

قسم العلوم الاجتماعية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتغير الروابط الاجتماعية
دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفايسبوك بمدينة الوادي (الجزائر)

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه (ل م د) في علم اجتماع الاتصال

إشراف الدكتور:

إبراهيم الذهبي

إعداد الطالب:

نورالدين بريك

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	مؤسسة الانتماء	الصفة
شوقي قدارة	أستاذ التعليم العالي	جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي	رئيسا
ابراهيم الذهبي	أستاذ محاضر -أ-	جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي	مشرفا ومقررا
بلال بوترة	أستاذ التعليم العالي	جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي	مشرفا مساعدا
كريمة محمدي	أستاذ محاضر -أ-	جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي	ممتحنا
ربيحة نبار	أستاذ محاضر -أ-	جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي	ممتحنا
ابراهيم يحيوي	أستاذ محاضر -أ-	جامعة محمد لمين دباغين سطيف -2-	ممتحنا
ايناس بوسحلة	أستاذ محاضر -أ-	جامعة قاصدي مرياح -ورقلة.	ممتحنا

السنة الجامعية: 2023-2024م

شكر وتقدير

يقول المولى عز وجل في محكم تنزيله

"وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ ..."

أحمد المولى عز وجل حمدا يوافي نعمه ويكافئ مزيده على كل توفيقه

كما لا يسعني في هذه العجالة إلا أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من الأستاذين

"إبراهيم الذهبي" و "بلال بوترعه"

على توجيهاتهما القيمة وآرائهما السديدة التي أفاداني بها وتشجيعهما المتواصل

كما أتوجه بجزيل الشكر ووافر الامتنان إلى أعضاء لجنة التحكيم الموقرة

الذين خصصوا جزءاً من وقتهم الثمين لقراءة هذه الأطروحة المتواضعة

وتقديمهم النصائح والملاحظات التي ستكون بلا شك تتممة لهذا البحث العلمي

كما لا أنسى عمادة كلية العلوم الاجتماعية وأعضاء هيئة التدريس

وخالص الشكر والتقدير لكل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل

إلى كل هؤلاء لكم خالص الشكر والتقدير والعرفان

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على خاتم

الأنبياء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى من سهرت وتحملت وربت

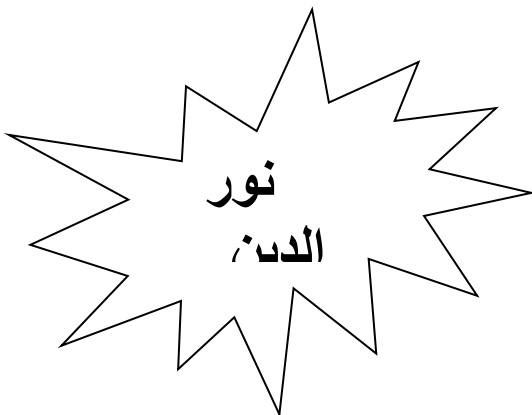
إلى أمي الغالية أطال الله في عمرها.

و إلى من شقي و تعب أبي العزيز حفظه الله ورعاه.

إلى إخوتي وأخواتي وزوجتي وأبنائي.

وإلى كل الأصدقاء والزملاء .

وإلى كل من يعرفني و يكن لي المحبة و الاحترام.



فهرس الموضوعات

شكر وتقدير	-----
إهداء	-----
فهرس الموضوعات	-----
فهرس الجداول	-----
فهرس الأشكال	-----
مقدمة	-----

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

تمهيد:	-----	5
1- الإشكالية:	-----	5
2- أسباب اختيار الموضوع :	-----	7
1-2- الأسباب الذاتية:	-----	7
2-2- الأسباب الموضوعية:	-----	7
3- أهداف الدراسة:	-----	8
4- تحديد مفاهيم الدراسة:	-----	8
1-4- شبكات التواصل الاجتماعي:	-----	8
2-4- الرباط الاجتماعي:	-----	10
3-4- العلاقة الاجتماعية:	-----	10
4-4- الفيسبوك: (بالإنجليزية: Facebook)	-----	11
5-4- التعاريف الإجرائية:	-----	11
5-5- الدراسات السابقة (المشابهة):	-----	12
1-5- الدراسات العربية:	-----	13
2-5- الدراسات المحلية:	-----	18
3-5- التعقيب على الدراسات السابقة:	-----	24
4-5- جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:	-----	25
6- المقاربة النظرية للدراسة:	-----	25
1-6- التفاعلية الرمزية Symbolic Interactionism:	-----	26
2-6- نظرية الاستخدامات والإشباع:	-----	30
خلاصة الفصل	-----	36

الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"

- 38----- تمهيد:
- 39----- أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي
- 39----- 1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:
- 40----- 2- نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي:
- 43----- 3- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:
- 43----- 4- أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:
- 49----- 5- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:
- 51----- ثانياً: موقع فايسبوك-----
- 51----- 1- تعريف موقع فايسبوك:
- 52----- 2- نشأة وتطور موقع فايسبوك:
- 57----- 3- خصائص موقع فايسبوك:
- 60----- 4- إيجابيات وسلبيات الفايسبوك:
- 63----- خلاصة الفصل:

الفصل الثالث: العلاقات الاجتماعية بين الواقع والافتراض

- 65----- تمهيد:
- 66----- أولاً: العلاقات الاجتماعية
- 66----- 1- تعريف العلاقات الاجتماعية:
- 67----- 2- أنواع العلاقات الاجتماعية:
- 70----- 3- عوامل تشكل العلاقات الاجتماعية:
- 73----- 4- خصائص العلاقات الاجتماعية:
- 75----- ثانياً: العلاقات الاجتماعية الافتراضية
- 75----- 1- تعريف العلاقات الاجتماعية الافتراضية:
- 76----- 2- مواقع التواصل الاجتماعي وتشكل العلاقات الاجتماعية الافتراضية:
- 80----- 3- الفرق بين العلاقات الاجتماعية الحقيقية ونظيرتها الافتراضية:
- 82----- 4- العلاقات الاجتماعية الافتراضية ومستقبل العلاقات الاجتماعية:
- 85----- خلاصة الفصل:

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية وإجراءاتها المنهجية

- 87----- تمهيد:
- 88----- أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة-----

88	1- منهج الدراسة:
89	2- مجالات الدراسة:
90	3- أدوات جمع البيانات:
99	4- مجتمع البحث وعينة الدراسة :
100	5- خصائص العينة:
102	6- الأساليب الإحصائية المستخدمة:
103	ثانيا : الدراسة التطبيقية:
103	1- عرض وتوصيف البيانات المتعلقة بأسئلة الدراسة:
125	1-2- عرض وتوصيف البيانات المتعلقة بأسئلة المحور الثاني:
167	1-3- عرض وتوصيف البيانات المتعلقة بأسئلة المحور الثاني:
214	1-4- عرض وتوصيف البيانات المتعلقة بأسئلة المحور الثالث:
287	1-5- عرض وتوصيف البيانات المتعلقة بأسئلة المحور الثالث:
360	2- مناقشة النتائج:
367	3- النتائج العامة للدراسة:
370	الخاتمة
374	قائمة المصادر والمراجع
380	الملاحق
387	ملخص الدراسة

فهرس الجداول

- الجدول رقم (01): يبين قيمة معامل الارتباط R لكل بند من المحور الأول مع الدرجة الكلية للمحور 93
- الجدول رقم (02): يبين قيمة معامل الارتباط R لكل بند من المحور الثاني مع الدرجة الكلية للمحور 93
- الجدول رقم (03): يبين قيمة معامل الارتباط R لكل بند من المحور الثالث مع الدرجة الكلية للمحور 94
- الجدول رقم (04): يبين قيمة معامل الارتباط R لكل بند من المحور الرابع مع الدرجة الكلية للمحور 95
- الجدول رقم (05): يبين قيمة معامل الارتباط R لكل محور من محاور الاستبيان مع الدرجة الكلية 96
- الجدول رقم (07): يوضح معامل الثبات ألفا كرو نباخ للمحور الأول 97
- الجدول رقم (08): يوضح معامل الثبات ألفا كرو نباخ للمحور الثاني 97
- الجدول رقم (09): يوضح معامل الثبات ألفا كرو نباخ للمحور الثالث 97
- الجدول رقم (10): يوضح معامل الثبات ألفا كرو نباخ للمحور الرابع 98
- الجدول رقم (11): يوضح معامل الثبات ألفا كرو نباخ للاستبيان ككل 98
- الجدول رقم (12): يوضح التكرارات والنسب المئوية لمتغير الجنس 100
- الجدول رقم (13): يوضح التكرارات والنسب المئوية لمتغير السن 101
- الجدول رقم (14): يوضح توزيع ونسب العينة حول مدة استخدام الفايسبوك 103
- الجدول رقم (15): يمثل توزيع أفراد العينة حول مدة استخدام الفايسبوك وفق متغير الجنس 104
- الجدول رقم (16): يمثل توزيع أفراد العينة حول مدة استخدام الفايسبوك وفق متغير السن 105
- الجدول رقم (17): يوضح توزيع ونسبة العينة حول معدل استخدام الفايسبوك في اليوم 106
- الجدول رقم (18): يمثل توزيع أفراد العينة حول معدل استخدام الفايسبوك وفق متغير الجنس 107
- الجدول رقم (19): يمثل توزيع أفراد العينة حول معدل استخدام الفايسبوك في اليوم وفق متغير السن 108
- الجدول رقم (20): يوضح توزيع ونسبة العينة حول وقت تصفح الفايسبوك 109
- الجدول رقم (21): يمثل توزيع أفراد العينة حول وقت تصفح الفايسبوك وفق متغير الجنس 110
- الجدول رقم (22): يمثل توزيع أفراد العينة حول وقت تصفح الفايسبوك وفق متغير السن 111
- الجدول رقم (23): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الوسيلة التي تستخدمها في تصفح الفايسبوك 112
- الجدول رقم (24): يمثل توزيع أفراد العينة حول وسيلة تصفح الفايسبوك وفق متغير الجنس 113
- الجدول رقم (25): يمثل توزيع أفراد العينة حول وسيلة تصفح الفايسبوك وفق متغير السن 114
- الجدول رقم (26): يوضح توزيع ونسبة العينة حول عدد أصدقاء الفايسبوك 115
- الجدول رقم (27): يمثل توزيع أفراد العينة حول عدد أصدقاء الفايسبوك وفق متغير الجنس 116
- الجدول رقم (28): يمثل توزيع أفراد العينة حول عدد أصدقاء الفايسبوك وفق متغير السن 117
- الجدول رقم (29): يوضح توزيع ونسبة العينة حول مكان استخدام الفايسبوك 118
- الجدول رقم (30): يمثل توزيع أفراد العينة حول مكان استخدام الفايسبوك وفق متغير الجنس 119

- الجدول رقم (31): يمثل توزيع أفراد العينة حول مكان استخدام الفايسبوك وفق متغير السن 120
- الجدول رقم (32): يوضح توزيع ونسبة العينة حول مع من تتصفح الفايسبوك 121
- الجدول رقم (33): يمثل توزيع أفراد العينة حول مع من تتصفح الفايسبوك وفق متغير الجنس 122
- الجدول رقم (34): يمثل توزيع أفراد العينة حول مع من تتصفح الفايسبوك وفق متغير السن 123
- الجدول رقم (35): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الصداقة مع أفراد الأسرة 125
- الجدول رقم (36): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة مع الأسرة وفق متغير الجنس 126
- الجدول رقم (37): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة مع الأسرة وفق متغير السن 127
- الجدول رقم (38): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الصداقة مع الأقارب 128
- الجدول رقم (39): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة مع الأقارب وفق متغير الجنس 128
- الجدول رقم (40): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة مع الأقارب وفق متغير السن 129
- الجدول رقم (41): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأسرة 131
- الجدول رقم (42): يمثل توزيع أفراد العينة حول تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأسرة وفق متغير الجنس 132
- الجدول رقم (43): يمثل توزيع أفراد العينة حول تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأسرة وفق متغير السن 133
- الجدول رقم (44): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأقارب 135
- الجدول رقم (45): يمثل توزيع أفراد العينة حول تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأقارب وفق متغير الجنس 136
- الجدول رقم (46): يمثل توزيع أفراد العينة حول تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأقارب وفق متغير السن 137
- الجدول رقم (47): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تصفح الفايسبوك أكثر من الجلوس مع أفراد الأسرة 138
- الجدول رقم (48): يمثل توزيع أفراد العينة حول تصفح الفايسبوك أكثر من الجلوس مع أفراد الأسرة وفق متغير الجنس 139
- الجدول رقم (49): يمثل توزيع أفراد العينة حول تصفح الفايسبوك أكثر من الجلوس مع أفراد الأسرة وفق متغير السن 141
- الجدول رقم (50): يوضح توزيع ونسبة العينة حول شكوة أفراد الأسرة من تصفح الفايسبوك بدل الجلوس معهم 142
- الجدول رقم (51): يمثل توزيع أفراد العينة حول شكوة أفراد الأسرة من تصفح الفايسبوك بدل الجلوس معهم وفق متغير الجنس 143
- الجدول رقم (52): يمثل توزيع أفراد العينة حول شكوة أفراد الأسرة من تصفح الفايسبوك بدل الجلوس معهم وفق متغير السن 144
- الجدول رقم (53): يوضح توزيع ونسبة العينة حول التثاقل في تلبية طلب أحد أفراد الأسرة أثناء تصفح الفايسبوك 146
- الجدول رقم (54): يمثل توزيع أفراد العينة حول التثاقل في تلبية طلب أحد أفراد أسرته أثناء تصفح الفايسبوك وفق متغير الجنس 147

- الجدول رقم (55): يمثل توزيع أفراد العينة حول التناقل في تلبية طلب أحد أفراد الأسرة أثناء تصفح الفايسبوك وفق متغير السن 148
- الجدول رقم (56): يوضح توزيع ونسبة العينة حول قلت التفاعل مع أسرتك منذ بدأ استخدام الفايسبوك ... 149
- الجدول رقم (57): يمثل توزيع أفراد العينة حول قلّة التفاعل مع أسرهم منذ بدء استخدام الفايسبوك وفق متغير الجنس 150
- الجدول رقم (58): يمثل توزيع أفراد العينة حول قلت التفاعل مع أسرتك منذ بدأ استخدام الفايسبوك وفق متغير السن 151
- الجدول رقم (59): يوضح توزيع ونسبة العينة حول التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة..... 153
- الجدول رقم (60): يمثل توزيع أفراد العينة حول التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة وفق متغير الجنس 154
- الجدول رقم (61): يمثل توزيع أفراد العينة حول التواصل مع الأقارب عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة وفق متغير السن 155
- الجدول رقم (62): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الاكتفاء بإرسال التهاني عبر الفايسبوك للأقارب في المناسبات بدل الذهاب إليهم 157
- الجدول رقم (63): يمثل توزيع أفراد العينة حول الاكتفاء بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربك في المناسبات بدل الذهاب إليهم وفق متغير الجنس 158
- الجدول رقم (64): يمثل توزيع أفراد العينة حول الاكتفاء بإرسال التهاني عبر الفايسبوك للأقارب في المناسبات بدل الذهاب إليهم وفق متغير السن 159
- الجدول رقم (65): يوضح توزيع ونسبة العينة حول نقص الزيارة للأقارب بعد استخدام الفايسبوك 161
- الجدول رقم (66): يمثل توزيع أفراد العينة حول نقص الزيارة للأقارب بعد استخدام الفايسبوك وفق متغير الجنس 162
- الجدول رقم (67): يمثل توزيع أفراد العينة حول نقص الزيارة للأقارب بعد استخدام الفايسبوك وفق متغير السن 163
- الجدول رقم (68): يوضح توزيع ونسبة العينة حول توطيد العلاقة أكثر مع الأقارب بعد التواصل معهم عبر الفايسبوك 164
- الجدول رقم (69): يمثل توزيع أفراد العينة حول توطيد العلاقة أكثر مع الأقارب الذين يتواصلون معهم عبر الفايسبوك وفق متغير الجنس 165
- الجدول رقم (70): يمثل توزيع أفراد العينة حول توطيد العلاقة أكثر مع الأقارب الذين يتواصلون معهم عبر الفايسبوك وفق متغير السن 166
- الجدول رقم (71): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع الأصدقاء في الواقع 167
- الجدول رقم (72): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع الأصدقاء في الواقع وفق متغير الجنس 168

- الجدول رقم (73): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع الأصدقاء في الواقع وفق متغير السن 169
- الجدول رقم (74): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع الجيران 171
- الجدول رقم (75): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع الجيران وفق متغير الجنس 172
- الجدول رقم (76): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع الجيران وفق متغير السن 173
- الجدول رقم (77): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان الوقت الذي يقضونه بالفايسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه 174
- الجدول رقم (78): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان الوقت الذي يقضونه بالفايسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه وفق متغير الجنس 175
- الجدول رقم (79): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان الوقت الذي يقضونه بالفايسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه وفق متغير السن 177
- الجدول رقم (80): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تسهيل الفايسبوك الاطلاع على أحوال الجيران 178
- الجدول رقم (81): يمثل توزيع أفراد العينة حول تسهيل الفايسبوك الاطلاع على أحوال الجيران وفق متغير الجنس 180
- الجدول رقم (82): يمثل توزيع أفراد العينة حول تسهيل الفايسبوك الاطلاع على أحوال الجيران وفق متغير السن 181
- الجدول رقم (83): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تسهيل الفايسبوك الاطلاع على أحوال الأصدقاء وما استجد عندهم 183
- الجدول رقم (84): يمثل توزيع أفراد العينة حول تسهيل الفايسبوك الاطلاع على أحوال الأصدقاء وما استجد عندهم وفق متغير الجنس 184
- الجدول رقم (85): يمثل توزيع أفراد العينة حول تسهيل الفايسبوك الاطلاع على أحوال الأصدقاء وما استجد عندهم وفق متغير السن 185
- الجدول رقم (87): يمثل توزيع أفراد العينة حول تفضيل تفقد أحوال الأصدقاء (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت وفق متغير الجنس 188
- الجدول رقم (88): يمثل توزيع أفراد العينة حول تفضيل تفقد أحوال الأصدقاء (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت وفق متغير السن 189
- الجدول رقم (89): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إرسال التعليقات على المواضيع التي ينشرها الجيران عبر الفايسبوك 191
- الجدول رقم (90): يمثل توزيع أفراد العينة حول إرسال التعليقات على المواضيع التي ينشرها الجيران عبر الفايسبوك وفق متغير الجنس 192
- الجدول رقم (91): يمثل توزيع أفراد العينة حول إرسال التعليقات على المواضيع التي ينشرها الجيران عبر الفايسبوك وفق متغير السن 193

الجدول رقم (92): يوضح توزيع ونسبة العينة حول زيارة الأصدقاء في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم للفايسبوك	195
الجدول رقم (93): يمثل توزيع أفراد العينة حول زيارة الأصدقاء في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم للفايسبوك وفق متغير الجنس	195
الجدول رقم (94): يمثل توزيع أفراد العينة حول زيارة الأصدقاء في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم للفايسبوك وفق متغير السن	197
الجدول رقم (95): يوضح توزيع ونسبة العينة حول العلاقة مع الأصدقاء بعد استخدام الفاييسبوك.....	198
الجدول رقم (96): يمثل توزيع أفراد العينة حول العلاقة مع الأصدقاء بعد استخدام الفاييسبوك وفق متغير الجنس	199
الجدول رقم (97): يمثل توزيع أفراد العينة حول العلاقة مع الأصدقاء بعد استخدام الفاييسبوك وفق متغير السن	200
الجدول رقم (98): يوضح توزيع ونسبة العينة حول العلاقة مع الجيران بعد استخدام الفاييسبوك	202
الجدول رقم (99): يمثل توزيع أفراد العينة حول العلاقة مع الجيران بعد استخدام الفاييسبوك وفق متغير الجنس	203
الجدول رقم (100): يمثل توزيع أفراد العينة حول العلاقة مع الجيران بعد استخدام الفاييسبوك وفق متغير السن	204
الجدول رقم (101): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع الأصدقاء بدل العلاقات عبر الفاييسبوك.....	205
الجدول رقم (102): يمثل توزيع أفراد العينة حول تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدفائك بدل العلاقات عبر الفاييسبوك وفق متغير الجنس	206
الجدول رقم (103): يمثل توزيع أفراد العينة حول تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع الأصدقاء بدل العلاقات عبر الفاييسبوك وفق متغير السن	208
الجدول رقم (104): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانك بدل العلاقات عبر الفاييسبوك.....	209
الجدول رقم (105): يمثل توزيع أفراد العينة حول تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع الجيران بدل العلاقات عبر الفاييسبوك وفق متغير الجنس	210
الجدول رقم (106): يمثل توزيع أفراد العينة حول تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع الجيران بدل العلاقات عبر الفاييسبوك وفق متغير السن	212
الجدول رقم (107): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الصداقة عبر الفاييسبوك مع زملاء العمل	214
الجدول رقم (108): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفاييسبوك مع زملاء العمل وفق متغير الجنس	215
الجدول رقم (109): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفاييسبوك مع زملاء العمل وفق متغير السن .	216
الجدول رقم (110): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الصداقة عبر الفاييسبوك مع زملاء الدراسة.....	218
الجدول رقم (111): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفاييسبوك مع زملاء الدراسة وفق متغير الجنس	219
الجدول رقم (112): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفاييسبوك مع زملاء في الدراسة وفق متغير السن	220

- الجدول رقم (113): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تجاهل بعض زملاء العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم
221
- الجدول رقم (114): يمثل توزيع أفراد العينة حول تجاهل بعض الزملاء في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم
وفق متغير الجنس 222
- الجدول رقم (115): يمثل توزيع أفراد العينة حول تجاهل بعض الزملاء في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم
وفق متغير السن 224
- الجدول رقم (116): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب
صداقتهم 225
- الجدول رقم (117): يمثل توزيع أفراد العينة حول تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب
صداقتهم وفق متغير الجنس 226
- الجدول رقم (118): يمثل توزيع أفراد العينة حول تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب
صداقتهم وفق متغير السن 228
- الجدول رقم (119): يوضح توزيع ونسبة العينة حول صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك ... 230
- الجدول رقم (120): يمثل توزيع أفراد العينة حول صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وفق متغير الجنس
..... 230
- الجدول رقم (121): يمثل توزيع أفراد العينة حول صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وفق متغير السن
..... 232
- الجدول رقم (122): يوضح توزيع ونسبة العينة حول صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك .. 233
- الجدول رقم (123): يمثل توزيع أفراد العينة حول صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وفق متغير الجنس
..... 234
- الجدول رقم (124): يمثل توزيع أفراد العينة حول صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وفق متغير السن
..... 235
- الجدول رقم (125): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل
معهم في الواقع 236
- الجدول رقم (126): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل
معهم في الواقع وفق متغير الجنس 237
- الجدول رقم (127): يمثل توزيع أفراد العينة حول التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في
الواقع وفق متغير السن 238
- الجدول رقم (128): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان التفاعل مع الزملاء في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من
التفاعل معهم في الواقع 240

