضي واسع وحر لا قيود ولا حدود فيه.

نتائج الدراسة أكدت أيضاً أن معظم مستخدمي المواقع يقيموا علاقاتهم الاجتماعية الراهنة والواقعية في ضل انتشار الشبكات الإلكترونية الاجتماعية بالجيدة، وهذا يؤكد عدم تأثير هذه الأخيرة على تفاعلهم مع الطلبة والأصدقاء.

كما بينت النتائج أن أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لا يشعرون باستخدامهم لها بالابتعاد والعزلة عن محيطهم الاجتماعي الواقعي، وأنهم يشعرون بالفراغ في حال غيابهم عن مواقع التواصل الاجتماعي لفترة معينة.

وفي الأخير فقد سمحت نتائج هذه الدراسة بالوقوف على "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري" الطلبة الجامعيين كعينة بحثية، من خلال الانتقال التدريجي للتفاعل الاجتماعي الحقيقي في ضل العلاقات الاجتماعية الواقعية إلى نمط التفاعل الاجتماعي الإلكتروني في ضل العلاقات الاجتماعية الافتراضية داخل فضاء افتراضي ليس له حدود زمنية ولا مكانية، ويوفر فضاءً واسعاً لحرية التعبير وإبداء الآراء والتعبير عن الانشغالات، والأفكار وتبادل المعلومات والأخبار، والتسلية والترفيه ... الخ.

غير أن هذه النتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة الميدانية تحتاج إلى مزيد من البحث والتحليل لفهم أكثر العلاقة بين المستخدمين من فئة الطلبة بشكل خاص وفئة الشباب بشكل عام، وبين مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى تأثير هذه الأخيرة على مختلف جوانب حياتهم، خاصة مع تفاقم وزيادة نسبة ودرجة استخدامهم لها وارتباطهم بها يوماً بعد يوم.

قائمة المراجع

✓ المراجع العربية:

- 1) أشرف جلال حسن: أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقبطية، المؤتمر العلمي السنوي الخامس عشر "الإعلام والأسرة وتحديات العصر"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2009م.
- 2) إبراهيم عثمان: مقدمة علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004م.
- 3) إبراهيم مبارك الجوير: الشباب وقضايا المعاصرة، مكتبة العبيكان، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1994م.
- 4) السعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006م.
- 5) الصادق الحمامي: كيف نفكر في مواقع الشبكات الاجتماعية؟ إحدى عشرة مسألة أساسية؟ مجلة أكاديميا، جامعة منوبة، تونس، عدد شهر ماي 2012م.
- 6) المنجد الإعدادي: ط1، دار المشرق، لبنان، 1980م.
- 7) جبران مسعود: الرائد معجم القبائلي في اللغة والإعلام، ط3، دار العلم للملايين الإلكترونية، 2005م.
- 8) حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2001م.
- 9) حنان أحمد سليم: التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية وعلاقته بالهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي، مجلة المصرية لبحوث الإعلام - العدد الخامس والعشرون - يوليو /ديسمبر 2005.
- 10) حمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2000م.
- 11) زرزاجي زويبر: مشاهدة طلبة جيجل الفضائيات العربية الدينية، دراسة ميدانية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر، 2008-2009م.
- 12) سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، النظرية والتطبيق، دار المعارف الجامعية، مصر، 1998م.
- 13) سعاد جبر سعيد: سيكولوجية الاتصال الجماهيري، ط1، عالم الكتاب الحديث، عمان، الأردن، 2007م.
- 14) عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، الأردن، 2008م، ص: 218.
- 15) عزى عبد الرحمان: أثر الوسائل السمعية البصرية على نظام القيم وأنماط الاستهلاك في المجتمع الريفي، مجلة البحوث، العدد1، جامعة الجزائر، 1922-1993م.
- 16) عطوي مليكة وعبد الجليل حسناوي: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي، الملتقى الدولي الثاني حول: المجالات الاجتماعية التقليدية الحديثة وإنتاج الهوية الفردية والجماعية في المجتمع الجزائري، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 27/26 نوفمبر 2014م، متوفرة على الشبكة، تم

استرجاعها بتاريخ: 2017/04/10، متاح على الرابط: <https://manifest.univ-ouargla.dz/documents/FScienceHumains/26-27-11.../proceding>

- 17) علياء سامي عبد الفتاح: الانترنت والشباب دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي، ط2، دار العالم العربي، القاهرة، مصر، 2011م.
- 18) فايز المجالي: استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية، مجلة المنارة، المجلد 13، العدد 7، عمان، الأردن، 2007م.
- 19) مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، الأردن، 2000م.
- 20) نصير بوعلي: التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر - دراسة ميدانية - دار الهدى، الجزائر، 2005م، ص: 10.
- 21) نومار مرين ناريمان: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية: دراسة عينة من مستخدمي الفاييسبوك في الجزائر، رسالة الماجستير، قسم العلوم الاجتماعية، علوم الإعلام والاتصال، الجامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2012م.
- ✓ المراجع الأجنبية:

- 1) Bernard lamizet :,Dictionnaire Encyclopédique de Sciences de l'information et de Communication, -ellipses -France, 1997.
- 2) C. Mc swete, The challenge of social networks, Administrative theory and praxis, vol 13, issue 1, march 2009.
- 3) David Wolton, Les réseaux sociaux, édition Flammarion, Paris, France, 2010.
- 4) Ray Eldon, Sheila Gibbon, Social networks, Us Cambridge University Press, USA, 2009.
- 5) V, Rice, R and Love,G: Electronic Emption Socioemotional Content in a Computer- Mediated Communication Net Work, 1987.