- الجدول رقم (129): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل مع الزملاء في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير الجنس 241
- الجدول رقم (130): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل مع الزملاء في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير السن 242
- الجدول رقم (131): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان قد قرّب الفايسبوك بين زملاء العمل 244
- الجدول رقم (132): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد قرب الفايسبوك بين زملاء العمل وفق متغير الجنس 244
- الجدول رقم (133): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد قرّب الفايسبوك بين الزملاء في العمل وفق متغير السن 245
- الجدول رقم (134): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان قد قرّب الفايسبوك بين الزملاء في الدراسة 247
- الجدول رقم (135): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد قرّب الفايسبوك بين زملاء الدراسة وفق متغير الجنس 247
- الجدول رقم (136): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد قرّب الفايسبوك بين زملاء الدراسة وفق متغير السن 248
- الجدول رقم (137): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان قد أحدث التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل مشاكل وعداوات 249
- الجدول رقم (138): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد أحدث التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل مشاكل وعداوات وفق متغير الجنس 250
- الجدول رقم (139): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن أحدث التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء 10 العمل مشاكل وعداوات وفق متغير السن 252
- الجدول رقم (140): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان قد أحدث التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة مشاكل وعداوات 253
- الجدول رقم (141): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد أحدث التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة مشاكل وعداوات وفق متغير الجنس 254
- الجدول رقم (142): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن أحدث التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة مشاكل وعداوات وفق متغير السن 256
- الجدول رقم (143): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع 257
- الجدول رقم (144): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير الجنس 258
- الجدول رقم (145): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير السن 260

- الجدول رقم (146): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة
من التفاعل معهم في الواقع 261
- الجدول رقم (147): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة
من تفاعلهم معهم في الواقع وفق متغير الجنس..... 262
- الجدول رقم (148): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة
من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير السن 264
- الجدول رقم (149): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع الزملاء في العمل .. 265
- الجدول رقم (150): يوضح العمل وفق متغير الجنس 266
- الجدول رقم (151): يمثل توزيع أفراد العينة حول تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل وفق متغير السن 267
- الجدول رقم (152): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع الزملاء في الدراسة . 268
- الجدول رقم (153): يمثل توزيع أفراد العينة حول تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع الزملاء في الدراسة وفق متغير الجنس
269
- الجدول رقم (154): يمثل توزيع أفراد العينة حول تشكيل مع زملاء في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك وفق متغير السن
270
- الجدول رقم (155): يوضح توزيع ونسبة العينة حول ما إن قد زاد الفايسبوك من توطد العلاقة بزملاء العمل 271
- الجدول رقم (156): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن قد زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء العمل وفق متغير
الجنس 272
- الجدول رقم (157): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن قد زاد الفايسبوك من توطد العلاقة بزملاء العمل وفق متغير السن
273
- الجدول رقم (158): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان قد زاد الفايسبوك من توطد العلاق بين زملاء الدراسة
274
- الجدول رقم (159): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن قد زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة وفق متغير
الجنس 275
- الجدول رقم (160): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن قد زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة وفق متغير
السن 276
- الجدول رقم (161): يوضح توزيع ونسبة العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفايسبوك .. 277
- الجدول رقم (162): يمثل توزيع أفراد العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفايسبوك وفق متغير الجنس
278
- الجدول رقم (163): يمثل توزيع أفراد العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفايسبوك وفق متغير السن
279

- الجدول رقم (164): يوضح توزيع ونسبة العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك 280
- الجدول رقم (165): يمثل توزيع أفراد العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك وفق متغير الجنس
- 281
- الجدول رقم (166): يمثل توزيع أفراد العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك وفق متغير السن
- 282
- الجدول رقم (167): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الشعور بالتذمر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزله 283
- الجدول رقم (168): يمثل توزيع أفراد العينة حول الشعور بالتذمر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزله وفق متغير الجنس
- 284
- الجدول رقم (169): يمثل توزيع أفراد العينة حول الشعور بالتذمر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزله وفق متغير السن
- 285
- الجدول رقم (170): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل 287
- الجدول رقم (171): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل وفق متغير الجنس 288
- الجدول رقم (172): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل وفق متغير السن . 289
- الجدول رقم (173): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة..... 291
- الجدول رقم (174): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة وفق متغير الجنس 292
- الجدول رقم (175): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء في الدراسة وفق متغير السن 293
- الجدول رقم (176): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تجاهل بعض زملاء العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم
- 294
- الجدول رقم (177): يمثل توزيع أفراد العينة حول تجاهل بعض الزملاء في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم وفق متغير الجنس
- 295
- الجدول رقم (178): يمثل توزيع أفراد العينة حول تجاهل بعض الزملاء في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم وفق متغير السن
- 297
- الجدول رقم (179): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم
- 298
- الجدول رقم (180): يمثل توزيع أفراد العينة حول تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم وفق متغير الجنس
- 299
- الجدول رقم (181): يمثل توزيع أفراد العينة حول تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم وفق متغير السن
- 301
- الجدول رقم (182): يوضح توزيع ونسبة العينة حول صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك ... 302

- الجدول رقم (183): يمثل توزيع أفراد العينة حول صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وفق متغير الجنس
303
- الجدول رقم (184): يمثل توزيع أفراد العينة حول صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وفق متغير السن
304
- الجدول رقم (185): يوضح توزيع ونسبة العينة حول صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك ..
305
- الجدول رقم (186): يمثل توزيع أفراد العينة حول صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وفق متغير الجنس
306
- الجدول رقم (187): يمثل توزيع أفراد العينة حول صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وفق متغير السن
307
- الجدول رقم (188): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع
308
- الجدول رقم (189): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير الجنس
309
- الجدول رقم (190): يمثل توزيع أفراد العينة حول التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير السن
311
- الجدول رقم (191): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان التفاعل مع الزملاء في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع
312
- الجدول رقم (192): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل مع الزملاء في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير الجنس
313
- الجدول رقم (193): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل مع الزملاء في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير السن
314
- الجدول رقم (194): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان قد قرّب الفايسبوك بين زملاء العمل
316
- الجدول رقم (195): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد قرب الفايسبوك بين زملاء العمل وفق متغير الجنس
317
- الجدول رقم (196): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد قرّب الفايسبوك بين الزملاء في العمل وفق متغير السن
318
- الجدول رقم (197): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان قد قرّب الفايسبوك بين الزملاء في الدراسة
319
- الجدول رقم (198): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد قرّب الفايسبوك بين زملاء الدراسة وفق متغير الجنس
320
- الجدول رقم (199): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد قرّب الفايسبوك بين زملاء الدراسة وفق متغير السن
321
- الجدول رقم (200): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان قد أحدث التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل مشاكل وعداوات
322

- الجدول رقم (201): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد أحدث التفاعل عبر الفاييسبوك مع زملاء العمل مشاكل
 وعداوات وفق متغير الجنس 323
- الجدول رقم (202): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن أحدث التفاعل عبر الفاييسبوك مع زملاء العمل مشاكل وعداوات
 وفق متغير السن 324
- الجدول رقم (203): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان قد أحدث التفاعل عبر الفاييسبوك مع زملاء الدراسة مشاكل
 وعداوات 326
- الجدول رقم (204): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد أحدث التفاعل عبر الفاييسبوك مع زملاء الدراسة مشاكل
 وعداوات وفق متغير الجنس 327
- الجدول رقم (205): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن أحدث التفاعل عبر الفاييسبوك مع زملاء الدراسة مشاكل
 وعداوات وفق متغير السن 328
- الجدول رقم (206): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان التفاعل عبر الفاييسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة
 من التفاعل معهم في الواقع 330
- الجدول رقم (207): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل عبر الفاييسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من
 التفاعل معهم في الواقع وفق متغير الجنس 331
- الجدول رقم (208): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل عبر الفاييسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من
 التفاعل معهم في الواقع وفق متغير السن 332
- الجدول رقم (209): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان التفاعل عبر الفاييسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة
 من التفاعل معهم في الواقع 334
- الجدول رقم (210): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل عبر الفاييسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة
 من تفاعلك معهم في الواقع وفق متغير الجنس 335
- الجدول رقم (211): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن كان التفاعل عبر الفاييسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة
 من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير السن 336
- الجدول رقم (212): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تشكيل مجموعة عبر الفاييسبوك مع الزملاء في العمل .. 338
- الجدول رقم (213): العمل وفق متغير الجنس 338
- الجدول رقم (214): يمثل توزيع أفراد العينة حول تشكيل مجموعة عبر الفاييسبوك مع زملاء العمل وفق متغير السن 339
- الجدول رقم (215): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تشكيل مجموعة عبر الفاييسبوك مع الزملاء في الدراسة . 341
- الجدول رقم (216): يمثل توزيع أفراد العينة حول تشكيل مجموعة عبر الفاييسبوك مع الزملاء في الدراسة وفق متغير الجنس
 342
- الجدول رقم (217): يمثل توزيع أفراد العينة حول تشكيل مع زملاء في الدراسة مجموعة عبر الفاييسبوك وفق متغير السن
 343

- الجدول رقم (218): يوضح توزيع ونسبة العينة حول ما إن قد زاد الفايسبوك من توطّد علاقتك بزملاء العمل 344
- الجدول رقم (219): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن قد زاد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء العمل وفق متغير الجنس 345
- الجدول رقم (220): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن قد زاد الفايسبوك من توطّد العلاقة بزملاء العمل وفق متغير السن 346
- الجدول رقم (221): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان قد زاد الفايسبوك من توطّد العلاق بين زملاء الدراسة 347
- الجدول رقم (222): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن قد زاد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء الدراسة وفق متغير الجنس 348
- الجدول رقم (223): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن قد زاد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء الدراسة وفق متغير السن 349
- الجدول رقم (224): يوضح توزيع ونسبة العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفايسبوك .. 350
- الجدول رقم (225): يمثل توزيع أفراد العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفايسبوك وفق متغير الجنس 351
- الجدول رقم (226): يمثل توزيع أفراد العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفايسبوك وفق متغير السن 352
- الجدول رقم (227): يوضح توزيع ونسبة العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك 353
- الجدول رقم (228): يمثل توزيع أفراد العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك وفق متغير الجنس 354
- الجدول رقم (229): يمثل توزيع أفراد العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك وفق متغير السن 355
- الجدول رقم (230): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الشعور بالتّدّمّر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزاله 356
- الجدول رقم (231): يمثل توزيع أفراد العينة حول الشعور بالتّدّمّر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزاله وفق متغير الجنس 357
- الجدول رقم (232): يمثل توزيع أفراد العينة حول الشعور بالتّدّمّر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزاله وفق متغير السن 358

فهرس الأشكال

- الشكل 1: نموذج "كاتز" للاستخدامات والإشباعات..... 33
- الشكل (2): يوضح إحصائيات استخدام الفايسبوك من 2008 إلى 2022 55
- الشكل البياني رقم (03): دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب متغير الجنس 100
- الشكل البياني رقم (04): أعمدة بيانية توضح توزيع العينة حسب متغير السن 102

مقدمة

إن عملية التواصل للإنسان داخل محيطه الاجتماعي ضرورة لا بد منها كي يحقق العديد من الأهداف الناتجة عن تجمعه مع بني جنسه فالإنسان اجتماعي بطبعه، ولا تتم عملية التواصل إلا بالتفاعل عن طريق الرموز والمعاني وبالتالي تكوين علاقات وروابط بين أفراد المجتمع لأنها السبيل لبناء مجتمع متكامل، فالعلاقات الاجتماعية التي تنشأ بين أفراد المجتمع من خلال التفاعل الدائم في أداء الأدوار الاجتماعية وإشباع الحاجات المختلفة للأفراد هي ركيزة أساسية وعامل من عوامل تحقيق التكامل والاستقرار الاجتماعي.

وقد بدأ الإنسان تفاعله مع غيره مباشرة ودون وسائط وتتم علاقاته الاجتماعية وجها لوجه على أرض الواقع، لكن وفي العصر الحديث ومع ظهور الثورة التكنولوجية التي اخترعت وسائل جديدة للتفاعل وخاصة مع ظهور شبكة الانترنت وتطورها، والتي كانت بخصائصها العالمية والفورية مهدا لظهور العديد من التطبيقات المختلفة التي ابتكرت أنماطا جديدة للتفاعل بالكتابة والصوت والصورة والتي تجسدت بشكل فعال في شبكات التواصل الاجتماعي، فقد ألغت هذه الشبكات الحدود واختزلت المسافات، وأصبحت الحياة اليومية للفرد من جرائها مليئة بالأحداث والأخبار المستجدة ولزاما عليه مواكبتها وأدمن عليها المجتمع بجميع أطيافه، حتى أصبحت ظاهرة يلاحظها العام والخاص ويشتكىها في بعض الأحيان الآباء والأمهات أو حتى بعض أعيان المجتمع، لأن شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة شبكة فايسبوك امتدت في تأثيرها من العلاقات العامة إلى العلاقات الخاصة، فتأثرت بها العلاقات الأسرية والقريبة والعلاقة بين الجيران وحتى الأصدقاء والزملاء، هاته العلاقات التي تغيرها يؤثر على نمط حياة الفرد داخل محيطه الاجتماعي وبالتالي التغير والتأثير على أنساق المجتمع وكيانه، لأنها أوجدت نمطا جديدا من العلاقات الاجتماعية موازيا للعلاقات الاجتماعية الواقعية وهو العلاقات الافتراضية التي تنشأ جراء استخدام الفرد المتواصل لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الوسائط التكنولوجية المختلفة.

والمجتمع الجزائري ليس بمنأى عن هاته التطورات والتحولت السريعة التي تشهدها تكنولوجيا الاتصال الحديثة، فقد وجد فيها كغيره من المجتمعات سهولة التواصل والتفاعل خاصة عبر منصات شبكات التواصل الاجتماعي التي وفرت له خدمات عديدة ومتنوعة في التواصل مع الآخرين من داخل الوطن وخارجه، ويعتبر موقع "فايسبوك" أبرز مواقع التواصل الاجتماعي وذلك للأعداد الهائلة من المستخدمين المنخرطين فيه مقارنة ببقية المواقع، وهذا

راجع للخصائص التي تمتاز بها تطبيقاته في تقديم الخدمات المختلفة للمتفاعلين لإشباع رغبات وميولات الأفراد كتكوين الصداقات والاطلاع على المستجدات المختلفة وإمكانية المشاركة فيها بصيغة تفاعلية بالصوت والصورة والكتابة وغيرها من الخدمات الشهرية والتسويقية وهي في تزايد مستمر.

ورغم ما يظهر من الإيجابيات التي يحصدها الفرد باستخدامه لموقع فايسبوك بإشباع العديد من حاجياته المختلفة وتوطيد علاقاته الاجتماعية، إلا أنه في الوقت ذاته قد تشكل انعكاسات سلبية على الفرد والمجتمع، وهذا ما يفسر الجدل القائم بين الخبراء والباحثين على مدى التأثير السلبي والإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع فايسبوك بصفة خاصة على مستخدميه ومن حولهم في جميع مناحي الحياة وبالأخص على العلاقات الاجتماعية من حيث تعزيزها وتقويتها أو تدهورها وإضعافها. وهذا ما يستلزم البحث والدراسة للوقوف على آثار هذه الظاهرة الجديدة على مجتمع مدينة الوادي كجزء من المجتمع الجزائري وعلاقتها بمختلف أنظمة المجتمع وأنساقيه، وهنا تم الإحساس بالموضوع وضرورة دراسته من ناحية العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي كوافد جديد أوجد روابط وعلاقات افتراضية، والروابط الاجتماعية على أرض الواقع بالنسبة للمجتمع.

لهذا جاءت هذه الدراسة لتكشف عن بعض أنماط استخدام موقع فايسبوك لدى مستخدميه من مدينة الوادي والبحث في العلاقة بين هذا الاستخدام وتغير الروابط (العلاقات) الاجتماعية والمتمثلة في العلاقات الأسرية والقربانية وعلاقات الجيرة والصداقة وكذا علاقة الزمالة في الدراسة والعمل. وللوصول للأهداف المسطرة لهذه الدراسة اعتمدنا خطة عمل مكونة من مقدمة وأربعة فصول وخاتمة حيث تضمنت الفصول ما يلي:

الفصل الأول: "الإطار العام للدراسة" والذي تم التطرق فيه إلى إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وأسباب اختيار الموضوع وأهميته مع ذكر الأهداف المرجو تحقيقها من إقامة هذه الدراسة، ثم تحديد المفاهيم الأساسية التي تتضمنها متغيرات الدراسة، وبعدها عرض للدراسات السابقة التي تم الاطلاع عليها واستفادت منها الدراسة الحالية في بعض النقاط، وفي نهاية الفصل قدمنا المقاربة النظرية المتبناة لهذه الدراسة.

الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"، وتم تقسيم هذا الفصل إلى عنصرين أساسيين، الأول معنون "شبكات التواصل الاجتماعي" حيث تضمن مفهومها ثم

نشأتها وتطورها، وبعدها ذكر لأهم مواقع التواصل الاجتماعي بشيء من التفصيل، ثم عرّجنا لأهم خصائص شبكات التواصل الاجتماعي. والعنصر الثاني تحت عنوان "موقع فايسبوك"، كما ذكرنا سابقا أن مجتمع بحثنا هم مستخدمي الفايسبوك بمدينة الوادي، لذلك خصّصنا عنصرا بحثيا لموقع فايسبوك شمل تعريفه ثم نشأته وتطوره مع ذكر لأهم خصائص الموقع التي تميزه عن غيره من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وبعدها سردنا بعض إيجابيات وسلبيات الفايسبوك حسب العديد من الدراسات.

الفصل الثالث: "العلاقات الاجتماعية بين الواقع والافتراض"، وهذا الفصل شمل المتغير

الثاني للدراسة وهي العلاقات الاجتماعية والمذكورة في عنوان الدراسة بالروابط الاجتماعية نظرا لثقل التعبير في تكرار كلمة علاقة. وقسم هذا الفصل كذلك إلى عنصرين، العنصر الأول بعنوان العلاقات الاجتماعية أما الثاني فعنوانه العلاقات الاجتماعية الافتراضية، ففي العنصر الأول تم التطرق إلى تعريف العلاقات الاجتماعية وأنواعها ثم أهم عوامل تشكل العلاقات الاجتماعية وأخيرا خصائص العلاقات الاجتماعية، أما في العنصر الثاني البداية دائما بالتعريف للعلاقات الاجتماعية الافتراضية ثم النقطة الثانية بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي وتشكل العلاقات الاجتماعية الافتراضية ثم التطرق إلى الفرق بين العلاقات الاجتماعية الواقعية ونظيرتها الافتراضية، أما النقطة الأخيرة تمت عنونتها بالعلاقات الاجتماعية الافتراضية ومستقبل العلاقات الاجتماعية وهي عبارة عن تقديم نتائج وتوصيات توصلت إليها دراسات سابقة.

الفصل الرابع: "الدراسة الميدانية وإجراءاتها المنهجية"، لقد اشتمل هذا الفصل على

الجانب الميداني من الدراسة حيث احتوى على عنصرين، الأول قدمنا فيه الإجراءات المنهجية للدراسة وفيه تم تقديم المنهج المتبع في الدراسة ومجالها المكاني والزمني، ثم مجتمع البحث وعينة الدراسة، الأدوات المستخدمة لجمع البيانات، مع تحديد للأساليب الإحصائية المطبقة في الدراسة. أما العنصر الثاني فكان للدراسة التطبيقية من حيث عرض وتوصيف للبيانات المتعلقة بأسئلة الدراسة، ثم مناقشة نتائج الدراسة وعرض للنتائج العامة لها، كما تم تقديم جملة من التوصيات على ضوء النتائج المتوصل إليها، وانتهت الدراسة بخاتمة لخصت ما حقق من أهداف الدراسة مع رؤية الباحث واستنتاجاته بعد إتمام الدراسة.

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

تمهيد

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- أسباب اختيار الموضوع
- 3- أهمية الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- تحديد مفاهيم الدراسة
- 6- الدراسات السابقة
- 7- المقاربة النظرية للدراسة

خلاصة الفصل

تمهيد:

يعتبر هذا الفصل مدخلا عاما للدراسة، حيث يحدد الخطوط العريضة ومسار العمل البحثي من خلال توضيح إشكالية البحث بين متغيرات الدراسة، وبالتالي تدقيق النقطة البحثية بطرح التساؤل الرئيس وما يندرج تحته من أسئلة فرعية تبحث في طياتها عن أهم أبعاد الدراسة، كما يوضح هذا الفصل أسباب اختيار هذا الموضوع والأهمية العلمية التي ترجى من وراءه، مع توضيح الأهداف التي يريد الباحث تحقيقها والغاية من إجراء هذه الدراسة، وصولا إلى تحديد المفاهيم وخاصة الإجرائية منها، لأنها تبين صبغة البحث الخاصة والمجال الذي يسير فيه البحث دون التيه بعيدا عن المقاصد والغايات المسطرة للدراسة، وخلال هذا الفصل نقف على مجموعة من الدراسات السابقة والمثابفة لهذه الدراسة، والتي تعتبر القاعدة المساعدة في تصميم هيكل الدراسة الحالية، وذلك بالاستئناس بما قامت به وتسليط الضوء على الجوانب التي أغفلتها، ونختم هذا الفصل بتقديم المداخل النظرية التي تبنها الباحث لمسيرة أهداف الدراسة والارتكاز عليها في تفسير بعض الوقائع والظواهر للخروج بجملته من النتائج بغية تحقيق أهداف الدراسة.

1- الإشكالية:

إن للتطور التكنولوجي الكبير في مجال الإعلام والاتصال وخاصة بعد ظهور شبكة الإنترنت دور كبير في تقارب المجتمعات، حيث أصبح العالم كقرية صغيرة حين صار انتقال المعلومات والأخبار بين بلدان العالم يحدث بسرعة كبيرة وعلى المباشر أيضا. ولقد زاد من الصبغة التفاعلية وانتشارها بين فئات المجتمعات ظهور عديد من التطبيقات على شبكة الإنترنت، عرفت بشبكات التواصل الاجتماعي مثل الفايسبوك واليوتيوب والتويتر وماي سبايس وغيرها، والتي حوت أنماطا مختلفة للتفاعل بالكتابة والصوت والصورة، حيث أوجدت مجتمعات افتراضية تربط بينهم علاقات تفاعلية واسعة الانتشار، وتختزل عاملي الزمان والمكان، فأصبح من أيسر الأمور الاتصال مع أي شخص ومن أي مكان من العالم وفي أي وقت، وتسمح شبكات التواصل الاجتماعي لمستخدميها بنشر وتبادل الأفكار والمعلومات، بمختلف الرموز واللغات وحسب اهتمامات كل مجموعة وبصفة مجانية عدا اشتراكات الإنترنت، هذه الميزات والتسهيلات جعلت المشتركين في شبكات التواصل الاجتماعي يتزايدون وبأعداد

هائلة ويواظبون عليها إلى حد الإدمان خاصة على موقع فايسبوك وهذا ما توصلت إليه العديد من الأبحاث.

والاستخدام المكثف والمتزايد لشبكات التواصل الاجتماعي أدى إلى تكوين مجتمعات افتراضية موازية للمجتمعات الواقعية، وبالتالي إيجاد علاقات وروابط جديدة في هذا العالم الافتراضي، والذي تشمل علاقاته حتى بين أفراد تبعد بينهم مسافات كبيرة، وهنا يجد الفرد نفسه بين روابط واقعية وملموسة مع أسرته ومجتمعه، وروابط افتراضية على شبكات التواصل الاجتماعي قد تتلاشى في أي لحظة، لكن يبقى لها فضاء في حياة الفرد والمجتمع.

ومما لاشك فيه أن العلاقات الاجتماعية الواقعية والمباشرة هي الأهم في حياة المجتمع، وهي الدائمة والأصل في التفاعل بين أطرافه، وعلى أعقابها تتلاحم أنساق المجتمع وتتطور، ولكن بعدما لاحظنا كباحثين على أرض الواقع هذا الإدمان لجميع أطياف المجتمع وخاصة الشباب منهم، الجلوس والانعزال وراء شاشات الحواسيب والهواتف الذكية ولأوقات طويلة خلال اليوم وحتى في جلسات العائلة والأصدقاء، وجدنا أنفسنا أمام ظاهرة اجتماعية تستدعي الاهتمام والدراسة والبحث فيما إذا كان لشبكات التواصل الاجتماعي (موقع فايسبوك) انعكاسات إيجابية أم سلبية على الروابط الاجتماعية الواقعية داخل المجتمع، وبما أن موقع فايسبوك هو الذي نجح في استقطاب عدد هائل من مستخدميه (حسب العديد من الدراسات)، نظرا لخصائصه التفاعلية الواسعة وسهولة المشاركة، وشبه مجانية الاشتراك والإبحار فيه، فقد اخترنا أن تكون الدراسة على عينة من مستخدميه بمدينة الوادي بما أننا من قاطنيها.

وللروابط الاجتماعية أبعاد عدة، لكن عمدنا على اختيار أهمها والمتمثلة في الروابط الأسرية وروابط القرابة وهي التي ينشأ عليها الفرد ويعتبرها نواة مجتمعه، وتليها روابط الجيرة والصدقة ثم روابط الزمالة في الدراسة أو العمل، هاته هي أهم الروابط الاجتماعية التي بقوتها تشتد وتقوى بنية ولحمة المجتمع، وبضعفها تضعف لحمة المجتمع وتطغى فيه الفردانية وتبرز العديد من المشاكل والظواهر الاجتماعية التي تنخر المجتمع. ومن هنا نتطرق إشكالية بحثنا حول علاقة شبكات التواصل الاجتماعي والمتمثلة في "الفايسبوك" بتغيير هاته الروابط الاجتماعية سواء بالإيجاب أو السلب، حيث تمحورت في التساؤل الرئيس الآتي:

ما علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بتغيير الروابط الاجتماعية في مجتمع مدينة

الوادي؟

- وتتدرج تحت هذا التساؤل أسئلة فرعية لتبسيط وتقسيم هذه الدراسة إلى محاور وهي:
- ماهي أهم عادات وأنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" لدى عينة البحث؟
- ما علاقة استخدام موقع التواصل الاجتماعي " فايسبوك بتغير الروابط الأسرية وروابط القرابة لدى عينة البحث؟
- ما علاقة استخدام موقع التواصل الاجتماعي " فايسبوك " بتغير روابط الجيرة والصدقة لدى عينة البحث؟
- ما علاقة استخدام موقع التواصل الاجتماعي " فايسبوك " بتغير روابط الزمالة في الدراسة والعمل لدى عينة البحث ؟

2- أسباب اختيار الموضوع :

2-1- الأسباب الذاتية:

- الرغبة الذاتية في البحث بمواضيع تتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي وآثارها المختلفة.
- الرغبة في معرفة علاقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالروابط الاجتماعية.
- الإدمان المتزايد في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين شرائح المجتمع.

2-2- الأسباب الموضوعية:

- حداثة المواضيع المتعلقة بتكنولوجيا الاتصال الجديدة وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي.
- قلة الدراسات التي تناولت الروابط الاجتماعية وكذا علاقتها بالتواصل عبر الشبكات الاجتماعية.
- طبيعة البحوث الاجتماعية التي تتغير نتائجها بتغير مجتمع البحث أو الظروف المختلفة المحيطة به.
- ضرورة تقصي الباحث السوسيولوجي حول الظواهر الاجتماعية التي يلاحظها وتبقى مبهمة الأسباب مع احتمال آثارها السلبية على الفرد والمجتمع.
- 3- أهمية الدراسة:
- تسليط الضوء على ظاهرة جديدة انتشرت في مجتمعاتنا وهو الاستخدام الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي ومعرفة علاقتها بالروابط والعلاقات الاجتماعية.

- يكتسي الموضوع أهميته من أهمية وضرورة دراسة ظاهرة الإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة بين الشباب والكشف عن جوانبها المختلفة للتشجيع على إيجابياتها والتحذير من سلبياتها.
 - تمهيد الطريق لدراسات أوسع وأعمق حول علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالروابط الاجتماعية لمختلف أنساق المجتمع من خلال النتائج المتوصل إليها والتوصيات التي تخرج بها.
 - تعويدنا كباحثين على تطبيق مناهج وأدوات البحث العلمي للحصول على المعلومات النظرية والوصول إلى النتائج من الدراسة الميدانية.
 - إثراء المكتبة الجامعية بدراسة جديدة تحمل رصيد نظري ونتائج ميدانية حول شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالروابط الاجتماعية في المجتمع.
- 3- أهداف الدراسة:**

" وهي الدوافع التي تكمن من وراء الإعداد ، وبشيء من التحديد ، فلكل بحث هدفه ، ودوافعه وأغراضه التي أعد من أجل تحقيقها فضلا عن الهدف العام لكل البحوث وهو الهدف العلمي". (عناية، ص44)

ويمكن تحديد أهداف الدراسة في النقاط الآتية:

- طرح عرض نظري لشبكات التواصل الاجتماعي من حيث الماهية والأشكال والخصائص وغيرها.
 - معرفة بعض عادات وأنماط استخدام مجتمع البحث لشبكات التواصل الاجتماعي.
 - البحث في مفهوم الروابط الاجتماعية وأنواعها.
 - الكشف عن العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والروابط الاجتماعية في المجتمع.
- 4- تحديد مفاهيم الدراسة:**

4-1- شبكات التواصل الاجتماعي:

" هي منظومة من الشبكات الإلكترونية، التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك" (خليل شقرة، 2014، ص59)

حسب هذا التعريف فإن شبكات التواصل الاجتماعي مكونة من أنظمة إلكترونية ينخرط فيها المشتركون بحسابات خاصة تسمح لهم بعرضها ومشاركة محتواها مع من يرغبون من أعضاء في هاته الشبكات، لكن تحديد الأعضاء بمن لهم نفس الاهتمامات أو الأصدقاء ضيق من مجال التعريف، فالصداقات عبر موقع فايسبوك مثلا تتعدى وحدة الاهتمامات إلى الفضول نحو ميادين وأطراف مختلفة من المجموعات والصفحات يسعى بها الفرد إلى توسيع ثقافته أو التسلية أو غيرها من المقاصد.

وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها " المواقع الإلكترونية التي توفر فيها تطبيقات الإنترنت خدمات لمستخدميها، تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الإنترنت "(غسان يوسف، 2013، ص24)

يعتبر هذا التعريف أشمل من سابقه حينما عمم اتصال منشئ الصفحة مع غيره من مستخدمي النظام لتبادل المعلومات داخل نفس الموقع عبر الإنترنت، مع أن هذا التبادل لا يتم بين كل مستخدمي الموقع بل بين الأصدقاء فيه بصورة أولى، عدى تلك المناشير العامة. وقد عرفها مركز الحرب الناعمة للدراسات بأنها عبارة عن مواقع أو تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حسابا على أحد مواقع التواصل الاجتماعي: فيس بوك، تويتر...، ضمن نطاق شبكة الإنترنت العالمية web، يتيح له بناء قاعدة بيانات شخصية ومنصة انطلاق ووجود إلكتروني وشخصية افتراضية profile، لنشر البيانات والتعليقات والوثائق والرسائل والصور وأفلام الفيديو، ومن ثم الانطلاق لمرحلة التشبيك والتشارك مع الآخرين عن طريق اكتساب الأصدقاء، وتكوين المجموعات أو الانتساب إلى الشبكات السابقة من المشتركين والمستخدمين وتبدأ بخلايا الأصدقاء وطلاب الجامعات أو المدارس أو أبناء الحي أو زملاء المهنة أو أفراد الأسرة والعائلة الواحدة، وتبادل التعليقات والآراء والمواد الإعلامية معهم، وتتم عمليات التواصل الإلكتروني بين المرسل والمتلقي بصورة فورية لحظة بلحظة، وساعة يشاء المشترك ضمن الشبكة. (مركز الحرب الناعمة للدراسات، 2016، ص25)

نلاحظ أن هذا التعريف قد وضع مفهوما لشبكات التواصل الاجتماعي موضحا لجميع مراحل الاشتراك فيها، وبين في البداية أنها مواقع أو تطبيقات ضمن نطاق شبكة الأنترنت

العالمية، وذكر الفايسبوك والتويتر كمثال عنها، ثم فصل في مراحل الاشتراك والولوج إلى هاته المواقع والميزات التفاعلية التي تحتويها، غير أن الميزات التفاعلية لتلك التطبيقات ليست موحدة بينها فعلى سبيل المثال يتميز تطبيق فايسبوك بنماذج تفاعلية أكثر من تويتر، وهو ما جعله أكثر شعبية من غيره من التطبيقات.

4-2- الرّباط الاجتماعي:

يعرفه Guy rocher في كتابه "le changement social" بأنه مجموع العلاقات التي توحد الأفراد المنتمين إلى نفس الجماعة الاجتماعية و/ أو التي تحدد القواعد الاجتماعية بين الأفراد أو بين الجماعات الاجتماعية المختلفة. (صيشي، علي الهادفي، 2018، ص106)

إذن ومن خلال هذا التعريف فإن الروابط الاجتماعية هي علاقات تحددها قواعد معينة بين أفراد وجماعات منتمين إلى أي نوع من الجماعات الاجتماعية سواء من القرابة أو الجيرة أو الصداقة أو غيرها.

ويعرف الرّباط الاجتماعي كذلك بأنه ذلك النوع من العلاقات التي تربط الفرد بالجماعة أو المجتمع ككل وتسمح له بالتنشئة الاجتماعية والاندماج في المجتمع، بحيث يستمد منها العناصر المكونة للهوية، فضلا على أن الروابط الاجتماعية تسمح بالحفاظ على التناسق الاجتماعي من خلال تقاسم القيم المشتركة والضبط الاجتماعي أو هو مجموع التفاعلات التي تعمل على ربط الأفراد فيما بينهم. (سوالمية، 2016، ص159)

ركز هذا التعريف للرّباط الاجتماعي على النواة الأساسية للجماعة وهو الفرد وما تربطه من علاقات مع جماعته أو مجتمعه حيث أن هذه العلاقات تحمل في طياتها تنشئة وتوجيها للفرد يبني بها هويته الموحدة مع جماعته ومنها تحافظ على تلاحم المجتمع في سياق قيم الضبط الاجتماعي.

4-3- العلاقة الاجتماعية:

"وهي أية صلة بين فردين أو جماعتين أو أكثر أو بين فرد وجماعة. وقد تقوم هذه الصلة على التعاون أو عدم التعاون، وقد تكون مباشرة أو غير مباشرة وقد تكون فورية أو آجلة". (بدوي، 1982، ص352)

وعطفا على هذا فإن كلمة علاقة تدل على صلة ورباط بين طرفين قد يؤثر أو يتأثر أحدهما بالآخر، ولا يشترط أن تكون هاته العلاقة توافقية أو إيجابية بين الطرفين فنقول مثلا

علاقة تتأفر أو تضاد، وعليه فتعريف العلاقة الاجتماعية ما هو إلا تحديد لنوع الطرفين، حيث يحمل الطرفين صفة البشرية سواء بين فردين أو جماعتين أو فرد مع جماعة، وقد تتميز هذه العلاقة بالتعاون والتوافق أو بعدم التعاون والتنافر أي تكون إيجابية أو سلبية وقد تحدث هاته العلاقات بشكل مباشر بين الطرفين ومن دون وساطات وقد تكون هناك وساطة أو تفويض بينهما، ومن هاته العلاقات ما يتم بشكل فوري وأني وقد يؤجل بمواعيد واتفاقات لاحقة.

4-4- الفاييسبوك: (بالإنجليزية: Facebook)

موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة " فيس بوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم. (وائل مبارك خضر ، 2010، ص13)

إذن فالفايسبوك هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي يتم الولوج إليه عن طريق الاتصال بالإنترنت والتسجيل فيه مجاناً بحساب وصفحة خاصة، من خلالها يتعرف عليه المشاركون ويختار من يصادق منهم، حينها يتبادلون بينهم مختلف الملفات والأخبار والصور والفيديوهات ويتصلون مع بعضهم كتابة أو محادثة من خلال تطبيقات مدعمة.

وفي تعريف مختصر آخر يرى أن الفاييسبوك "هو أشهر موقع إلكتروني على شبكة الإنترنت يساعد الأشخاص على الاتصال بالآخرين مجاناً، إذ ينشئ المستخدمون ملفاً (profile) يتضمن صوراً واهتمامات شخصية ويتبادلون وسائل خاصة وعامة ويقومون بتكوين مجموعات من الأصدقاء لتبادل الآراء والأفكار. (المشهداني، العبيدي، 2020، ص87)

4-5- التعاريف الإجرائية:

- **شبكات التواصل الاجتماعي:** هي تلك المواقع الإلكترونية ذات التطبيقات المتعددة التي تسمح لمستخدميها بالتواصل وتبادل الأفكار والرؤى عبر شبكة الإنترنت بواسطة الحواسيب أو الهواتف الذكية.

● **الروابط الاجتماعية:** هي العلاقات التي تقرب بين اثنين أو أكثر داخل المجتمع، وقد تكون هذه العلاقات أسرية وعلاقة قرابة أو علاقة جيرة أو صداقة أو دراسة أو عمل... وبالتالي نقصد في دراستنا بالروابط الاجتماعية العلاقات الاجتماعية، ولكن نظرا لثقل التعبير في العنوان العام للدراسة بتكرار كلمة علاقة ارتأينا تعويضها بكلمة روابط كما في العنوان "...وعلاقتها بتغير الروابط..."

● **العلاقات الاجتماعية:** لا يوجد فرق بين العلاقات الاجتماعية والروابط الاجتماعية في دراستنا، فنقصد بالعلاقات الاجتماعية تلك الروابط التي توطد وتقوي الصلة بين الفرد في المجتمع وباقي الجماعات القريبة إليه كجماعات الأسرة والأقارب والجيران والأصدقاء والزملاء.

● **الفايسبوك:** هو أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي، والذي عرف إقبالا كبيرا للمستخدمين فيه فاقوا المليار نسمة، وذلك لفاعلية تطبيقاته والتسهيلات المقدمة في الانخراط فيه وتنوع خدماته.

● **الروابط الأسرية والقرابية:** وهي روابط الدم والنسب وما يحدث من علاقات بين الآباء والأبناء وأقربائهم من جهة الأعمام والأخوال وعلاقات المصاهرة.

● **روابط الجيرة:** وهي كل العلاقات التي تحدث نتيجة تفاعل الجيران بحكم الاقتراب السكني فتنشأ عنه توطد للعلاقات نتيجة التواصل المستمر.

● **روابط الصداقة:** وهي الرابطة التي تتكون بين الفرد وغيره من قرنائهم نتيجة التفاعل بينهم والذي أدى إلى التقارب الفكري أو الإعجاب الشخصي فيحصل دوام للعلاقة بينهم والاستمرار في الالتقاء والتفاعل.

● **روابط الزمالة:** وهي رابطة مؤقتة تتجم عن التفاعل بين الأفراد داخل محيط جغرافي يحققون فيه نفس الأهداف كالدراسة أو العمل وتنتهي هذه العلاقة بانتهاء سبب التواجد، وإذا استمرت هذه العلاقة فقد تعدت إلى رابطة صداقة.

5- الدراسات السابقة (المشابهة):

تعرف الدراسات السابقة بأنها الجهود البشرية السابقة التي بحثت الموضوع الذي يدرسه الباحث بعينه، أو موضوعا مقاربا له من زاوية من الزوايا، وفي ظرف من الظروف البيئية المتعددة، مما تم نشره بأي شكل من الأشكال، بشرط أن تكون مساهمة ذات قيمة علمية، وقد

يكون النشر بالطباعة أو بالمحاضرات أو الأحاديث المذاعة صوتاً أو صوتاً وصورة أو تم تقديمها لمؤسسة علمية للحصول على درجة علمية أو على مقابل مادي أو بغرض الرغبة في المساهمة العلمية... ولا يندرج تحت هذه الدراسات ما يعد كتباً دراسية أو مداخل لا تأصيل فيها، أي مجرد تجميع لمعلومات متوافرة. (خضر، 2013، ص154)

وبعد الاطلاع على العديد من البحوث والدراسات التي تتشابه مع دراستنا، وخاصة تلك التي تبحث في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها المختلفة على العديد من الظواهر الاجتماعية، انتقينا منها الدراسات الأقرب إلى موضوع دراستنا من دراسات عربية ومحلية وهي كالآتي:

5-1- الدراسات العربية:

❖ الدراسة الأولى:

لحنان بنت شعشوع الشهري، "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية" - الفيس بوك وتويتر نموذجاً - وهي رسالة ماجستير نوقشت بقسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية بجامعة الملك عبد العزيز بالمملكة العربية السعودية للموسم الدراسي 2012/2011. وقد انطلقت هذه الدراسة من إشكالية تبحث في الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي فيس بوك وتويتر وطبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هاذين الموقعين وكذا الآثار السلبية والإيجابية الناتجة عن هذا الاستخدام، وقد صاغتها الطالبة في جملة من التساؤلات الرئيسية والفرعية. واستخدم المنهج الوصفي في تحليل وتفسير البيانات التي جمعت من خلال الاستبيان الذي وزعت استماراته على 150 مفردة من مجتمع البحث والمتمثل في طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

✓ أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات إلى استخدام الفيسبوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع.

✓ أن الطالبات استقدنا من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة والبحث عن صداقات جديدة والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانياً.

✓ أن لاستخدام الفيسبوك والتويتر العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي.

- ✓ أن من أهم الآثار السلبية لاستخدام موقعي الفيسبوك والتويتر هو قلة التفاعل الأسري.
- ✓ وجود علاقة ارتباطيه عكسية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي وبين أسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات.
- ✓ توجد علاقة ارتباطيه موجبة بين متغير عدد الساعات وبين أسباب الاستخدام ومعظم أبعاد طبيعة العلاقات والإيجابيات.
- ✓ وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات.

❖ الدراسة الثانية:

وهي دراسة لسلطان خلف المطيري بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتحقيق الأمن المجتمعي" بالمملكة العربية السعودية، وهي رسالة ماجستير في العلوم الاستراتيجية نوقشت بقسم الدراسات الإقليمية والدولية، كلية العلوم الاستراتيجية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، وذلك سنة 2015م.

وقد هدفت الدراسة إلى تحديد علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالمجتمع، والتعرف على تأثيرها على الأمن المجتمعي بالمملكة العربية السعودية، مع البحث عن كيفية ضبط هاته الشبكات بغرض تحقيق الأمن المجتمعي بالمملكة من ناحية الضبط التقني والقانوني والاجتماعي، والوقوف على معوقات ضبط شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي.

وانطلقت مشكلة الدراسة من التساؤل الرئيس: ما علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بتحقيق الأمن المجتمعي بالمملكة العربية السعودية؟ تكونت عينة الدراسة من العاملين في هيئة الاتصالات (الشؤون التنظيمية)، والعاملين في مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية (وحدة الإنترنت)، والمشاركين في ندوة شبكات التواصل الاجتماعي وأبعادها الاجتماعية والأمنية المقامة من قبل وزارة الداخلية، والعاملين في شركة الاتصالات السعودية (إدارة العناية بالعملاء) وبلغ عدد المستجيبين منهم 215.

واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الاستبانة لجمع البيانات مع استخدام بعض الأساليب الإحصائية، وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- ✓ هناك علاقة قوية بين شبكات التواصل الاجتماعي بالمجتمع.

- ✓ يوجد تأثير فاعل لشبكات التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي بالمملكة العربية السعودية.
- ✓ ضبط شبكات التواصل الاجتماعي تقنياً يكون عن طريق وضع البرمجيات التي تحمل المضمون الأخلاقي وتنتشره.
- ✓ اتضح أن ضبط شبكات التواصل الاجتماعي قانونياً يكون عن نشر القوانين والتشريعات الضابطة ضمن شبكات التواصل الاجتماعي.
- ✓ ضبط شبكات التواصل اجتماعياً يكون عن طريق توعية الشباب من مرئادي مواقع التواصل بالقيم والأخلاق الإسلامية.
- ✓ تبين أن أهم معوقات ضبط شبكات التواصل الاجتماعي هي: صعوبة توافق المجتمع الدولي على صيغة المضمون الأخلاقي الموحد، والتطور في نوع وماهية الجرائم نظراً للتطور التقني المتسارع، وعدم وجود برامج توعية وإرشاد موجهة للأسرة حول سلبيات وآثار مواقع التواصل الاجتماعي.

❖ الدراسة الثالثة:

وهي دراسة قام بها إبراهيم مناور مرشود السحيمي تحت عنوان "شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل جماعات الانحراف بين الشباب" (دراسة تحليل مضمون) وهي رسالة ماجستير في علم الاجتماع تخصص تأهيل ورعاية اجتماعية نوقشت بقسم علم الاجتماع -كلية العلوم الاجتماعية والإدارية- جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية بالرياض (المملكة العربية السعودية) سنة 2015م.

وتمثلت أهداف الدراسة في التعرف على الجماعات المنحرفة الأكثر انتشاراً في شبكات التواصل الاجتماعي والشبكات الأكثر ترويجاً لها، والتعرف على أنماط الانحراف الأكثر شيوعاً في شبكات التواصل الاجتماعي وكذا طرق جذب المشاركين التي توفرها شبكات التواصل وتسهم في تشكيل جماعات الانحراف. وانطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي: ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل جماعات الانحراف بين الشباب؟ ويتألف مجتمع البحث من جميع الجماعات التي يتم إنشاؤها من قبل المستخدمين الشباب السعوديين ذكورا وإناثا والتي يتداول أعضاؤها على شبكات التواصل الاجتماعي انحرافاً عن عادات وقيم وأفكار المجتمع السعودي وذلك على شبكات الفيس بوك والتويتر واليوتيوب، وعينة الدراسة عينة

قصدية عمدية حيث قام الباحث بإعداد قوائم تحليل غطت محاور الدراسة. واعتمد الباحث على المنهج الصفي التحليلي مستخدماً استمارة تحليل مضمون لتحليل مضامين عينة الدراسة. ومن أهم نتائج الدراسة ما يلي:

- ✓ أن ظهور جماعات الانحراف الأخلاقي كأكثر جماعات الانحراف عدداً.
- ✓ ارتفاع عدد المجموعات الانحرافية على تويتر.
- ✓ أن شبكة اليوتيوب حققت أعلى عدد من المشاهدات.
- ✓ اشتراك جميع الشبكات في توافر الإمكانيات التي تساعد على نشر المشاركات الانحرافية على الشبكة.
- ✓ انفراد شبكة فيس بوك بتوافر ميزة المحادثات الصوتية.

❖ الدراسة الرابعة:

هذه الدراسة لأسماء عصام محمد اليوسف تحت عنوان "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية في محافظة أربد" بالمملكة الأردنية، وهي رسالة ماجستير نوقشت بقسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية بجامعة اليرموك للسنة الجامعية 2016-2017م

وقد هدفت هذه الدراسة للتعرف إلى الأثر الذي أحدثته مواقع التواصل الاجتماعي في الأسرة، على مستوى العلاقة بين الزوجين بعضهم البعض، وفي العلاقة بين الأبناء أنفسهم، والعلاقة بين الوالدين والأبناء، والتعرف على الأسباب التي تدفع الأفراد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والآثار الإيجابية والسلبية لهذا الاستخدام، وقد تكونت عينة الدراسة من 297 أسرة ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في محافظة أربد، كما تم جمع البيانات الأساسية عن طريق الاستبانة، واعتماد المنهج الوصفي التحليلي كمنهج مناسب للدراسة وتحليل بياناتها. وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية:

- ✓ أن لشبكات التواصل الاجتماعي أثر كبير على العلاقات الأسرية من الناحية السلبية.
- ✓ كما أظهرت نتائج التحليل الإحصائي للدراسة وجود علاقات ذات دلالة إحصائية بين (متغير العمر، المستوى التعليمي، دخل الأسرة، المهنة، الحالة الاجتماعية، متغير: منذ متى تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، عدد الساعات التي يقضيها في استخدام

هذه المواقع، فترة تصفح هذه المواقع، نوع الجهاز) وأثر مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية.

✓ وبينت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس وأثر مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية.

❖ الدراسة الخامسة:

كانت لأحمد خطابي وفاطمة أحمد الغرباوي بعنوان التواصل من خلال الشبكات الاجتماعية وانعكاساته على العلاقات الاجتماعية المباشرة، وهي دراسة ميدانية على مستخدمي الشبكات الاجتماعية في مدينة الشارقة، وهي عبارة عن مقال علمي نشر في مجلة الآداب (جامعة الشارقة)، الملحق (1) العدد 131 في شهر ديسمبر 2019.

وهدف هذه الدراسة إلى معرفة انعكاسات التواصل الاجتماعي من خلال الشبكات على واقع العلاقات الاجتماعية المباشرة، حيث انطلقت الدراسة لتجيب عن التساؤلات التالية:

- ما هي الخصائص الديموغرافية والاجتماعية والاقتصادية لأفراد العينة؟
- ما هي الانعكاسات الإيجابية للتواصل عبر الشبكات الاجتماعية على التواصل المباشر؟
- ما هي الانعكاسات السلبية للشبكات الاجتماعية على تحديد وتقليص العلاقات الاجتماعية المباشرة؟
- ما مدى وعي الأفراد بتأثير هذه الشبكات الاجتماعية على واقع العلاقات الاجتماعية المباشرة؟
- ما هي النتائج والقرارات التي يخلص إليها مستخدمو الشبكات بعد مقارنتها بالعلاقات الاجتماعية المباشرة؟

حيث اعتمد الباحثان على منهج المسح بالعينة كإحدى الأساليب الوصفية التحليلية، وتم استخدام أداة الاستبانة والتي تم توزيعها على 120 شخص من مستخدمي الشبكات الاجتماعية من الذكور والإناث بإمارة الشارقة، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

✓ إن معظم أفراد العينة من الإناث والغالبية العظمى من حملة الشهادات الجامعية أو الذين ما زالوا طلاباً وهم من العزاب وتتراوح أعمارهم بين (17-22).

✓ أن الآثار الإيجابية للتواصل عبر الشبكات جاءت مرتبة كالتالي: أنها تؤدي إلى توطيد العلاقات، اختصار الوقت والمسافة، زيادة الوعي وسرعة التواصل، الشعور بالراحة

والحرية، صقل الشخصية وبلورة الرأي، تساهم في التعرف على أفراد من مجتمعات أخرى.

✓ تراوحت أغلب آراء أفراد العينة بين الرفض وبعض القبول لآثار السلبية ولكن أكثرها وضوحا أن العلاقات من خلال الشبكة تكون على حساب الأهل والأصدقاء وتجمع العائلة.

✓ أغلب أفراد العينة لا يشعرون بالتأثير البارز لهذه الشبكات على علاقاتهم الواقعية، بل يعتبرونها نمطا موازيا لنمط العلاقات المباشرة وليس بديلا لها، ولكن أكثر ما يعانون منه هو الشكوى المستمرة من قبل المحيطين بهم.

✓ عارض الجزء الكبير من العينة فكرة استبدال العلاقات الواقعية بالعلاقات من خلال الشبكة، وحبذ الجزء الأكبر منها فكرة تقليل الوقت الضائع على الشبكات الاجتماعية. ✓ فيما يتعلق بتأثير الشبكات فقد أكد المبحوثون أنها تختلف تبعا لكيفية الاستخدام ومدى تأثير المستخدم بهذه العلاقات. أي أن المستخدم هو من يحدد مدى التأثير بالشبكات وليس الشبكات نفسها، فهو الذي يحدد الموضوعات التي يتناولها والوقت والأفراد الذين يتواصل معهم.

✓ كشفت النتائج السابقة أن غالبية الشباب يستخدمون الشبكات ويعتبرونها وسيلة اتصال يومية في حياتهم، خاصة الإناث، كاللقاء اليومي بالآخرين مع الأخذ بعين الاعتبار تباين تعليمهم وأعمارهم.

5-2- الدراسات المحلية:

❖ الدراسة الأولى:

لـ مريم نريمان نومار " استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية" - دراسة على عينة من مستخدمي موقع الفاييبوك في الجزائر - وهي رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال نوقشت بقسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر - باتنة (الجزائر)، للسنة الجامعية 2012/2011.

حيث هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية، انطلاقا من تساؤل مفاده: ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟ وتم إدراج ثلاثة أسئلة فرعية تحت التساؤل الرئيس للدراسة وهي:

- ماهي عادات وأنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك لدى الجزائريين؟
 - ماهي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفايسبوك؟
 - كيف يؤثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟
- وقد تم استخدام منهج المسح الوصفي لكبر مجتمع البحث وعينته، مع اعتماد الملاحظة والاستبيان كأداتين للدراسة، ووزعت استمارة الاستبيان على عينة مكونة من 280 مفردة من مجتمع البحث، ونظرا لضياع بعض الاستمارات فقد استقرت العينة على 265 مفردة، وتم اختيار أربع ولايات جزائرية متوزعة على مناطق البلد، شرق ووسط وغرب وجنوب (باتنة، الجزائر، مستغانم، ورقلة).

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- ✓ تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين أكثر من ثلاث ساعات في استخدام الفايسبوك.
- ✓ يفضل أغلب المبحوثين خدمة التعليقات والردشة بالدرجة الأولى.
- ✓ يستخدم أغلب أفراد العينة موقع الفايسبوك بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف.
- ✓ بينت النتائج أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور والإناث، كما أن المبحوثين الأكبر سنًا يتعاملون بنوع من الوعي عند استخدامهم لموقع الفايسبوك.
- ✓ أسفرت الدراسة أن استخدام موقع فايسبوك يؤثر في الاتصال الشخصي وجها لوجه، وفي تفاعل المستخدمين مع أسرهم وأقربائهم وأصدقائهم، كما يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي.

❖ الدراسة الثانية:

كانت لـ نوال بركات تحت عنوان " انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية " - دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين - وهي أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة نوقشت بقسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر - بسكرة (الجزائر)، للسنة الجامعية 2016/2015.

انطلقت هذه الدراسة من تساؤل رئيس مفاده: ماهي عوامل وانعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات التي تربط المستخدمين الجزائريين مع محيطهم الاجتماعي؟ وانطوت تحت هذا التساؤل أسئلة فرعية كانت كما يلي:

- ما هي طبيعة استخدام الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي عوامل إقبال الجزائريين على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الأسرية والقربانية الجزائرية؟
- ما هي انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط علاقات الجيرة في المجتمع الجزائري؟
- ما هي انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية بين زملاء الدراسة و/أو العمل في المجتمع الجزائري؟

وقد تم استخدام المنهج الوصفي المناسب للدراسة مع الاستعانة بالمنهج الإحصائي في جمع البيانات وتمثيلها لفحص علاقاتها وتداخلاتها، كما اعتمدت الملاحظة البسيطة والاستبيان، هذا الأخير كان إلكترونيًا وتم انتقاء 1000 وحدة كعينة ممثلة لمجتمع البحث وهم الجزائريون في الداخل والخارج.

وقد خلصت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن العديد من العلاقات الواقعية للأفراد في محيطهم الاجتماعي والتي تشمل العلاقات الأسرية والقربانية وعلاقات الجيرة والعلاقات مع زملاء العمل و/أو الدراسة، قد انسحبت من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي، فأصبحت تتوسع وتعمق أكثر بواسطة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على حساب العالم الواقعي. والعكس من ذلك، فقد انسحبت العديد من العلاقات الافتراضية للمستخدمين، والتي شملت علاقات مع أصدقاء آخرين لا يعرفونهم إلا عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي إلى العالم الواقعي من خلال التلاقي والتفاعل المستمر.

❖ الدراسة الثالثة:

وكانت هذه الدراسة ل: يحيوي فاطمة وفور خديجة بعنوان "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على العلاقات الاجتماعية" - الفيس بوك والتويتر نموذجاً - وهي دراسة ميدانية على عينة من طالبات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة البليدة 2، ونشرت

على شكل مقال بمجلة آفاق لعلم الاجتماع (جامعة البليدة 2)، المجلد رقم 9، العدد 1، بتاريخ 2019/07/01م.

وهدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الأسباب والدوافع التي تكمن وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد الفيس بوك والتويتر، والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، وكذا الكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع. وشملت عينة الدراسة 100 طالبة من جامعة البليدة 2، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات، وتم اعتماد المنهج الصفي التحليلي في الدراسة وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- ✓ يعد الفيس بوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما مقارنة مع التويتر لدى الطالبات لتمييزه بالعديد من الخصائص التي يفضلها الطلبة.
- ✓ أغلب أفراد العينة يدخلون إلى مواقع التواصل الاجتماعي يوميا وفي الفترة المسائية.
- ✓ معظم أفراد العينة وجدوا موقع الفيس بوك والتويتر فرصة مناسبة للتعبير عن وجهات نظرهم وآرائهم ومواقفهم إزاء موضوع ما وتوجهاتهم الفكرية.
- ✓ تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة الإعلانات، وهذا يدل على أن الموقعين يعتمدان على الدعاية والإعلان كطريقة لجذب المستخدمين، حيث تفضل المبحوثات متابعة هذه الإعلانات لسهولة الوصول إلى مواصفات السلعة المراد شراؤها. كما تستخدم كهروب من المشكلات الأسرية التي تحدث داخل المنزل فتلجأ الطالبة إلى البحث عن أصدقاء جدد كمحاولة للبعد عن ذلك التوتر.
- ✓ ترى معظم المبحوثات أن مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك والتويتر) يحقق لهن الترفيه عن النفس، بحيث يعتبرونه مكانا وحيزا للمتعة.
- ✓ تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تسهيل التواصل مع الأقارب والأهل البعيدين، وتعمل على تعزيز علاقات صداقة قديمة والحفاظ عليها، وإعادة إحيائها والتواصل في استمراريتها وجعلها أداة لتجديد علاقاتهم مع أصدقاء الماضي واستمراريتها في الحاضر.
- ✓ تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في بناء علاقة صداقة من بلدان مختلفة، والتواصل مع الزملاء لأغراض دراسية والتعرف على خلفيات ثقافية واجتماعية مختلفة وهذا ما يساهم في إثراء الفكر والثقافة.

✓ استخدام موقعي الفيس بوك والتويتير يؤثر بشكل كبير على تفاعل وجلوس المبحوثات مع أسرهن، واستخدامه لفترة طويلة يؤدي إلى أضرار جسدية وصحية، كما يؤدي إلى ضعف التفاعل مع أفراد الأسرة وبالتالي تدمر الأسرة الدائم.

❖ الدراسة الرابعة:

دراسة محمد ذيب الموسومة بـ " استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك وعلاقتها بالتغير الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين " - دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم العلوم الاجتماعية بجامعة الوادي - وهي أطروحة دكتوراه ل م د في تخصص علم الاجتماع العام، نوقشت بقسم علم الاجتماع بجامعة الشهيد حمّ لخضر بالوادي، (الجزائر) للسنة الجامعية 2021/2020.

وتمحورت إشكالية الدراسة حول: هل توجد علاقة بين استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي "فيسبوك" والتغير الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين بقسم العلوم الاجتماعية؟ وللإجابة على هذا التساؤل تم تقسيمه إلى الأسئلة الفرعية التالية:

- هل توجد علاقة بين استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي "فيسبوك" وتغير القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين بقسم العلوم الاجتماعية؟
- هل توجد علاقة بين استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي "فيسبوك" وتغير السلوكيات لدى الطلبة الجامعيين بقسم العلوم الاجتماعية؟
- هل توجد علاقة بين استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والأمن الفكري لدى الطلبة الجامعيين بقسم العلوم الاجتماعية؟
- هل توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في درجة متغيرات الدراسة تبعا لمتغير النوع (ذكور-إناث) لدى الطلبة الجامعيين بقسم العلوم الاجتماعية؟

حيث هدفت الدراسة لوصف الظاهرة وكشف العلاقة بين استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" والتغير الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين، وتم استخدام المنهج الوصفي في الدراسة، والاعتماد على الاستبيان لجمع البيانات في الدراسة الميدانية، وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- ✓ وجود علاقة بين استخدامات الفيسبوك والقيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين، ولكن بدرجة متوسطة حسب استجابات أفراد العينة وحسب وجهة نظرهم وقدرت نسبة بـ (82.30%)
- ✓ وجود علاقة بين استخدامات الفيسبوك وتغير السلوكيات لدى الطلبة الجامعيين، ولكن بدرجة متوسطة حسب استجابات أفراد العينة وحسب وجهة نظرهم وقدرت نسبة ذلك بـ (68.80%).
- ✓ وجود علاقة بين استخدامات الفيسبوك والأمن الفكري لدى الطلبة الجامعيين، ولكن بدرجة متوسطة حسب استجابات أفراد العينة وحسب وجهة نظرهم وقدرت نسبة ذلك بـ (51.1%).
- ✓ وجود علاقة ارتباط بين متغيرات الدراسة حسب استجابات أفراد العينة فهذه المتغيرات مترابطة ببعضها البعض وأي خلل في واحد يؤثر في الآخر، هذا تبقى تلك العلاقة بدرجة متوسطة.
- ✓ وجود علاقة بين استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والتغير الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين بقسم العلوم الاجتماعية محل الدراسة ولكن بدرجة متوسطة حسب استجابات أفراد العينة.

❖ الدراسة الخامسة:

وهي دراسة لابتنسام دراحي تحت عنوان "تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري" - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة صالح بوبنيدر (قسنطينة 3)، نشرت الدراسة في مقال علمي بمجلة المعيار، المجلد 24، العدد 50، بتاريخ 2020/03/15م.

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري باعتبارهم أكثر الفئات استخداما لتلك المواقع، وتم إجراء الدراسة الميدانية على عينة قوامها 100 طالب وطالبة من جامعة قسنطينة-3 تم اختيارهم بطريقة عشوائية من طوري الليسانس والماستر، واستخدمت الباحثة أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين، وبما أن الدراسة تنتمي إلى الدراسات الوصفية التحليلية فقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي بغية الوصول إلى نتائج علمية دقيقة.

وقد توصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية:

- ✓ أن عينة الدراسة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث ساعات يوميا خاصة في الفترة الليلية باستعمال الهاتف النقال.
- ✓ أن كل مستخدم يكون بمفرده حين يبحر في العالم الافتراضي.
- ✓ معظم مستخدمي المواقع يقيّمون علاقاتهم الاجتماعية الراهنة والواقعية في ظل انتشار الشبكات الإلكترونية الاجتماعية بالجيدة، وهذا يؤكد عدم تأثير هذه الأخيرة على تفاعلهم مع الطلبة والأصدقاء.
- ✓ أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لا يشعرون استخدامهم لها بالابتعاد والعزلة عن محيطهم الاجتماعي الواقعي، وأنهم يشعرون بالفراغ في حال غيابهم عن مواقع التواصل الاجتماعي لفترة معينة.
- ✓ يكون تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري أو الطلبة الجزائريين كعينة بحثية من خلال الانتقال التدريجي للتفاعل الاجتماعي الحقيقي في ظل العلاقات الاجتماعية الواقعية إلى نمط التفاعل الاجتماعي الإلكتروني في ظل العلاقات الاجتماعية الافتراضية داخل فضاء افتراضي ليس له حدود زمنية ولا مكانية.

5-3- التعقيب على الدراسات السابقة:

- كل الدراسات السابقة بحثت في مواضيع مرتبطة بشبكات التواصل الاجتماعي من حيث أسباب الاستخدام وطبيعته، وأغلبها عالج الظاهرة وعلاقتها بالعلاقات الاجتماعية من حيث التأثير والانعكاس السلبي أو الإيجابي عليها، وهناك من الدراسات من بحثت في موضوع شبكات التواصل الاجتماعي والأمن المجتمعي على غرار دراسة "المطيري"، ونجد الدراسة التي قامت بها "أسماء اليوسف" بحثت في تأثيرها على العلاقات الأسرية، ودراسة "إبراهيم السحيمي" كانت دراسة لتحليل مضمون صفحات جماعات الانحراف من حيث التعرف عليها والشبكات الأكثر ترويجا لها والطرق التي تستخدمها الشبكات لجذب المستخدمين، فيما بحثت دراسة "محمد ذيب" في علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالتغير الاجتماعي على مستوى القيم والسلوك والأمن الفكري.

- اعتمدت كل الدراسات السابقة على المنهج الوصفي التحليلي وهو أكثر المناهج العلمية استخداماً في العلوم الاجتماعية، كما استخدمت معظم الدراسات استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات عدا دراسة "السحيمي" الذي استخدم استمارة تحليل المضمون لطبيعة الموضوع الذي تعامل فيه مع صفحات مجموعات بدل المستخدمين الأشخاص، والذين تعاملت معهم باقي الدراسات بين طلبة الجامعات ومختلف مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.

- واتفقت كل الدراسات على انعكاسات وتأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على المجتمع سواء على صعيد العلاقات الاجتماعية أو الأمن المجتمعي أو التغيير الاجتماعي، مع اختلاف درجات التأثير لاختلاف مجتمع الدراسة وأهم من ذلك اختلاف المجال الزمني، وهو الذي يحدد طول مدة الاستخدام والتعرض لتلك الشبكات.

5-4- جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في العديد من النقاط أهمها:

- كشفت جوانب موضوع الدراسة وحددت الرؤية العامة للموضوع.
- ساعدت في بناء الإشكالية ومنها إلى المحاور الأساسية للدراسة.
- من خلالها وضحت المعالم لتصميم خطة الدراسة.
- تم الاستفادة في بناء محاور وأسئلة استمارة الاستبيان.
- سهلت الدراسات السابقة الطريق للوصول إلى عديد المراجع والمصادر المساعدة على جمع الجانب النظري للدراسة.
- كشفت نتائج الدراسات السابقة وتوصياتها على الثغرات التي يجب تسليط الضوء عليها بالبحث والدراسة.

6- المقاربة النظرية للدراسة:

في هذه المحطة من الدراسة لا بد من توضيح الخلفية النظرية المتبناة في الدراسة الحالية لإعطاء الصبغة العلمية والمرجعية السوسيولوجية للدراسة من خلال المعطيات والحقائق المعرفية التي توصلت إليها النظرية الاجتماعية، سواء في التنظير الاجتماعي العام أو النظريات الخاصة التي تعنى بالظواهر الاتصالية والإعلامية وتفسيرها لعملية التأثير والتأثر بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة وبين جمهور المتلقين لها، باعتبارنا ندرس أهم وسائل

الاتصال الحديثة المتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها موقع فايسبوك وعلاقتها بالتغيرات التي تحدث داخل المجتمع.

وبما أن موضوعنا يعالج ظاهرة اتصالية بين المتفاعلين المستخدمين للفايسبوك وما يوظفونه من رموز ولغات مختلفة وما يترتب على هذا التفاعل من تأثير على الروابط والعلاقات الاجتماعية في مجتمع مدينة الوادي تحديداً، فهذا يوافق منظور التفاعلية الرمزية كإحدى النظريات الأساسية التي تعتمد عليها النظرية الاجتماعية، وتوافق الدراسة الحالية كذلك نظرية الاستخدامات والإشباع كأبرز النظريات الإعلامية التي حققت مصداقية في فرضياتها على أرض الواقع وبقيت ثابتة رغم التطور التكنولوجي والتغير الاجتماعي الحاصل على مرّ العقود، حيث نعتد على تفسيراتها في البحث عن طبيعة استخدام عينة الدراسة، وبعض المرامي من وراء هذا الاستخدام لموقع فايسبوك، والذي بدوره يؤدي إلى انعكاسات على نمط العلاقات الاجتماعية بصفة عامة، وتغير على أهم مستويات الروابط الاجتماعية.

وفيما يلي سنقدم عرضاً لكلا النظريتين نبرز فيه أهم المبادئ والفرضيات المعتمدة عليها وكذا المصطلحات التي جاءت بها كليهما، مع الوقوف على جوانب الطرح النظري الموافق للدراسة الحالية.

6-1- التفاعلية الرمزية Symbolic Interactionism:

ظهرت التفاعلية الرمزية بظهور النزعات الاجتماعية النفسية في بداية القرن العشرين على يد "جورج هيربرت ميد" خاصة في كتابه **العقل والذات والمجتمع**، فالفرد في تفاعله مع الآخرين يكون صورة ذهنية أو رمز عن كل فرد تفاعل معه قد يكون محبباً أو غير محبب، وطبيعة الرمز الذي أعطاه الفرد للآخرين هو الذي يحدد علاقته معهم.

ويشير مفهوم التفاعلية الرمزية إلى عملية التفاعل الاجتماعي الذي يكون فيه الفرد على علاقة واتصال بعقول الآخرين وحاجاتهم ورغباتهم الكامنة ووسائلهم في تحقيق أهدافهم. ويعرف "أنتوني غدنز" التفاعلية الرمزية بأنها تعنى بالقضايا المتصلة باللغة والمعنى لأنها كما يرى "ميد" تنتج لنا الفرصة لنصل مرحلة الوعي الذاتي وندرك ذاتنا ونحس بفرديتنا، كما أنها تمكننا من أن نرى أنفسنا من الخارج مثلما يرانا الآخرون. (حامد، 2015، ص122)

ولم تول نظرية من النظريات الاجتماعية المعروفة في علم الاجتماع ولا في علم النفس الاجتماعي عناية بعملية الاتصال والتواصل والتفاعل بين الأفراد في المجتمع كما اهتمت

نظرية التفاعلية الرمزية، فقد كان لهذه العملية مكانة محورية في الإنتاج الفكري لمؤسسي النظرية وروادها الأوائل، بداية من "جورج ميد G. Meed" و "تشارلز كولي C. Cooley" وانتهاء بالمحدثين ومنهم "هربرت بلومر H. Blumer" و "إرفنج غوفمان E. Goffman"، "برنارد ملترز B. Meltzer" و "سترايكر Stryker" ... ورغم الاختلافات البسيطة بين هؤلاء المفكرين حول أهمية الاتصال والتفاعل الاجتماعي في عملية بناء الفرد ذاته، إلا أنهم متفقون على هذه الأهمية في العملية الاجتماعية، لأن شخصية الفرد ما هي إلا نتاج لعملية اتصاله بغيره وتفاعله معهم في مختلف المواقف الاجتماعية.

وقد صنّف "ميد" عملية الاتصال إلى صنفين هما الاتصال الرمزي والاتصال غير الرمزي، فالإتصال الرمزي يؤكد على استخدام الأفكار والمفاهيم، فتكون اللغة ذات أهمية بالنسبة لعملية الاتصال بين الناس في المواقف المختلفة، وبالتالي فالنظام الاجتماعي هو نتاج الأفعال التي يصنعها أفراد المجتمع، ويدل هذا على أن معاني المواقف والتصورات ليست مفروضة عنهم، وإنما هي موضوع خاضع للتفاوض والنقاش وما يتقاهم عليه الأفراد. (بركات، 2016، ص44)

وهناك خيطان منفصلان إلى حد ما حول فكرة تبادل التفاعل الاجتماعي والمعاني المشتركة كأساس للتفسير الفردي للعالم الموضوعي. وقد تبنى الخيط الأول عالم النفس الاجتماعي "تشارلز هورتون كولي" الذي رأى أن الناس يستطيعون الانتساب إلى بعضهم بعضاً ليس على أساس صفاتهم الموضوعية كما هي في الواقع، ولكن من خلال «الانطباعات» التي يكونها كل منهم لدى الآخرين من خلال عملية التفاعل فيما بينهم. وأطلق "كولي" على هذه الانطباعات اسم «الأفكار الشخصية». فنحن نكوّن فكرة شخصية عن كل فرد نعرفه، وكذلك عن أية جماعة من الناس. وبالتالي تصبح «الفكرة الشخصية» عبارة عن بناء للمعنى، أي مجموعة من الصفات التي نتخيلها ونسقطها على كل من أصدقائنا ومعارفنا كتفسير لشخصياتهم الواقعية، وكقاعدة للتنبؤ بسلوكهم، والتنبؤ بسلوك الآخرين الذين يبدوون مشابهيين لهم.

أما الخيط الثاني فقد تبناه "جورج هربرت ميد" الذي رأى أن المقدرّة على الاتصال بالآخرين تعتبر مفتاحاً لأفكار الفرد، وعلى الرغم من أن الإنسان يستطيع أن يبني مفاهيم عن نفسه بالطريقة التي اقترحها "تشارلز كولي"، فإنه يستطيع أن يتعلم أيضاً كيف يتوقع تصرفات

الآخرين، وما سوف يعتبرونه سلوكا مقبولا اجتماعيا. وأشار "ميد" إلى أنه لكي ننتسب للآخرين علينا أن نلعب أدوارهم، أي أنه يجب أن نتعلم متطلبات القيام بجميع الأدوار المحددة في جماعة، ثم نستخدم هذه المفاهيم لتوقع كيف يتصرف الآخرون في أدوار معينة لتصرفاتنا. (عماد مكاوي، حسين السيد، 1998، ص ص 152-153)

وهناك امتداد معاصر لمفهوم التفاعل الرمزي عند "كولي" و"ميد" يسميه علماء الاجتماع «نظرية التسمية» أو «نظرية البطاقة أو العلامة» وهي مهمة في دراسة السلوك المنحرف. والفكرة الأساسية لهذه النظرية هو أن الشخص الذي يخرق القانون أو يتجاوز أي سلوك طبيعي "يدمغ" رسميا بواسطة إحدى وكالات المجتمع. وهذه العلامة أو الاسم الذي يطلق على مرتكب المخالفة، يصبح صفة كبرى أو معنى عاما بالنسبة للشخص، ويحدد كيف يتصرف الآخرون تجاهه، وهذا يؤدي إلى إحداث تغييرات في مفهوم ورؤية الشخص لنفسه، فمثلا علامات أو أسماء مثل سارق أو طفل منحرف أو عاهرة تثير معاني قوية وتجعلنا نعامل هؤلاء بطريقة سلبية. وتبقى هذه العلامة ملتصقة بالشخص حتى لو صحح من سلوكه واعتدل فإن المجتمع يظل غير راض عنه. (ديفلير وروكيتش، 1993، ص 353)

من جهته "غوفمان" وجه اهتمامه لتطوير التفاعلية الرمزية في تحليل الأنساق الاجتماعية، مؤكدا على أن التفاعل وخاصة النمط المعياري والأخلاقي ما هو إلا الانطباع الذهني الإرادي الذي يتم في نطاق المواجهة، كما أن المعلومات تسهم في تعريف الموقف وتوضيح توقعات الدور.

وتولي التفاعلية الرمزية عملية التأويل أهمية خاصة، حتى جعل منها "بلومر" نقطة الارتكاز في عملية بناء الذات وتطورها، والتأويل نوعان مترابطان يكمل كل منهما الآخر: تأويل خارجي ويشمل عمليات التفاعل والاتصال الذي يكون عالم الفرد المشترك مع الآخرين، وتأويل داخلي يحدث بين الفرد ونفسه، حيث يقوم الفرد بتأويل دلالات المعاني والرموز التي تكونت لديه من خلال تفاعله مع مجتمعه أي النظر إلى الذات كما يراها الآخرون وكما يراها هو نفسه.

وقد جاء "غوفمان" بفكرة التمثيل المسرحي، التي يرى من خلالها أن الفرد يؤدي أدوارا عدة في تفاعله الاجتماعي، حيث يقدم في كل موقف الذات التي تتناسب معه وما يتوقعه منه الآخرون من سلوك وتصرف في ذلك الموقف، لذا لا توجد ذات واحدة للفرد تصلح لأن يقدمها

للآخرين في كل المواقف الاجتماعية، بل هناك أكثر من جانب للذات يختار من بينها تلك التي تتناسب مع الموقف الاجتماعي الذي يجد نفسه فيه، وهو ما صاغه وطوره "ستريكر" تحت مفهوم البعد التراتبي البارز للذات القائم على المرونة والديناميكية وتعدد الجوانب التي تتألف منها الذات، فالفرد يبرز بشكل تراتبي الذات التي تصلح لكل موقف فحينما يكون الفرد في مقابلة رسمية فإن الذات الوقورة هي التي تبرز أكثر من غيرها وتتصدر جوانب ذاته لأنها أكثر ملاءمة من غيرها في ذلك الموقف، وفي موقف مرح آخر فإن الذات المرحية والعفوية ستبرز وتأخذ مكان الذات الوقورة في الصدارة وهكذا فلا توجد ذات ثابتة على وجه واحد للفرد تصلح لجميع المواقف الاتصالية التفاعلية. (بركات، مرجع سابق، ص ص 44-45)

ويمكن تحديد بشكل من التبسيط الفروض الأساسية لنظرية التفاعلية الرمزية فيما يلي:

1- إن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هي اعتباره نظاما للمعاني، وبالنسبة للأفراد فإن المساهمة في المعاني المشتركة المرتبطة برموز اللغة تعد نشاطا مرتبطا بالعلاقات بين الأشخاص تنبثق منه توقعات ثابتة ومفهومة لدى الجميع وتقود السلوك الإنساني في اتجاه النماذج التي يمكن التكهن بها.

2- من وجهة النظر السلوكية، تعد الحقائق النفسية والاجتماعية بناء مميزا من المعاني. ونتيجة لمشاركة الناس في التفاعل الرمزي الفردي والجماعي، فإن تفسيراتهم للواقع تمثل دلالة متفقا عليها من الناحية الاجتماعية، وذات إيقاع محدد من الناحية الفردية.

3- إن الروابط التي توحد الناس والأفكار التي لديهم عن الآخرين، ومعتقداتهم حول أنفسهم، تعد كلها أبنية شخصية من المعاني الناشئة عن التفاعل الرمزي.. وهكذا، فإن المعتقدات الذاتية لدى الناس عن أنفسهم وعن الآخرين هي أهم حقائق الحياة الاجتماعية.

4- إن السلوك الفردي في موقف ما يتوقف على المضامين والمعاني التي تربط الناس بهذا الموقف.. وهكذا، فالسلوك ليس رد فعل أوتوماتيكيا أو استجابة آلية لمؤثر خارجي، ولكنه ثمرة أبنية ذاتية حول النفس والآخرين والمتطلبات الاجتماعية للموقف. (عماد مكاوي،

حسين السيد، مرجع سابق، ص ص 153-154)

وإذا أردنا إسقاط النظرية التفاعلية على الدراسة الحالية، فإن شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة فايسبوك فضاء خصبا للتفاعل الرمزي الذي تسعى النظرية إلى تفسير طبيعة هذا التفاعل ومنتجاته المختلفة على مستوى الرموز والانطباعات، وكيف يمثلون مستخدم

فايسبوك لأدوار مختلفة حسب المواقف التي يكونون فيها، ومن خلال فرضيات النظرية وإسهاماتها نتمكن من تفسير الانطباعات التي يصدرها الأفراد عن الأشخاص حسب صورتهم في الواقع الاجتماعي وعن آخرين حسب تفاعلهم عبر موقع فايسبوك، حيث نلاحظ أن الشخص الذي له سوابق غير أخلاقية ولا يرضى بها المجتمع أنه منبوذ حتى عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويتحاشاه الناس في طلبات الصداقة أو أثناء التعليقات والردود، وأن الأئمة الناشطون وقادة الرأي الذين برهنوا على صدق نواياهم ومعاملاتهم على أرض الواقع، أنهم محبوبون لدى أغلب الفئات في التفاعل والتعليقات وطلبات الصداقة منهم أو الموافقة الفورية إذا ما طلبوا هم الصداقة، وهذا ما يعرف بنظرية السمعة أو العلامة كما يطلقوا عليها علماء الاجتماع، وأسهم بها أبرز رواد النظرية وهما "كولي" و"ميد".

ونجد كذلك أن الأدوار التي يؤديها مستخدمو فايسبوك تختلف بين الذين يفصحون عن هويتهم والذين يضعون أسماء وصور مستعارة، وهذا ما تفسره النظرية بأن الفرد يكون في سلوكه وتصرفاته على علاقة واتصال بعقول الآخرين وحاجاتهم ورغباتهم الكامنة في الصورة التي يحبون أن يرونها بها، وبما أن شبكات التواصل الاجتماعي تمنح صفة التخفي للشخص تحت اسم مستعار، فهو لا يبالي بالانطباعات التي يصدرها المستخدمون نحوه لجهلهم به. بينما نجد مكشوف الهوية يتصرف وهو يسعى لأن يكون الناس عليه صورة ذهنية طيبة، وهو الرمز الذي سيحدد علاقته معهم. وهكذا فنظرية التفاعلية الرمزية هي نظرية اتصالية تخدم بإسهاماتها وأفكارها كل الدراسات والمواضيع التي تدرس التواصل والتفاعل الإنساني، وبحوث شبكات التواصل الاجتماعي في صميم العملية التواصلية التفاعلية.

6-2- نظرية الاستخدامات والإشباع:

جاءت أفكار هذه النظرية (وغيرها من النظريات المعاصرة لها) على أعقاب النظريات المبكرة في تفسير تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيري، فخلال الأربعينيات من القرن الماضي أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، حيث كانت تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضامين مفضلة من الإعلام. فقد كانت النظريات المبكرة على غرار نظرية الآثار الموحدة لوسائل الإعلام ترى الجماهير على أنها خاملة نسبيا، وتتنظر وسائل الإعلام في سلبية لكي

تتقل لها معلومات يتم إدراكها عندئذ، وتذكرها، وافترضا فإنها تتصرف بناء عليها على نسق واحد. وبعد اتضاح الدور الفعال للمتغيرات المعرفية والادراكية وكذا الجماعات ذات الأنماط السلوكية الخاصة، فلم يعد ممكنا فهم الجماهير بهذه الطريقة، فتولدت نظرية الاستخدامات والإشباعات ونظيراتها وتفسيراتها للتأثير غير المباشر لوسائل الإعلام. (ديفلير وروكيتش، مرجع سابق، ص266)

وتعد نظرية الاستخدامات والإشباعات بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال، ويتميز الجمهور في إطارها بالنشاط والإيجابية والقدرة على الاختيار الواعي وكذا التفكير، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير والذي يعنى بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور، إلى دراسة ماذا يفعل الجمهور بالوسيلة الإعلامية. ويؤمن مدخل الاستخدامات والإشباعات أن للجمهور إرادة يستطيع من خلالها تحديد أي الوسائل يستخدم، وأي محتوى يختاره، ويركز المدخل على الدوافع الخاصة، ويفترض أن المحتوى الأكثر فاعلية لوسائل الاتصال لا يستطيع التأثير على الشخص غير المستخدم للوسيلة في الإطار الاجتماعي والنفسي الذي يعيش فيه، حيث تمثل قيم واهتمامات وأدوار الأفراد الاجتماعية العامل الحاسم في اختيار الأفراد لوسيلة الاتصال ولنوع المضمون المقدم من خلالها. (أمين، 2007، ص68)

وظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" سنة 1974م من تأليف "إليهو كاتز" (Elihu Katz) و"جاي بلومر" (Jay Blumler)، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر. ومن وجهة نظر "كاتز" و"بلومر" فإن مدخل الاستخدام والإشباعات يعنى بالأصول الاجتماعية والسيكولوجية والاحتياجات التي يتولد عنها توقعات من وسائل الإعلام أو أي مصادر أخرى والتي تؤدي إلى أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام، حيث ينتج عنها إشباعات للاحتياجات ونتائج أخرى في الغالب غير مقصودة. (كافي، 2015، ص219)

وبالتالي فالنظرية ترى أن جزءا هاما من استخدام الناس لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف يحددها الأفراد، وهم يقومون باختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع احتياجاتهم مثلما قال "مارك ليفي" هناك خمسة أهداف وغايات من استخدام الناس لوسائل الإعلام وهي مراقبة

البيئة ومعرفة ما يدور حوله والتوجه المعرفي لكسب الجديد من الحقائق وعدم الرضى عما لديه وكذا التوجه العاطفي ثم التسلية والترفيه. (المفلاح، 2015، ص72)

يقوم مدخل الاستخدامات والإشباع على عدد من الفروض التي تمت مراجعتها لتلائم ما تم التوصل إليه من نتائج حول جمهور وسائل الإعلام، وتتلخص فيما يلي:

- أن السلوك الاتصالي سلوك هادف وذو دوافع، حيث يسعى جمهور وسائل الإعلام بإيجابية لتحقيق أهداف محددة من خلال استخدام هذه الوسائل.
- يتخذ الجمهور مبادرة انتقاء واستخدام وسائل الاتصال لإشباع حاجاتهم ورغباتهم الشخصية، فقد يكون استخدام الجمهور لوسائل الإعلام هو استجابة لاحتياجاتهم الأساسية، ولكنه من ناحية أخرى يشبع حاجاتهم ويلبي رغباتهم، كالبحث عن المعلومات لحل مشكلة ما.
- يتأثر السلوك الاتصالي لجمهور وسائل الإعلام بمجموعة من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تعمل بمثابة المتغير الوسيط بين الوسيلة وجمهورها، فهذه العوامل تعمل كالمرشح أو المصفاة لاستجابات الفرد السلوكية تجاه وسائل الإعلام.
- قد تؤثر وسائل الإعلام في سمات الفرد من ناحية أو في البناء الاجتماعي والسياسي والثقافي والاقتصادي للمجتمع من ناحية أخرى، ومن ثم يمكن الاستدلال على المعايير الاجتماعية والثقافية السائدة في مجتمع ما، من خلال استخدام أفراد وسائل الإعلام.
- تتنافس وسائل الإعلام مع أشكال الاتصال الأخرى على عمليات الانتباه والانتقاء والاستخدام التي يجريها الجمهور لإشباع حاجاته ورغباته، فهناك علاقة مؤكدة بين الاتصال الشخصي والجماهيري، حيث أن الطريقة التي تلبي بها وسائل الإعلام الاحتياجات تختلف من فرد لآخر باختلاف الظروف الاجتماعية والنفسية المحيطة بكل فرد. (أمين، مرجع سابق، ص ص 70-71)

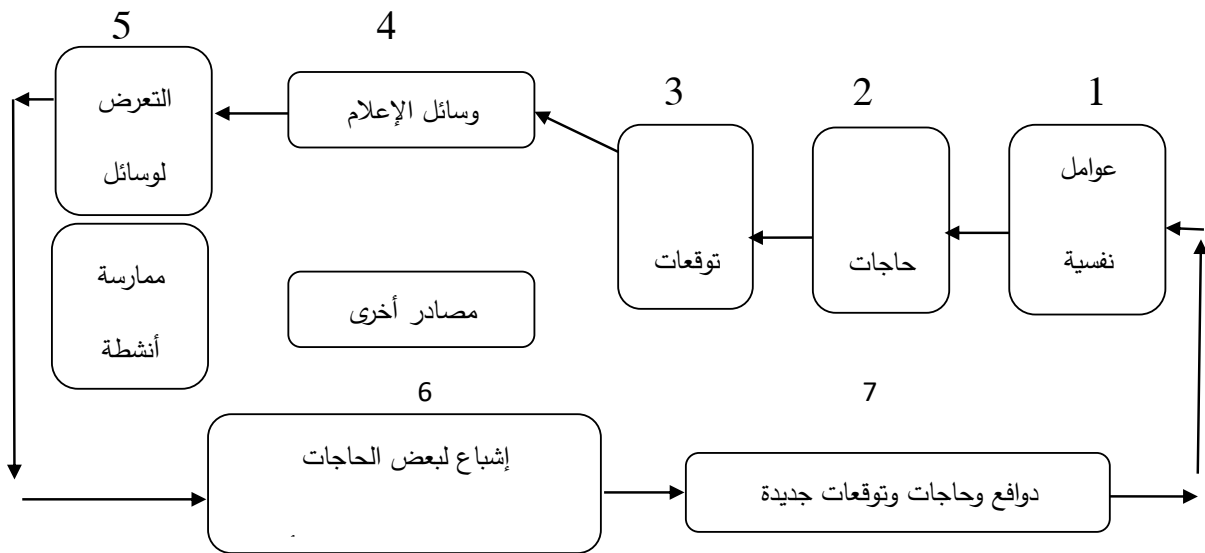
ويسعى منظور الاستخدامات والإشباع إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي:

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

ويربط "آلان روبن" الأهداف الثلاثة السابقة بمنظور التحليل الوظيفي من خلال التأكيد على نمط السلوك الفردي، حيث يكون الفرد هو وحدة التحليل، وتكون علاقات الفرد بمحيطه الاجتماعي هي البناء، ويكون ملاحظة سلوك الأفراد عند استخدامهم لوسائل الاتصال هو الأنشطة، وتكون نتائج نمط السلوك الفردي في علاقته مع كل من وسائل الاتصال، والمحتوى، والاهتمامات العامة للجماهير هي الوظائف.

ويعرض "روزنجرين" 'Rosengren' مجموعة العناصر التي تشكل منظور الاستخدامات والإشباع، والتي تبدأ من تولد حاجات بيولوجية ونفسية واجتماعية لدى الإنسان، وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بالفرد، وينتج عن ذلك مشكلات فردية تختلف في حدها، وحلول محتملة لتلك المشكلات، وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات أو إشباع الحاجات، ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى، ويؤدي ذلك إلى إشباع أو عدم إشباع، ثم تتولد حاجات إضافية تمر بنفس المراحل السابقة. (عماد مكاوي، حسين السيد، مرجع سابق، ص ص 241-242)

وقد عبر "كاتز وزملاؤه" عن نموذج الاستخدامات والإشباع في الشكل التالي:



الشكل 1: نموذج "كاتز" للاستخدامات والإشباع

لقد أصبحت نظرية الاستخدامات والإشباع تستخدم بشكل واسع باعتبارها الأكثر ملاءمة لدراسة استخدام الإنترنت، وحسب "رايس" و"وليمز" فإن الإعلام الجديد يعتبر ساحة خصبة لاختبار العديد من النظريات والنماذج، ومنها نظرية الاستخدامات والإشباع،

بالإضافة إلى مقالات "ستورفر" و"قرانت" بين 1994 وديسمبر 1996 أشارت إلى مدى ملاءمة النظرية لبحوث الإعلام الجديد، ويقترح "نيوهاجن" و"رافايلى" أ، نظرية الاستخدامات والإشباعات ستكون صالحة للاستخدام خاصة في ظل تحولية الإنترنت. وتوقع "روجيرو" (2000)، من خلال عدد من البحوث أن الإنترنت ستساهم في العديد من التحولات، مما يؤدي إلى تغيرات عميقة في عادات مستخدمي وسائل الإعلام إلى جانب الأدوار الشخصية والاجتماعية. وقد كان محقا في توقعاته، حيث أن التفاعل الشخصي مع الأصدقاء والعائلة والاتصال المهني تحول من العالم الفيزيائي إلى فضاء الإنترنت وخاصة مع زيادة شعبية مواقع الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك، ماي سبيس، يوتيوب، تويتر وغيرها من مواقع التدوين. (نومار، 2011-2012، ص 47)

ولقد كشفت العديد من الدراسات التي لها علاقة بالاستخدامات والإشباعات بأن مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي يستخدمونها لتحقيق إشباع اجتماعية بالدرجة الأولى، وذلك للحفاظ على العلاقات القائمة والتعرف على أصدقاء جدد، ويميل المستخدمون إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اجتماعيا نظرا للتفاعلية اللامحدودة التي توفرها، حيث يمكن من خلالها إرسال وتلقي الرسائل والمستجدات وتحديثات الأخبار العاجلة من رسائل التبليغ، والتفاعلية تخصص لصاحب الحساب أو المشتركين معه على موقعه صفحة تستعرض آخر المستجدات. ضف إلى ذلك فإن عديد المشتركين في مواقع التواصل الاجتماعي يستخدمونها لتقديم أنفسهم وتطوير علاقاتهم الاجتماعية، ومن بين الإشباعات المحتملة الخاصة بالحفاظ على شخصية الفرد في الأنترنت والتي تتكامل مع شخصيته الواقعية هو مقدار الكشف الذاتي الذي تتيحه مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها والذي يمكنه من الاتصال من خلال تقديم نفسه عبر الصداقات والعلاقات الاجتماعية ومكان الإقامة والميولات والاتجاهات التي يتبناها. (بركات، مرجع سابق، ص 41)

ومنه وباتخاذنا لنظرية الاستخدامات والإشباعات مرجعا نظريا نفترض أن مستخدمي الفيسبوك جمهورا نشطا ويستخدم الموقع لتحقيق جملة من الاحتياجات وإشباع رغبات مختلفة قد تكون اجتماعية ومعرفية وترفيهية وأخرى عاطفية، زيادة على ذلك فإن مواقع التواصل الاجتماعي تتسم بالتفاعلية مقارنة بوسائل الإعلام الجماهيري القديمة التي بنت النظرية افتراضاتها عليها، فجمهور الفيسبوك هو جمهور يؤثر ويتأثر من خلال التفاعل المستمر عبر

صفحاته المختلفة فهو مرسل ومستقبل في آن واحد، وعليه فدراستنا الحالية تبحث في علاقة استخدام الفايسبوك كأشهر موقع للتواصل الاجتماعي بتغير الروابط الاجتماعية سواء بالإيجاب أو السلب، ولا بد لهذا التغير في العلاقات والروابط من مسببات تختلف باختلاف الاستخدام المرتبط بالعديد من المتغيرات كالسن والجنس وعدد ساعات التصفّح في اليوم وكذا عدد الأصدقاء وغيرها من المتغيرات التي أخذناها بعين الاعتبار في بناء استمارة الاستبيان.

خلاصة الفصل

تم في هذا الفصل إعطاء نظرة واضحة وصورة عامة لموضوع الدراسة من خلال تحديد إشكالية الموضوع وما تضمنته من سؤال رئيس وأسئلة فرعية بينت مسار الدراسة وحدود الموضوع، وذكرنا أسباب اختارنا لهذا الموضوع، كما شمل هذا الفصل إبراز أهمية الدراسة الحالية وكذا الأهداف المسطرة التي نودّ تحقيقها من قيامنا بهذه الدراسة، وقدمنا بعض التعاريف الاصطلاحية والإجرائية للمفاهيم الأساسية وخاصة تلك التي شملها عنوان الدراسة، ومن ثم عرجنا لذكر مجموعة من الدراسات العربية والمحلية المشابهة للدراسة الحالية وتجنبنا الأجنبية منها عمدا لاختلاف المجتمعات العربية عن الغربية من حيث العادات والتقاليد والديانة وبالتالي اختلاف النتائج وتضاربها فيما يتعلق بالروابط الاجتماعية وما تحدثه شبكات التواصل الاجتماعي بها، وفي الأخير عرضنا المقاربة النظرية للدراسة والتي تمثلت في نظرية التفاعلية الرمزية المفسرة للفعل التواصلي ونظرية الاستخدامات والإشباعات كنظرية ونموذج قدمت تفسيراً في تعامل جمهور المتلقين مع وسائل الإعلام من حيث التأثير والتأثر ودوافع الاستخدام، وما شبكات التواصل الاجتماعي إلى نموذج لوسائل الاتصال والإعلام الحديثة والتفاعلية.

الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"

تمهيد

أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي

أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

ثانياً: موقع فايسبوك

تعريف الفايسبوك

نشأة وتطور الفايسبوك

خصائص الفايسبوك

إيجابيات وسلبيات الفايسبوك

تمهيد:

لقد عمل الإنسان جاهدا على تطوير وسائل اتصاله عبر التاريخ إلى أن وصلت إلى أبعد الحدود وإلى ما لم يكن يتوقع، وهو ابتكار الشبكة العنكبوتية أو ما يعرف بالإنترنت، هذه الأخيرة عملت بمثابة شبكة إلكترونية تربط بين بلدان العالم لنقل الأخبار والمعلومات وكل ما يستجد، ويتم ذلك عبر العديد من المدونات وصفحات الأخبار ومواقع التواصل المختلفة، هاته المواقع أخذت الصبغة الاجتماعية لما توفره من تواصل وتفاعل بين أفراد المجتمع الواحد أو بين مختلف المجتمعات، فأطلق عليها بمواقع التواصل الاجتماعي أو شبكات التواصل الاجتماعي، وهي صيحة تكنولوجية لافتة ألغت الحدود واختصرت الزمن في تواصل بني البشر عبر العالم، وقد تلغى حتى الثقافات والخصوصيات بين مختلف المجتمعات لما تجر إليه من عولمة للفكر والثقافة وأنماط العيش. وفي هذا الفصل سوف نعرض ما يعرف بهذه الشبكات الاجتماعية من حيث التعريف والنشأة والخصائص والنماذج، مع التفصيل في أشهر موقع من هاته المواقع وهو موقع "فايسبوك" والتي اختصت دراستنا في مجتمع بحثها من مستخدمي هذا الموقع لما له من شهرة أدت إلى تضاعف مستخدميه في وقت وجيز وخاصة في الجزائر لخصائص هذا الموقع التي استمالت المشتركين إليه.

أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي

1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

تعددت تعريفات شبكات التواصل الاجتماعي من باحث لآخر، لكن كلها تتفق على أنها مواقع إلكترونية مهمتها التشبيك بين الأفراد لتبادل الأخبار والأفكار والاهتمامات المشتركة، فقد عرفت كل من جيني بريس (Jenny Preece) ومالوني كريشمار (Maloney Krichmar) في كتابهما المشترك *Design, Theory, and Practice Online Communities*، الصادر عام 2015م، على أنها مكان يلتقي فيه الإنسان لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عددا من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج. وتعرف كذلك على أنها مواقع الإنترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة. (الجنابي، 2020، ص55)

فالتعريف الأول رغم الاختصار في وصفه للشبكات أنها مكان وكأنه فيزيولوجي وليس إلكتروني، إلا أنه بين أن هاته الشبكات والمواقع تحكمها سياسات لتحقيق أغراض معينة مدرجة في البرامج التي تنظم سير هاته المواقع. والتعريف الثاني بين أنها مواقع إنترنت والشطر الثاني للتعريف يوضح نمط الفاعلية للمستخدمين في إنشاء الصفحات أو الإضافة إليها أي أن المستخدم للشبكات الاجتماعية مرسل ومستقبل في نفس الوقت وهي سمة وسائل الإعلام والاتصال الحديثة.

ومن الناحية الوظيفية لشبكات التوصل الاجتماعي بالنسبة لجمهور المستخدمين فقد عرفها "صالح جاويش أوغلو" بقوله «أن الثورة التكنولوجية الحاصلة في وسائل الاتصالات، والتي يبدو أنها لا تعرف التوقف، قد ساعدت ومكنت الجمهور من تأسيس إعلامه الخاص به، حتى بات المواطن المتلقي نفسه إعلاميا، يكتب ويذيع وينتج البرامج المرئية وينشرها ويذيعها من على الإنترنت لمواطنين مثله مثلهم، وأصبحوا يتبادلون المعلومات الإخبارية من دون الحاجة إلى صرف المبالغ الطائلة، التي تصرفها الوسائل الإعلامية التقليدية. وهكذا أصبحنا نسمع بمصطلحات جديدة مثل "المواطن الصحفي" في مجال الإعلام والاتصالات لم نكن نسمعها من قبل، وذلك بسبب الدور الفاعل للمتلقي/ الجمهور في العملية الإعلامية، وبمساعدة وسائل وتقنيات وسائل الإعلام والاتصالات الجديدة». (بسيوني، 2015، ص26)

أعطى التعريف السابق صورة عن منتجات شبكات التواصل الاجتماعي، وهو الإعلام الجديد، والذي أصبح الفرد في المجتمع مشاركا في المحتوى الإعلامي المتداول، سواء الأحداث المباشرة أو الأخبار المختلفة، وهذا ما يوضح لنا صورة المستخدم لموقع فايسبوك كيف يغوص بين الصفحات الإخبارية والمحتويات الإعلامية، ولا يمكنه الانقطاع عنها حتى تصل به إلى درجة الإدمان، عندها تضع الفرد في عزلة عن محيطه ومجتمعه الواقعي ويسحب إلى مجتمع افتراضي، مما يؤثر على علاقاته الاجتماعية خاصة الأسرية منها.

ويعرف الأستاذ الدكتور عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر مواقع التواصل الاجتماعي أنها عبارة عن منظومة من الشبكات الإلكترونية تهئ الفرص للمشاركة بإنشاء مواقع خاصة بهم أو مواقع عامة يمكن الانضمام إليها، حيث تتيح للأفراد أو الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي، مع إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات الإلكترونية، وإجراء المحادثات الفورية وإرسال الرسائل، ومن مزايا تلك الشبكات الاجتماعية التواصل الفعّال بين المشتركين فيها، وسهولة التعامل معها. (الشاعر، 2015، ص22)

لقد فصل "الشاعر" في تعريفه لمواقع التواصل الاجتماعي وما تتيحه للفرد من خدمات إعلامية ومعلوماتية وتفاعلية، ويمكن القول أن موقع فايسبوك هو من يتفرد بجمع هاته الخدمات، وهذا ما يبرر تضاعف مشتركه الذي فاق عددهم المليارين مستخدم.

2- نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي:

تعتبر أوائل التسعينات من القرن الماضي هي البداية الحقيقية لظهور المواقع الاجتماعية، أو التي تسمى شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت، حين صمّم "راندي كونرادز" موقعا اجتماعيا للتواصل مع أصدقائه وزملائه في الدراسة بداية عام 1995م، وأطلق عليه اسم (Classmates.com)، وبهذا الحدث سجل أول موقع تواصل إلكتروني افتراضي بين الناس. ثم بدأت مواقع التواصل الاجتماعي بالانتشار، فظهر موقع "Six degrees.com" عام 1997م، من أجل وضع ملفات شخصية وخاصة لمستخدمي الموقع مع التعليق على الأخبار بالموقع، وتبادل الرسائل النصية بين المستخدمين، وتبع هذا الموقع في الظهور عام 2003م موقع "MySpace.com" ثم موقع "FaceBook.com" وهو الموقع الذي يسهل للمستخدمين تبادل الأخبار والمعلومات فيما بينهم وإتاحة الفرصة للأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الخاصة، وأصبح

موقع فايسبوك لا يؤثر فقط في نطاق المجتمع الافتراضي، بل أثر على واقع حياة المتعاملين الاجتماعية السياسية والثقافية والدينية. (الشاعر، المرجع السابق، ص 19)

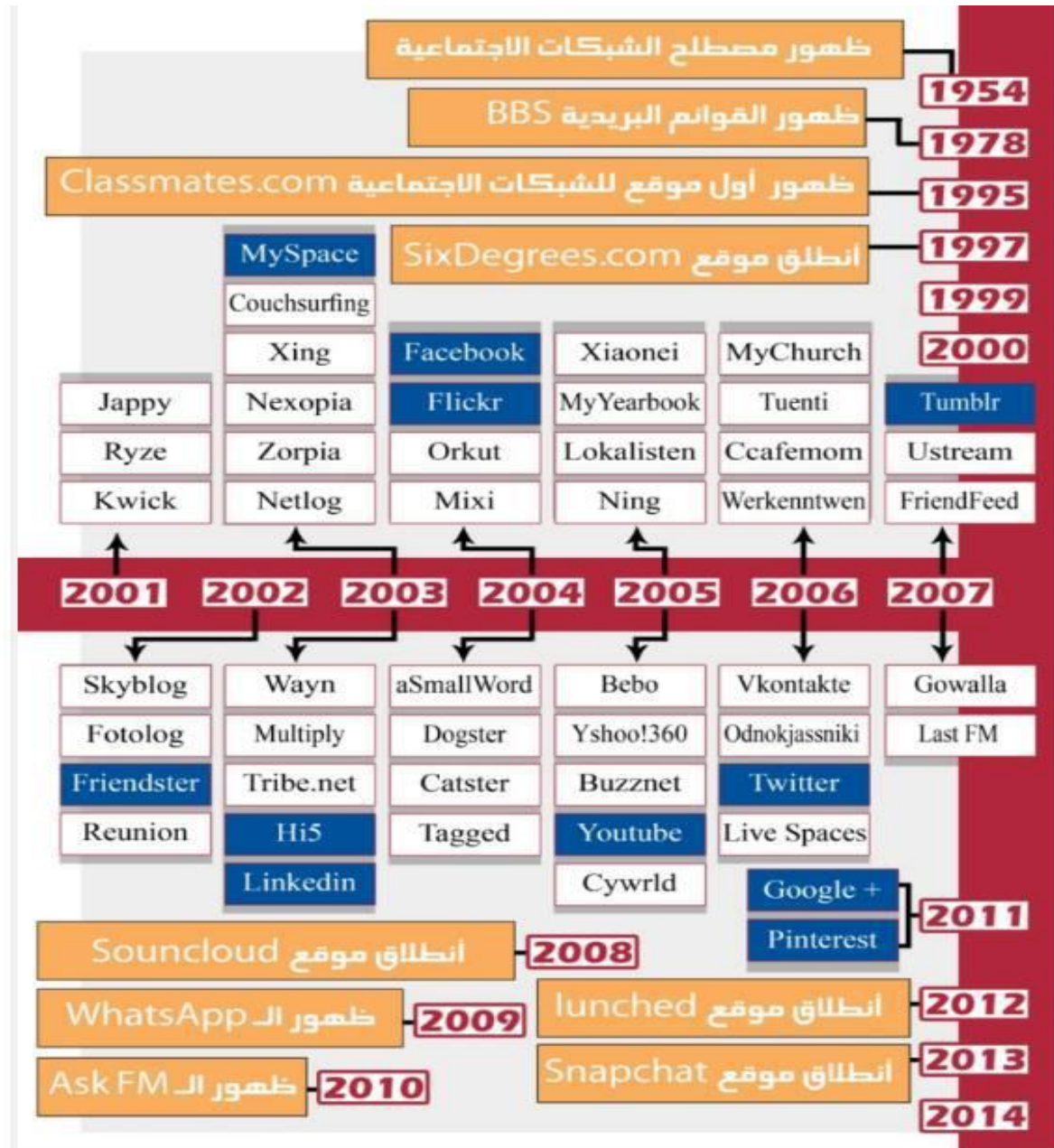
لقد ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية بين الأعوام 1999 و2001م، لكنها لم تحقق النجاح الكبير. وفي عام 2002م أنشئ موقع (Friendster) على يد "جوثان أبرام" ويعد أول شبكة اجتماعية تحقق خصائص وسمات الويب 2.0 (الجيل الثاني)، وقد حقق نموا كبيرا في بداية نشأته حتى كان ينمو بمعدل 15% أسبوعيا، إلا أن نجم الموقع بدأ يخفق بعد ظهور العملاقين (ماي سبيس) و(فايسبوك) اللذان بدءا بالانتشار المتوازي حتى قام فايسبوك في عام 2007م بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فايسبوك بشكل كبير. ولقد أضافت بيئة الويب 2.0 خصائص جديدة مميزة للشبكات الاجتماعية جعلتها أكثر تفاعلية وأنتجت وسائل جديدة للتفاعل الاجتماعي بين الأعضاء، فلم يعد الموقع الاجتماعي مجرد ملف بيانات المستخدم فقط، بل أمكنه الانضمام لشبكات عديدة داخل المجتمع الواحد، وأصبح بالإمكان مشاركة الأصدقاء في الصور والفيديو والأحداث والمناسبات الخاصة. (البياتي، 2014، ص 376)

وفي مارس عام 2006م كانت بداية ميلاد الخدمة المصغرة للتدوين والتواصل الاجتماعي بظهور موقع (Twitter.com) الذي صممه كل من "جاك دورزي Jack Dorsey" و "بيز ستون Biz Stone" و "إيفان ويليامز Evan Williams" كمشروع بحث تطويري أجرته شركة Obvious الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر 2006م، وقد بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة للتواصل عام 2007م لتقديم خدمة التدوينات المصغرة، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات، وبعد ذلك تم فصل هذه الخدمة عن الشركة الأم، واستحدث لها اسما خاصا يطلق عليه Twitter بدّ من ديسمبر 2009م، ويعرف الموقع حاليا نموا كبيرا بمختلف اللغات والبلدان، حيث فرض نفسه وجذب إليه أعدادا كبيرة من المستخدمين. (بركات، مرجع سابق، ص 142)

ويرتبط اسم شبكات التواصل الاجتماعي بالإنترنت لأنها القناة الحاملة لكل المواقع، وزادت فاعلية وديناميكية شبكات التواصل بتطور الإنترنت من جيل لآخر. وتختلف أنظمة استخدام الشبكات بحسب التطبيقات التي تضاف إليها وحسب هندسة المطورين للبرامج التي

تعمل من خلالها الشبكات، فالموقع الذي يقدم خدمات متميزة عن غيره وتحقق رغبات واحتياجات المستخدمين هو الذي يظفر بزيادة عدد مشتركيه على غرار موقع فايسبوك الذي تريع على عرش مواقع التواصل الاجتماعي.

الشكل (2): مخطط يوضح مراحل التطور التاريخي لمواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: (بركات، مرجع سابق، ص 145)

3- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:**3-1- الشبكات الاجتماعية الشخصية:**

يعتمد هذا النوع على ملف شخصي لكل مستخدم إضافة إلى خدمات عامة والمتمثلة في المراسلات الشخصية ومشاركة المستخدمين فيما بينهم من خلال تبادل الصور والملفات المرئية والروابط والنصوص والمعلومات، ومن أمثلة هذه المواقع موقع (Nearbie) والذي يتيح للمستخدم وأصدقائه طرح ونشر الأحداث والمناسبات الاجتماعية وربطها بزمان للحفاظ على الذكريات. وموقع (Tributes) وهو عبارة عن شبكة اجتماعية خاصة بالأموال يتم إنشاء ملف خاص بهم فيها، يحتوي على تاريخ ميلادهم ووفاتهم، وصورا ومقاطع فيديو لهم، وتمكن المستخدمين من توصيل التعازي والاطلاع على ذكرياتهم. (ذيب، 2020-2021، ص71)

3-2- الشبكات الاجتماعية الثقافية:

وتستقطب هذه الشبكات مستخدمين مثقفين من أنحاء العالم كل موقع حسب اختصاصه مثل موقع IMedix المتخصص في الجانب الصحي.

3-3- الشبكات الاجتماعية المهنية:

تربط هذه الشبكات أصحاب العمل وأصحاب الأعمال والشركات، وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تحتوي على سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم والمشاركين في العمل معهم. ومن أشهرها موقع LinkedIn الذي يعد مقرا للعديد من شركات التوظيف التي تقوم بطرح سؤال في مجال احترافي معين وصاحب أفضل إجابة يتحصل على الوظيفة بعد تجميعه لنقاط الخبرة (Expert Points)، والتي تظهر في ملفه الشخصي وتؤهله للظهور في الصفحة الأولى ضمن أعلى المستخدمين نقاطا، كما يتم عرض أكثر المستخدمين تقدما لإجابات صحيحة. (عبادة، 2016-2017، ص83)

4- أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

مواقع التواصل الاجتماعي كثيرة لذلك سنختار أهمها وهي المواقع التي عرفت انتشارا واستقطبت المستخدمين، رغم أن تصدرها في الترتيب يختلف من سنة لأخرى بينها وسنستثني من هذه المواقع أكثرها شهرة وأولها وهو موقع فايسبوك الذي سنفرد له مبحثا خاصا يلي هذا المبحث، باعتبار أن عينة بحثنا من مستخدميه. وفيما يلي نسردهم أهم هاته المواقع.

4-1- اليوتيوب YouTube:

اختلفت الآراء حول موقع (يوتيوب) وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أو لا، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو، وإن تصنيفه كنوع من مواقع التواصل الاجتماعي نظراً لاشتراكه معها في عدة خصائص، فإذا اعتبرناه كذلك فهو أهم هذه المواقع نظراً للأهمية الكبيرة التي يحتلها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع. فهو موقع إلكتروني يسمح بدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني، حيث يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح لمجموعة معينة فقط بمشاهدتها، وهو أحد أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت دون أي تكلفة مالية، فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقاطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، فضلاً عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونه من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدم الموقع.

وقد تأسس هذا الموقع سنة 2005م من طرف ثلاثة موظفين سابقين في شركة "باي بال" (Pay Pal) وهم "تشاد هيرلي"، و"ستيف تشين"، و"جاود كريم" في مدينة كاليفورنيا، ويستخدم الموقع تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، حيث أن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، ومقاطع الموسيقى، والفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها. ويعتبر اليوتيوب الموقع الأكثر مشاهدة على الإنترنت، واشترته شركة جوجل عام 2006م وضمته إليها. (حسين عيد يونس، 2016، ص16)

4-2- شبكة تويتر Twitter:

هو أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي، وأخذ اسمه من مصطلح "تويت" بمعنى (تغريدة) واتخذ من العصفورة رمزاً له، ومن الناحية العلمية فهو خدمة مصغرة تسمح لمستخدميه بإرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرف للرسالة الواحدة وذلك باستخدام أربعة أرقام خدمية تعمل في الولايات المتحدة وكندا والهند بالإضافة إلى الرقم الدولي والذي يمكن لجميع المستخدمين حول العالم الإرسال إليه في المملكة المتحدة، ورغم أنه ظهر في أوائل 2006م

كمشروع تطوير بحثي إلا أنه انتشر فيما بعد كخدمة جديدة خاصة عام 2007م، وخلال شهر أبريل من نفس السنة قامت الشركة الأم (Obvious) بفصل الخدمة عنها وتكوين شركة جديدة باسم Twitter. (ذيب، مرجع سابق، ص 71)

ويمكن للمستخدمين الاشتراك في تويتر بشكل مباشر عن طريق الصفحة الرئيسية للموقع وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب، حيث يظهر آخر التحديثات بترتيب زمني وتدور التحديثات حول السؤال "ماذا تفعل الآن؟" والتي لا تتجاوز 140 حرفاً، وبعد أن يقوم المستخدم بتحديث حالته ترسل التحديثات إلى الأصدقاء، ولاقى تويتر استحسان الملايين من المستخدمين والعديد من الشركات العاملة في مجال الإعلام والإنترنت، وعلى الرغم من تكوين خدمات أخرى منافسة لتويتر إلا أن المستخدمين ارتبطوا به وباستخدامه، وقد تعرض الموقع لعديد الصعوبات في النصف الأول من عام 2008م بزيادة فترات توقف الموقع عن العمل لعدة أسباب، إما لزيادة عدد المستخدمين على الموقع أو بسبب عطل في الخوادم وقواعد البيانات، مما اضطر الكثير من مستخدميه إلى البحث عن بديل عنه يلائم رغباتهم ويلبي احتياجاتهم. ورغم ذلك يعتبر الموقع ثاني أكبر شبكة اجتماعية من حيث أعداد المشتركين. (السحيمي، مرجع سابق، ص 30)

3-4- موقع ماي سبايس Mye Space:

يعتبر سادس أكثر مواقع الويب الإنجليزية شعبية في العالم، وثالث أكثر المواقع شعبية في الولايات المتحدة الأمريكية، تأسس سنة 2003م على يد "توم اندرسون" و"كريس دي" وفريق صغير من المبرمجين، ويتيح التفاعل بين الأصدقاء من جميع أنحاء العالم، كما يتيح تشكيل ملفات إلكترونية عن حياتهم والالتحاق بمجتمع خاص وتحديد مواعيد الالتقاء والتشابك المهني والترويج للأعمال، ويسمح الموقع أيضاً بنشر وتبادل الصور والمدونات ومقاطع الفيديو بين المستخدمين من كل أنحاء العالم. (عبادة، مرجع سابق، ص 85)

4-4- موقع جوجل بليس Google plus:

هو شبكة اجتماعية تديرها شركة جوجل Google، بدأت العمل في 28 جوان 2011م مع التكامل في عدد من منتجات وخدمات جوجل، ولكن لم يكن التسجيل مسموح إلا بواسطة الدعوات فقط بسبب وجود الخدمة في الطور التجريبي. ومنذ 20 سبتمبر 2011م فتح الموقع

حق التسجيل لأي شخص من سن 18 سنة فما فوق بدون حاجة لأي دعوة من أي شخص آخر.

وطرح Google + خدمات مثل الدوائر ومكالمات الفيديو والاهتمامات والمحادثات الجماعية والمنديات والصفحات وغيرها، وتعتزم جوجل تطوير شبكتها الاجتماعية لكي تكون منافسا شرسا ضد Facebook أكبر شبكة اجتماعية في العالم، حيث وفر العديد من مميزات فايسبوك وتويتر بإمكانية إضافة أي مستخدم في دوائر مستخدم آخر، ولكن لا يستطيع رؤية محتوى منشوراته إلا تلك التي يجعلها مشاركة للعامة وهذا حسب ما يرغب به كل مستخدم. (بركات، مرجع سابق، ص 191)

4-5- موقع لينكدن Linkedin.com:

هو شبكة اجتماعية مختصة بالعمل والتجارة تضم العديد من المحترفين في العديد من المجالات ويتشاركون مجموعة اهتمامات. ففي الوقت الذي تركز فيه مواقع التواصل الاجتماعية مثل فايسبوك وماي سبيس على العلاقات الشخصية والاجتماعية، نجد لينكدن يسمح للمهنيين بإنشاء علاقات في المجال العملي وتعزيز خدماتهم ومهاراتهم المهنية. وهو من بين أهم الشبكات الاجتماعية المهنية.

ويعرفه موقع "تكنوبديا" على أنه موقع يضع فيه المستخدمين معلومات مهنية شخصية تتضمن تفاصيل مثل الخلفية التعليمية، التاريخ الوظيفي والعملي وكذا قائمة المشاريع المهنية الكبرى إلى جانب الشهادات المهنية والعضوية المهنية وكل هذه المعلومات توضع في الملف الشخصي الذي يمثل دليل المستخدم. ويمكن الموقع للمستخدمين من وضع صور ومشاهدة الملفات الشخصية والصور الخاصة بالآخرين، ومن ثم التعرف على الأشخاص الذين يبحثون عنهم، ويمكن لأصحاب العمل وضع قائمة وظائف للبحث عن مرشحين محتملين، كما يسمح الموقع بتضمين عدد من التطبيقات وكذا عرض الكتب التي يمكن شرائها عبر الإنترنت، مع إدراج خاصية إنشاء المجموعات حيث تتيح لأي شخص أن يشكل فريق من المهنيين والدخول في نقاشات حول الوظائف.

وحسب موقع Socialbacker.com فإن عدد مستخدمي موقع لينكدن أكثر من 136 مليون و 787 ألف مستخدم، وتتصدر الولايات المتحدة الأمريكية القائمة بعدد مشتركين بلغ أكثر من 59 مليون مستخدم تليها الهند بأكثر من 13 مليون مستخدم ثم المملكة المتحدة بأكثر من 8

ملايين مستخدم، أما في الوطن العربي فتصدر الإمارات المتحدة القائمة بعدد مستخدمين بلغ أكثر من 873 ألف مشترك ثم السعودية بما يقارب 600 ألف مستخدم ثم تأتي مصر، وحسب ذات الموقع فإنه لا يوجد ولا مستخدم من الجزائر في لينكدن إلى غاية 15 جانفي 2012م. (نومار، مرجع سابق، ص ص 61-62)

4-6- موقع فليكر Flickr.com:

تم تطوير موقع Flickr في سنة 2002م، بواسطة شركة لودي كورب ludicorp بكندا وتم إطلاقه لأول مرة في شهر فيفري سنة 2004م بعد أن قامت الشركة بتأسيس لعبة جماعية عملاقة على الإنترنت، وفي مارس 2005م قامت شركة ياهو Yahoo بشراء شركة ludicorp و Flickr.

وهو موقع اجتماعي خاص بتبادل الصور ومقاطع الفيديو على الإنترنت، ويستخدم الموقع بشكل كبير في تبادل الصور الشخصية بين الأصدقاء، وكذا من طرف الخبراء أو الهواة الذين يرغبون في نقل الصور التي التقطوها في العالم. أيضا يسمح هذا الموقع لمستخدميه بتنظيم صورهم كمجموعات شخصية أو مجموعات عامة تشترك في صفات معينة أو كليهما معا، أما البرنامج المنظم فيقوم بتنظيم الصور الموجودة في حساب Flickr ليسمح للمستخدمين بتعديل كلمات المفاتيح ووصف الصور وتنظيم أو إضافة الصور في مجموعات شخصية وإضافة الصور في مجموعات عامة وإضافة صور على خريطة العالم وبالك يسهل وضعها كحزم. ويوفر موقع Flickr خدمة حفظ الصور بشكل عام للزائرين حيث يستطيع أي متصفح للموقع مشاهدتها أو يستطيع محمل الصور جعلها خاصة فلا تتوفر إلا لصاحب الحساب أو من يسمح لهم بمشاهدتها، ويستطيع المستخدم عند تحميل الصور أن يحدد من يستطيع مشاهدة الصور أو لا، الصور الخاصة يشاهدها مالك الحساب بشكل دائم ولكنه يستطيع تحديد الصور المسموح مشاهدتها للعامة أو من يختارهم هو، أيضا يستطيع المستخدم مشاركة الصور الخاصة في المجموعات العامة لو أراد. (مصطفى صادق، 2008، ص 215)

4-7- موقع انستغرام Instagram:

انستغرام تطبيق مجاني لتبادل الصور، وهو أيضا شبكة اجتماعية، أطلق في شهر أكتوبر سنة 2010م، ويتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية. في البداية كان دعم انستغرام

على الآي فون والآي باد والآي بود، وفي أبريل 2012م أضيف لمنصة الأندرويد، وتطور في جوان 2013م ليوضع في تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين. وقد استحوذت شركة فايسبوك في أبريل سنة 2012م على تطبيق انستغرام بصفقة بلغت مليار دولار.

وقد زاد عدد المتابعين من مليون مستخدم في آخر سنة 2010م إلى تجاوز عتبة 300 مليون مستخدم في ديسمبر 2014م، ومع نهاية 2015م تجاوز عدد المشتركين في الموقع 400 مليون شخص منهم 180 مليون مشترك نشط شهريا يرفعون 80 مليون صورة يوميا، وبلغ مجموع الإعجابات 5.3 مليار منذ إنشائه.

(مركز المحتسب للاستشارات، 2017، ص ص30-31)

4-8- الواتس أب WhatsApp :

واتس أب تطبيق مراسلات فورية، مع إمكانية إرسال الصور والرسائل الصوتية، والفيديو والوسائط. تأسس في عام 2009م من قبل الأمريكي "بريان أكتون" والأوكراني "جان كوم (الرئيس التنفيذي)، وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع "ياهو"، ويقع مقرها في "سانتا كلارا" بكاليفورنيا. ويتنافس واتس أب مع عدد من خدمات الرسائل مثل: KakaoTalk، LINE، WeChat، وهو متاح لكل من: آي فون، بلاك بيري، أندرويد، سمبيان، ويندوز، فون 7 فقط، وعلى آي باد بصورة غير رسمية، ويتزامن مع جهات الاتصال في الهاتف، لذلك لا يحتاج المستخدم لإضافة الأسماء في سجل منفصل.

وتم إرسال عشرة مليارات رسالة يوميا على الواتس أب في أوت 2012م، كما زادت مليارين في أبريل سنة 2012م، وفي 13 جوان 2013م أعلنت واتس أب أنها وصلت إلى 27 مليار رسالة. واستحوذت شركة فايسبوك على الواتس أب في 19 فيفري من العام 2014م بمبلغ 19 مليار دولار أمريكي، وفي جانفي 2015م أعلن الرئيس التنفيذي للشركة عن بلوغ عدد المستخدمين النشطين شهريا أكثر من 700 مليون مستخدم. (مركز المحتسب للاستشارات، المرجع السابق، ص40)

وانتشر استخدام الواتس أب بين الشباب لسهولة التعامل مع هذه التقنية من خلال الهاتف المحمول، وإمكانية تشكيل مجموعات التواصل وتحويل الرسائل النصية والصور وحفظها، حتى أصبحت الوسيلة الشعبية للتواصل الاجتماعي والمؤثر الفاعل على السلوك الفردي والجماعي.

ويسهم الواتس أب كذلك في تداول الأخبار، وفي التعليم والاجتماعات والتوعية والدعوة والإرشاد. (الشاعر، مرجع سابق، ص 65)

5- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

لكل شيء خصائص وسمات تميزه عن غيره سواء في المجال الواحد أو مع تعددها، ولشبكات التواصل الاجتماعي خصائص ومميزات تتفرد بها عن غيرها من المواقع الإلكترونية الأخرى، مع أن هناك خصائص تميز حتى الشبكات الاجتماعية عن غيرها من قريناتها، فهناك ميزة تخص موقع أو بعض المواقع ولا تشترك فيها مواقع أخرى، وسنسردها في هذا العنصر أهم الخصائص التي تشترك فيها أغلب مواقع التواصل الاجتماعي وهي كما يلي:

1-5- الشمولية:

حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، وتلغي من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب من خلال الشبكة بكل سهولة.

2-5- التفاعلية:

أن الفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم، وتعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

3-5- اقتصادية في الجهد والوقت والمال:

في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل فالكل يستطيع امتلاك حساب على الشبكة للتواصل الاجتماعي وفي وقت وجيز، وبالتالي فهو ليس حكرا على أصحاب الأموال أو على جماعة دون أخرى. (الشاعر، مرجع سابق، ص 67)

4-5- المحتوى من صنع الزوار:

وهي من أهم خصائص وصفات مواقع التواصل الاجتماعي، فالمحتوى المنشور من صنع وإنتاج الزوار والمتصفحون، فصاحب الشبكة الاجتماعية مكلف ببناء بيئة مناسبة سهلة ليستطيع الزوار أن يسكبوا فيها ما يحملوه من معلومات وأفكار وكل ما يخطر في بالهم، ضمن توجه الشبكة العام وسياستها وقوانينها.

5-5- التحكم في المحتوى:

ويكون ذلك من خلال اختيار الأصدقاء الذي يعني أن صفحتك الرئيسية في الفيسبوك مثلا ستستقبل كتابات وصور وفيديوهات وأنشطة هذا المستخدم، وكذلك عند الاشتراك في

صفحة عامة، فإن هذا يعني أنك تود أن تظهر منشورات تلك الصفحة في صفحتك الرئيسية، وهكذا فمع استمرار علاقات الصداقة والاشتراكات في الصفحات والمجموعات التي يجريها المستخدم، فهو يحدد المحتوى الذي سيظهر في صفحته تباعا، فالمستخدم الذي معظم أصدقائه من الأشخاص المتفائلين في الحياة سيجد صفحته ممتلئة بعبارات التفاؤل ومحفزات النجاح والعكس صحيح. (العريشي، الدوسري، 2015، ص ص 61-62)

5-6- الفردية والتخصيص:

وهما نتيجة لميزة التفاعلية، فإذا ما كان الإعلام الجماهيري ميز إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردى هو إعلام القرن الجديد، والإنترنت هي أهم أدواته، جعلت بإمكان أي إنسان البحث عن الأغنية والبرنامج التلفزيوني والسينمائي والمعلومات الصحفية والعلمية التي يريد في الوقت الذي يريد. مع إمكانية أن توجه الرسالة إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس لكل المستخدمين.

5-7- اللاتزامنية:

وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا الموقع في الوقت نفسه. (الدريملي، 2013، ص 33)

5-8- الصفحات الشخصية:

أول ما يقوم به المستخدم عند دخوله لأي موقع للتواصل الاجتماعي هو التسجيل فيه أي الاشتراك في الخدمات التي يعرضها ويقدمها الموقع، وبالتالي فهو ينشئ صفحة خاصة به أو ملف شخصي وهي الصفحة الذي يضعها المستخدم ويطورها، ومن خلالها يقوم بالتعريف بنفسه بالنص والصور، الموسيقى والفيديوهات وغيرها، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاطه، ومعرفة أصدقائه والصور الجديدة التي وضعها... وغيرها من النشاطات.

5-9- الترابط:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر وصلات وروابط توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربط المستخدم بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا وهكذا مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات.

5-10- سهولة الاستخدام:

من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار مواقع التواصل الاجتماعي هو بساطتها، لذا فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الانترنت يمكنه إنشاء صفحة في الموقع وتسييرها، وهي مجانية ومفتوحة للجميع وتتيح للأفراد التسجيل فيها في الوقت الذي يتم فيه التسجيل في مواقع أخرى من خلال إرسال دعوة من طرف أعضاء سابقين في الموقع. (بركات مرجع سابق، ص ص 151-152)

ثانيا: موقع فايسبوك

1- تعريف موقع فايسبوك:

لقد سردنا بعض التعاريف لموقع فايسبوك خلال الفصل الأول ضمن عنصر تحديد مفاهيم الدراسة، ولا بأس أن نضيف بعض التعاريف الأخرى ضمن هذا العنصر الخاص بماهية الفايسبوك.

فيعرف الفيس بوك على أنه عبارة عن شبكة اجتماعية إلكترونية يمكن الدخول إليه، وتديره شركة "فيس بوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها. (شناوي، خليل عباس، 2014، ص 80)

الملاحظ أن التعريف السابق اقتصر على تبيان أن الفايسبوك يكون موقع إلكتروني، ذو طابع اجتماعي، وهو ملك لشركة خاصة على نفس اسمه. ولم يتطرق التعريف إلى كيفية المشاركة فيه أو الأنشطة التي يقوم بها المستخدمون فيما بينهم، ولم يوضح المجال الذي يتسع إليه فايسبوك.

أما "الزناطي" فيعرفه على أنه "شبكة اجتماعية على الأنترنت تتيح لمستخدميها إدخال بياناتهم الشخصية ومشاركتها مع بقية مستخدمي الموقع. (الزهراني، 2013، ص 9)

لقد أضاف تعريف "الزناطي" عن سابقه أن الموقع يسمح للمستخدمين إدخال بياناتهم الشخصية أي صفحة الملف الشخصي (Profile) ومشاركتها مع غيرهم من مستخدمي الموقع، ويبقى هو كذلك مختصرا وأعطى صورة عامة عن مفهوم موقع فايسبوك.

ويعرفه البعض على أنه مدونة أو صفحة شخصية على شبكة المعلومات، يناقش فيه صاحب الصفحة أصدقاءه ويتكلم معهم ويتبادل معهم الصور والفيديو والصوتيات، وهذا يعني

أن الفيس بوك في أساسه موقع إلكتروني، يتضمن شبكة اجتماعية تساعد الأفراد على الاتصال بأصدقائهم وعائلاتهم، وأصدقاء العمل بفاعلية عبر شبكة المعلومات. (ليه، 2009، ص5) ومن خلال التعريفات السابقة يمكن تعريف الفيس بوك باختصار على أنه موقع إلكتروني اجتماعي، أنشأ بهدف التواصل بين الأفراد لتبادل المعلومات والأفكار من خلال الصور والفيديوهات والتعليقات والدرشة وغيرها.

2- نشأة وتطور موقع فايسبوك:

كان في بداية نشأته لا يتعدى حدود مدونة شخصية وذلك في شباط سنة 2004م، بجامعة "هارفارد"

في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى مارك زوكربيرج، وكانت مدونته الفيس بوك محدودة في بدايتها في نطاق الجامعة مع أصدقائه، وكان مارك مهووسا في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقين له أن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جدا، حيث تخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار لكنها في زيادة مستمرة، وقد قال عنها مؤسسها زوكربيرج: " لقد أضحي كل منا يتكلم عن الفيس بوك العام، الذي تفكر الجامعة في إنشائه، أظن أنه من السخف أن يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من أجل تنفيذ ذلك. وجدت أن بإمكانني تنفيذه أفضل منهم وفي أسبوع واحد."

إلا أن هذه المدونة لم تحقق تميزا على المواقع الاجتماعية الأخرى التي سبقتها مثل (ماي سبيس) وغيره حتى عام 2007م، حين حقق القائمون على الموقع إمكانات جديدة ومنها إتاحة فرصة للمطورين، مما زاد من شهرة موقع الفيس بوك، حيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم، وتجاوز عدد المسجلين في هذه الشبكة في الأول من تموز سنة 2010م النصف مليار شخص، يزورونها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو. (العريشي، الدوسري، مرجع سابق، ص 37-38)

ويمنح الموقع لمشاركه سبعة أنظمة تطبيق على الجهة اليسرى للصفحة الرئيسية له، وهي ملف الصور، وملف المذكرات، وملف المجموعات، وملف الأحداث، وملف الرسائل، ملف التسوق، ملف الفيديو. ويتيح الفيس بوك أيضا عددا من المزايا مثل نظام "I Like" والذي يسمح بالعثور على أشخاص لهم نفس الاهتمامات، وسمه ال"Wall" أو لوحة الحائط وهي

عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تمكن الأصدقاء من إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم وسمة الـ "Pokes" أو النقرة الافتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشعار ينبه المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به، وسمة الـ "Photos" أو الصور وهي تمكن المستخدمين

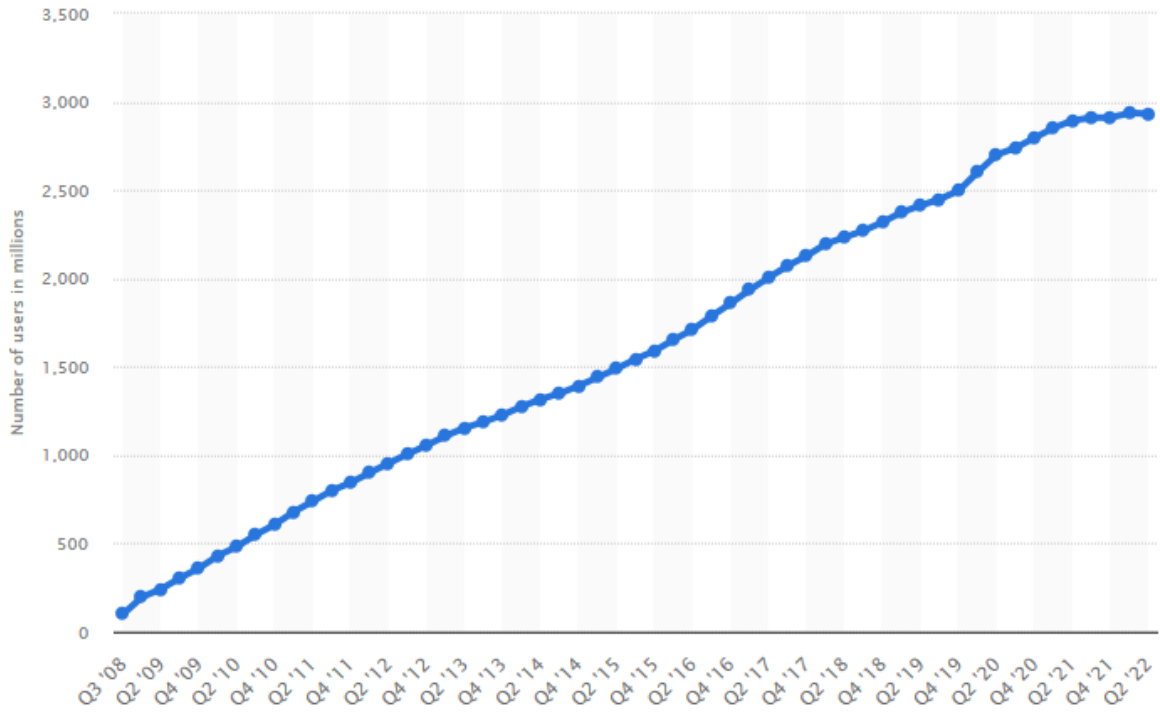
من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع، وسمة فيديو "video" تتيح تنزيل مقاطع فيديو على مواقعهم، وسمة الـ "Status" أو الحالة وتتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي، وجدير بالذكر أنه يمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم لأي شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم، وفقاً لإعدادات الخصوصية.

ومع مرور الوقت بدأ "الفايس بوك" في إضافة العديد من السمات الجديدة إلى الموقع، ففي 6 سبتمبر من عام 2006م تم الإعلان عن سمة "News Feed" أو التغذية الإخبارية، والتي تظهر على الصفحة الرئيسة لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة و أعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم، وقد أثارت هذه السمة في بداية الأمر حالة من الاستياء بين مستخدمي الفايس بوك حيث اشتكى البعض من سوء التنظيم وكثرة البيانات غير المرغوب فيها، وعبر البعض الآخر عن مخاوفهم من أن يؤدي ذلك إلى سهولة تعقب الآخرين لأنشطتهم الشخصية (مثل التغييرات التي تطرأ على علاقاتهم والأحداث المختلفة والمحادثات التي يتبادلونها مع الآخرين)، ورداً على تلك الحالة من الاستياء قدم زوكربيرج اعتذاره عن إخفاق الموقع في تقديم سمات مناسبة يمكن تخصيصها على نحو يحفظ خصوصية الأفراد، ومنذ ذلك الحين صار بإمكان المستخدمين التحكم في نوع البيانات التي يمكن تبادلها مع الأصدقاء بصورة تلقائية، وفضلاً عن ذلك فإنه يمكن للمستخدمين حجب التحديثات التي تطرأ على أنواع محددة من الأنشطة التي يقومون بها من أن يراها الأصدقاء مثل التغيير في الملف الشخصي أو الرسائل المكتوبة على لوحات الحائط الخاص بهم والأصدقاء الذين تمت إضافتهم مؤخراً، وفي يوليو من عام 2007م أتاح الفايس بوك امكانية إرسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء إلى لوحة الحائط، الذي كان مقتصراً من قبل على المحتويات النصية فقط. (إسماعيل، 2014، ص 178-179)

وموقع فايسبوك سهل الاستخدام على مختلف وسائل التكنولوجيا الحديثة على غرار الحاسب الآلي والهاتف الذكي، وتخص كافة المتعاملين الأفراد والشركات خاصة التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني بكل سهولة ودون جهد وتكلفة وفي أسرع وقت ممكن من خلال تكوين مجموعات الصداقة والتواصل والدرشات عبر هذا التطبيق الهائل، حيث يسهل للمستخدمين التفاعل والتواصل والانضمام لتلك المجموعات بناء على العوامل المشتركة كالعمل والدراسة وغيرها.

وبلغ عدد مستخدمي الفيسبوك في الربع الأخير من سنة 2012م قرابة المليار مستخدم حسب إحصائيات شركة فيسبوك، كما بلغ عدد المستخدمين له أكثر من 2.7 مليار مستخدم نشط شهريا ابتداء من الربع الثاني من سنة 2020م، واحتلت الهند المرتبة الأولى من حيث حجم المستخدمين من بداية جوان 2020م. وفي الجزائر بلغت نسبة مستخدمي الفيسبوك حوالي 15 مليون مستخدم للفيسبوك شهريا لسنة 2017م، حسب مصدر شركة الفيسبوك في الجزائر، وبلغت نسبة الرجال منه نسبة 65% ونسبة 35% نساء، وغالبيتهم شباب تتراوح أعمارهم ما بين 18 و24 سنة، وأغلب مستخدمي الفيسبوك عُرَاب بنسبة 49% ونسبة المتزوجين 29%، وفئة المخطوبين نسبتهم 9%. أما بالنسبة للفئات المتعلمة فإن فئة طلبة الجامعات هي النسبة الغالبة في استخدام الفيسبوك وتليها طلبة الثانوية، وحسب الولايات فإن الجزائر العاصمة هي الأكبر نسبة في الاستخدام للموقع بنسبة 31%، وتليها وهران ثم قسنطينة، سطيف، باتنة، ورقلة، عنابة، وأكدت الإحصائيات أن الصفحات الأكثر ولوجا لها من مستخدمي الفيسبوك هي صفحات دينية، ثقافية، إخبارية ورياضية. (ذيب، مرجع سابق، ص ص74-75)

الشكل (2): يوضح إحصائيات استخدام الفايسبوك من 2008 إلى 2022

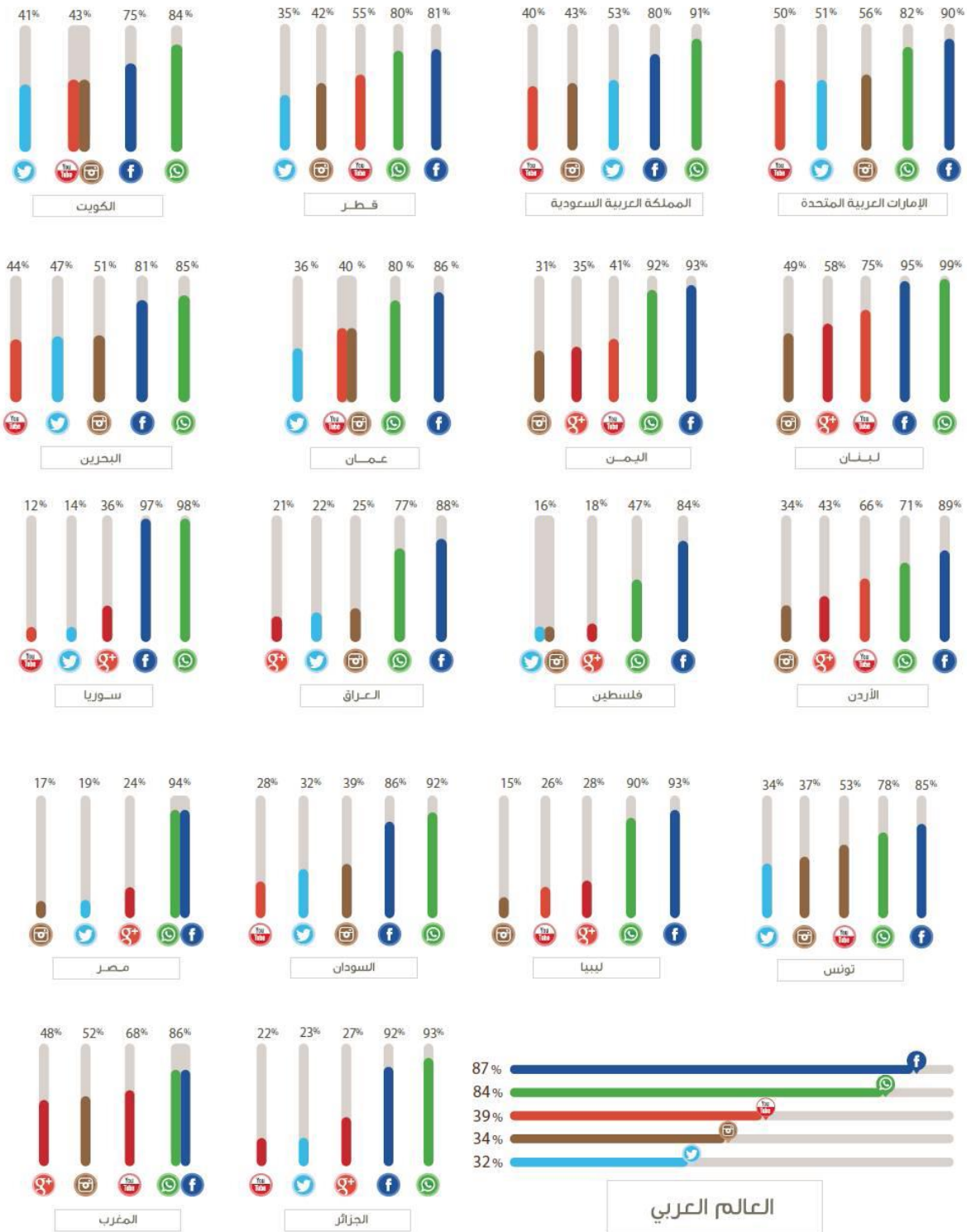


المصدر الرابط التالي:

<https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/#:~:text=With%20over%202.7%20billion%20monthly,network%20ever%20to%20do%20so>

وحسب تقرير عن وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، فالفايسبوك واوتس اب هما المنصّتان الأكثر استخداما بين وسائل التّواصل الاجتماعي في جميع دول العالم العربي، وفي الجزائر فقد احتل الواتس اب المرتبة الأولى بنسبة 93% من مجموع المستخدمين، ويليه مباشرة موقع فايسبوك بنسبة 92% وهما نسبتان متقاربتان جدا، فيما تقدّم موقع فايسبوك بالمرتبة الأولى على مستوى العالم العربي ككل، وهذا ما يوضحه الشّكل التّالي:

الشكل (4): (تقرير TNS حول شبكات التواصل الاجتماعي في العالم العربي، 2015)



(غضبان، 2017-2018، ص97)

3- خصائص موقع فايسبوك:

يمكن ذكر أهم خصائص الفايسبوك في النقاط التالية:

1 - ضخامة عدد المستخدمين وتساويهم في القدرة على إضافة المنشورات والتعليق عليها، فهي وسيلة اتصالية تسمح بالمشاركة الفعالة لكافة المستخدمين دون سيطرة لطرف على أطراف أخرى في عملية الاتصال، لتجسد بذلك نموذج الاتصال الذي ميّز الإعلام الجديد، فالمستخدمين مرسلون ومستقبلون فيما بينهم، وهو ما يسمى اليوم "بصحافة المواطن"، فتجاوز عدد مستخدمي الفايسبوك أي وسيلة اتصال للعدد الهائل، والذي شجّع أعدادا أكبر على الانضمام لاستخدامه.

2 - حرية المستخدم في تحديد هويته أو إخفائها، حيث يمكن لمستخدمي فايسبوك اختيار الاسم الذي يرغبون في التعامل به مع باقي المستخدمين وكذلك اختيار الصورة المعبرة عنه سواء صورهم الحقيقية أو أي صورة أو رسم، كما يسمح لهم بكتابة ما يريدون من معلوماتهم الخاصة (السن، الجنس، الوظيفة، مكان العمل، مكان وزمان الدراسة، الآراء والمعتقدات الدينية، الاهتمامات...)

3 - الاتصال الأفقي بين مستخدمي الفايسبوك، فخاصية التزامن جعلت التواصل بين المستخدمين يتسم بقدر عالي من الحيوية والفاعلية ميّزته عن أشكال شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى.

4 - خاصية التعليقات، فالفايسبوك يسمح للمستخدمين بإضافة تعليقاتهم وردود أفعالهم الفورية على الأحداث التي تقع في المجتمع، وعلى منشورات أصدقائهم.

5 - تعدد طرق البحث المتاحة عن الأصدقاء على موقع الفايسبوك، حيث يمكن البحث عن المستخدم المطلوب من خلال اسمه أو البحث عن طريق البريد الإلكتروني أو السكايب.

6 - يتميّز الفايسبوك بالتحديث المستمر للمنشورات حيث تظهر أي إضافة جديدة تلقائيا عند كافة المعلقين على المنشور، وكذا لصاحب المنشور أو لموضوع معين ممّا يجعل هذا الموقع يتّسم بالديناميكية الشديدة والتجدد المستمر وهي أمور تزيد من ارتباط المستخدم به. وهناك إضافات جديدة متعلقة بتحديث المنشور وإضافة الأصدقاء.

7 - إمكانية نشر الصور والفيديوهات والملفات وإضافة روابط انترنت سواء كانت منشورات أو تعليقات، كما يمكن للمستخدم إنشاء ألبومات صور خاصة به وبأصدقائه وعائلته،

ويمكن تبادل الرسائل العامة أو الخاصة والانضمام إلى مجموعات من الأصدقاء. وكوضع افتراضي فإن عرض البيانات التفصيلية للملف الشخصي يكون مقتصرًا على المستخدمين من الشبكة الواحدة نفسها وبعض الاستثناءات المحدودة الأخرى.

8 - يمكن لمستخدمي الفاييسبوك الانضمام إلى وحدة أو أكثر من الشبكات التي تقوم المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم بتأسيسها. فهذه الشبكات تمكن المستخدمين من التواصل مع أعضاء آخرين في الشبكة نفسها، كما يمكن للمستخدمين أيضا الاتصال بأصدقائهم مع السماح لهم بالوصول إلى ملفاتهم الشخصية. (عيساني، 2013-2014، ص 74-75)

9 - خاصية الصفحة الرئيسة حيث يظهر بهذه الصفحة كل جديد تعليقات وصور وروابط الأصدقاء الذين تمت إضافتهم، وربما قد يظهر تعليقات وصور وأصدقاء الأصدقاء كذلك، وذلك يحدث فقط بعد أن يمر المستخدم عبر إعدادات الصّلاحية، بأن يشاهد محتويات صفحته أصدقاء أصدقائه.

10 - خاصية الإعلان والتي تُمكن من الإعلان عن أي منتج يودّ المستخدم الإعلان عنه أو البحث عن أي منتج يرغب في شرائه. (غضبان، مرجع سابق، ص 93-94)

11 - خاصية الإعجاب وهي خاصية متاحة بنفس آلية التعليقات ومتاحة بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات التي ينضم لها المستخدم، وذلك أيضا يعتمد على الصّلاحيات الممنوحة للمستخدم التي تمكنه من أن يقوم بعمل إعجاب (Like) لأي نص أو صورة أو فيديو.

12 - خاصية الإشارة والمتاحة في الصورة والفيديو بحيث يمكن أن تلفت انتباه الأصدقاء عبر الإشارة إليهم في صورة أو في مقطع فيديو ويتم إرسال تنبيه لهم لأي تحديث جديد.

13 - النكزات والتي تتيح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشعار يُخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

14 - الدردشة أو إرسال الرسائل الفورية وهي في تطور مستمر من حيث إضافة أيقونات تعبيرية مختلفة ومتجددة وإضافات أخرى متعلقة بالمحادثات المباشرة باستخدام تسجيلات الصوت أو استخدام الكاميرا، وبهذه الخاصية يعتبر موقع فايسبوك موقع للتواصل الاجتماعي مع إمكانية التفاعل بالسرعة الفائقة والأنية، فما يميزه أنه وسيط تواصل وتفاعلي يجعل من

المستخدمين وكأنهم مع بعضهم في مكان واحد وفي غرفة واحدة. كما وتتوفر الكثير من الرموز التعبيرية التي تأتي على شكل صور صغيرة الحجم، والتي تعرف بـ "Emoji" لأن هناك بعض المستخدمين الذين يرغبون بمشاركة التعبيرات المزاجية على شكل نصوص وليس صور، ويمكن للمستخدم الحصول على مجموعة تعابير مزاجية مكونة من النصوص أو تحتوي على بعض الكلمات، تلك التعبيرات المختلفة والمصنوعة من رموز نصية، بحيث يمكن فقط اختيار أي تعبير من هذه التعبيرات والضغط عليه ليتم إرساله ومشاركته مع الآخرين بسهولة، وهذه الرموز التعبيرية في تطور وتنوع مستمر. (بركات، مرجع سابق، ص 165-166)

15 - من خصائص الفاييسبوك إنشاء المجموعات، فكل مشترك بالموقع بإمكانه أن ينشئ مجموعة ويسميتها ويكتب تعريف عن الفكرة، وتكون بين ذوي الاهتمام المشترك أو أعضاء نادي معين أو مجموعة فكر اجتماعي أو ديني.

16 - الصفحات والتي تختلف عن المجموعات رغم تشابهها في بعض المميزات، حيث أن الصفحات أكثر تفاعلا من خلال ظهورها لكل المستخدمين وتكون وسيلة للتواصل مع الشخصية المعنية.

17 - يضم الفاييسبوك العديد من الألعاب المختلفة، بحيث يمكن للمستخدم أن يشارك فيها ويلعبها ويجتاز مراحلها واحدة تلو الأخرى، والأكثر من ذلك أن بإمكان المستخدم أن يدعو عددا من أصدقائه لممارسة لعبة من الألعاب بشكل جماعي مثل لعبة المزرعة السعيدة.

18 - خاصية المناسبات التي تمكن المستخدم في الفاييسبوك القيام بدعوة جماعية لأصدقائه أو لأعضاء مجموعة معينة لأي حدث مهم عنده أو من أجل عمل جماعي أو موعد اجتماع واقعي، بحيث يوضح فيه عنوان الحدث وتاريخ بدايته ونهايته وتحديد الأعضاء المدعوين له، وقد تكون الدعوة عامة لكل مستخدمي الفاييسبوك.

19 - في العديد من الأحيان يقترح الفاييسبوك أصدقاء ويطلب إضافة أصدقاء قد تعرفهم وهو ما يعرف بآلية التشبيك، وغالبا ما يثير استغراب المستخدم والسبب هو أن الموقع يقوم بامتلاك عناوين قائمة معارف المستخدم في البريد الإلكتروني ويقوم بعمل اقتراح للصدقة إن كانوا أعضاء في الفاييسبوك أو لدعوتهم للانضمام إلى الموقع إن لم يكونوا فيه، وهذه الخطوة بمثابة خرق واضح من شركات البريد الإلكتروني بدون مشورة صاحب البريد. (ذيب، مرجع سابق، ص 80)

4- إيجابيات وسلبيات الفايسبوك:

لموقع فايسبوك إيجابيات وسلبيات سواء من ناحية الاستخدام وأنماط استعماله أو من ناحية القيم الأخلاقية والخصوصيات المجتمعية، وفي هذه الفقرة سنسرد جملة من أهمها:

4-1- إيجابيات الفايسبوك:

من الإيجابيات حسب التطبيقات أو الأيقونات التي يتيحها الفايسبوك نذكر ما يلي:

❖ السعر الصحيح:

ما من كلفة لإنشاء مجموعة ولا يحتاج الأمر إلى الكثير من الوقت مما يعني أنك تستطيع تخصيص المزيد من الوقت للتخطيط وضمّ الأعضاء الجدد والتواصل معهم.

❖ وسائل متعدّدة الوسائط خالية من المشاحنة وسهلة الاستعمال:

تتيح أدوات فيسبوك المجال لأعضاء المجموعة لتحميل الفيديو والصور والتعليقات، إلى جانب ذلك يمكنهم تخصيص الوقت لإضافة المحتوى على موقعك وإعلام الآخرين بوجوده.

❖ تحديد الخيارات في الاستهداف:

يختار أعضاء مجموعتك أن ينتموا إلى المجموعة، وهم بذلك يعطونك فرصة أولى على الأقل للتكلم معهم حين ينضمّون إليها، لكن تذكر أنهم إما سيتركون المجموعة أو سينسون بسرعة أنهم انتسبوا إليها إذا لم يتم إشراكهم مباشرة بالقضية. (سكيك، 2014، ص 67-68)

وهناك إيجابيات وميزات للفايسبوك إذا تمّ ترشيد استخدامه باتباع قاعدة لا إفراط ولا

تفريط، نعددها في النقاط التالية:

- التّواصل مع الآخرين سواء كانوا أصدقاء أو العائلة أو الأقارب أو أصدقاء قدامى أو أقارب بعيدين أو جيران أو زملاء في العمل...
- تكوين أصدقاء جدد تقاسمهم نفس الاهتمامات.
- متابعة نشاطات الأصدقاء وأخبارهم.
- المشاركة في الرّسائل والرّوابط والبيومات الصّور..
- دعوة الأصدقاء إلى حفلات أو سهرات أو أي نوع من التّجمّعات.
- التّسلية والترفيه.
- إرسال هدايا افتراضية وتهاني الميلاد.

- إنجاز الصفقات التجارية والأعمال.
- إيجاد وظيفة أو موظفين.
- تسويق المنتجات أو المؤسسات. (بركات، مرجع سابق، ص ص 169-170)

4-2- سلبيات الفاييسبوك:

من السلبيات التنظيمية والاستخدامية للفايسبوك نعدد ما يلي:

❖ محتوى الموقع غير منظم:

حيث تتمتع شبكة الفاييسبوك بقاعدة شعبية واسعة، ويوفّر هذا العدد الكبير من المستخدمين محتوى هائلا، كما أن ثمة مجموعات أخرى منافسة، لذا فأنت لا تنافس المجموعات الأخرى للاستحواذ على اهتمام العدد الأكبر من المستخدمين فحسب، بل عليك أن تتوقع أن عددا كبيرا من الملفات سيتم تحميله إلى حائط عرض المجموعة.

❖ إدارة الملفات:

يتوجّب على مستخدم شبكة الفاييسبوك إدارة الملفات والمواضيع التي يتم نشرها على صفحات المستخدمين، وإبقاء الأشياء التي يمكن أن يستفيد منها المستخدم.

❖ مستوى الالتزام غير واضح:

حيث إن التسهيلات الكبيرة أمام انتساب المستخدمين يعني أن حجم المجموعات لا يدلّ تحديدا على التزام المنتسبين الأكيد إليها، وهذا يزيد من الأمر صعوبة لاستهداف المنتسبين الذين سيكونون فاعلين، لا سيما عند التخطيط للأحداث، بحيث أنك لن تدرك عدد المنتسبين الملتزمين قبل الحدث.

❖ الشبكة غير مصمّمة على أساس يضمن الفاعلية:

قد تكون الخدمات التي تقدّمها هذه الشبكة مجانية، إلا أنّها غير مصمّمة لتلبي حاجات المستخدم الفاعل المنظم، أي أنك ستجد أن فعالية الموقع لا تلائم حاجاتك في الكثير من الأحيان، وعليك أن تبحث كثيرا قبل أن تجد ما هو فعّال. (سكيك، مرجع سابق، ص ص 68-

69)

❖ انتهاك الخصوصية:

حيث يمكن لموقع فاييسبوك استخدام صور المستخدم وبياناته الشخصية دون إعلامه بذلك، وقد تمّ توجيه العديد من الانتقادات اتجاه شروط خصوصية الموقع بسبب تجاهل

الأعضاء واستغلال صورهم وبياناتهم وأنشطتهم الاجتماعية والمتاجرة بها وحق الموقع في بيعها لشركات التسويق العالمية أو لجهات غير معلنة وغير معروفة، وكذلك من حقه تتبع نشاط الأفراد في المجموعات والصفحات وغيرها...

ومن السلبيات جزاء الاستخدام المفرط وغير القانوني للمستخدمين نذكر ما يلي:

- إضاعة الوقت فبمجرد دخول المستخدم للموقع يبدأ بالتّقل من صفحة لأخرى ومن ملف لآخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على الصّور والمقالات ومختلف المنشورات...

- الإدمان وإضعاف مهارة التّواصل: وهذه من أهم الآثار التي تشكل خطرا على مستخدمي الموقع حيث قضاء وقت طويل أمام شاشة الكمبيوتر أو الهاتف الذكي يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم الفعّاليات التي يقيمها المجتمع، وذلك يؤدي بهم إلى العزلة الاجتماعية كما وضحته بعض الدراسات.

- انتحال الشّخصيات من أجل التّشويه أو الابتزاز وأيضا ترويج الشائعات...

- الإعلانات الدّعائيّة المزعجة التي تهدف كسب المال أو التي تدعو لزيارة مكان أو موقع...

(بركات، مرجع سابق، ص170)

خلاصة الفصل:

رغم تعدد شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها إلا أن دورها مشترك، وهو التشبيك بين المستخدمين لتوصيل آرائهم وأفكارهم بحرية غير مسبوقه وتبادلها والاطلاع على كل جديد يهمهم، وهذا على صعيد الأدوار والأهداف المباشرة، حيث تخفي هاته الشبكات أهدافها غير المباشرة أو الخفية، فلا يوجد سلعة دون مقابل، حيث أن وراء مجانية تلك الشبكات مقابل غير معنن ويمكن أن يتمثل في المعلومات الشخصية وتوجهاتها العامة، من خلال قراءة الأفكار الشخصية والتنبؤ بالحركات الاجتماعية والمتاجرة بها مع مراكز المخابرات والأنظمة السياسية. وشبكات التواصل الاجتماعي هي سكين ذو حدين لها عديد من الإيجابيات وخاصة فيما يتعلق باكتساب المعلومات والاستفادة من الوصول إلى المصادر العلمية والانخراط في مختلف الصفحات والنوادي العلمية والترفيهية، ومواكبة الأحداث على جميع الأصعدة، ناهيك عن ربط علاقات افتراضية جديدة وتوسيعها، في حين لا تخلو من السلبيات التي تلحق بالفرد والمجتمع مثل الانعزالية وإضاعة الوقت على حساب المهام الأسرية والاجتماعية، والانصياع وراء الشعارات الكاذبة والهدامة أو المتاهات الجنسية من علاقات محرمة ومشبوهة وتسويق لعلامات مزيفة وغيرها من المسالك التي تغرق الفرد في البحث وراءها وتسلب منه الوقت والصحة وهو لا يدري. وها هي الدراسات المختلفة حول تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمختلف التغيرات الاجتماعية قائمة على قدم وساق، وما دراستنا الحالية إلا واحدة منها، والتي نأمل من خلالها للوصول إلى نتائج علمية وواقعية تكشف عن علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بتغير العلاقات والروابط الاجتماعية داخل مجتمعنا.

الفصل الثالث: العلاقات الاجتماعية بين الواقع والافتراض

تمهيد

أولاً: العلاقات الاجتماعية

تعريف العلاقات الاجتماعية

أنواع العلاقات الاجتماعية

عوامل تشكل العلاقات الاجتماعية

خصائص العلاقات الاجتماعية

ثانياً: العلاقات الاجتماعية الافتراضية

تعريف العلاقات الاجتماعية الافتراضية

مواقع التواصل الاجتماعي وتشكل العلاقات

الاجتماعية الافتراضية

الفرق بين العلاقات الاجتماعية الواقعية

والافتراضية

العلاقات الاجتماعية الافتراضية ومستقبل

العلاقات الاجتماعية

تمهيد:

تعتبر العلاقات الاجتماعية بمثابة الشبكة التي تربط أواصر المجتمع، وتتجسد في تفاعلاته المختلفة التي تضمن للفرد العيش ضمن كوكبة من أقرانه فيحقق له ما تتطلبه الطبيعة البشرية من الألفة والاستئناس والشعور بالانتماء والتواصل مع الآخرين، وشبكة العلاقات الاجتماعية تتجم عن تفاعل الأفراد داخل البيئة الاجتماعية وعلى مستوياتها المختلفة القريبة والبعيدة ولا تتم إلا ضمن سياقها المباشر، ولكن وبعد ظهور تكنولوجيا الاتصال الحديثة ووسائطها المختلفة والتي نجحت في نقل التواصل والتفاعل البشري عبر هذه الوسائل، ومنه إلى تشكل علاقات اجتماعية موازية لتلك العلاقات الواقعية، منها ما هي امتداد لها ومنها ما هي جديدة تحدث بين أشخاص لم يلتقوا وجها لوجه وتبعد بينهم مسافات كبيرة، وهو ما يعرف بالعلاقات الافتراضية، ومن خلال هذا الفصل سنقدم عرضاً نظرياً حول العلاقات الاجتماعية الواقعية ونظيرتها الافتراضية والفرق بينهما، وما مستقبل العلاقات الاجتماعية الواقعية في ظل تنامي العلاقات الافتراضية داخل المجتمعات وإدماج أفرادها عليها.

أولاً: العلاقات الاجتماعية

1- تعريف العلاقات الاجتماعية:

تعرف العلاقات الاجتماعية على أنها نتيجة التفاعل الاجتماعي (التأثير والتأثر أو الأخذ والعطاء) بين شخصين يشغلان موقعين اجتماعيين داخل الجماعة أو التنظيم أو المؤسسة الاجتماعية. ومن تعريفات العلاقات الاجتماعية أيضاً: "هي الروابط والآثار المتبادلة بين الأفراد في المجتمع. وتعتبر العلاقات الاجتماعية التي تتبلور بين الأفراد في مجتمع ما بناء على تفاعلهم مع بعضهم البعض - بغض النظر عن كونها علاقات إيجابية أو سلبية - من أهم ضرورات الحياة". (نومار، مرجع سابق، ص 89)

لقد ركز التعريفان السابقان على عنصر التفاعل لتكون العلاقات الاجتماعية وهو عملية التأثير والتأثر بين الشخصين المشتركين في العلاقة، وهي من ضرورات التجمع البشري وبها يستمر تماسك المجتمع وتطوره، خاصة في ظل العلاقات الإيجابية والتوافقية.

ويعرف "ماكس فيبر" العلاقات الاجتماعية على أنها مصطلح اجتماعي يستخدم غالباً للإشارة إلى الموقف الذي من خلاله يدخل شخصان أو أكثر في سلوك معين ويضع كل منهما في اعتباره سلوك الآخر، بحيث يتوجه سلوكه على هذا الأساس.

ويعرف "محمد عاطف غيث" العلاقات الاجتماعية بأنها: "نموذج للتفاعل المتبادل الذي يستمر فترة معينة من الزمن ويؤدي إلى ظهور توقعات اجتماعية ثابتة، وتعتبر علاقة الدور المتبادل بين الزوج والزوجة، والعلاقة بين المحلل النفسي والمريض أمثلة على العلاقات الاجتماعية، وقد تكون هذه العلاقة: قصيرة المدى كالعلاقة بين المريض والمحلل النفسي، أو علاقة طويلة المدى كالعلاقة بين الزوج والزوجة.

(عبادة، مرجع سابق، ص 152)

من خلال تعريف "فيبر" يتبين أنه لم يفرق بين الفعل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية، في حين أن الفعل الاجتماعي لا يتطلب التكرار والتفاعل بينما العلاقات الاجتماعية لا تتولد وتنشأ إلا عن طريق التفاعل المستمر والمتبادل، وهو ما أشار إليه "غيث" في تعريفه وأضاف إلى أن هاته العلاقات قد تكون قصيرة أو طويلة المدى لأن هناك علاقات تستمر مع الظروف المساعدة لها وهناك علاقات تدوم لفترة ثم تتدثر نتيجة تباعد أفرادها وغياب سبب قيام العلاقة بينها.

وعرفت العلاقات الاجتماعية أيضا على أنها التفاعلات الناجمة عن تفاعل الأفراد في البيئتين الطبيعية والاجتماعية، وهي الإطار الذي يحدد تصرفات الأفراد ومختلف مظاهر سلوكهم وأنشطتهم.

ويعرفها العالم "ماكيفر وشارلزبيدج": بأنها علاقة تحدث بين شخصين أو أكثر من الأفراد كأن تكون علاقة عدائية أو ودية، فالمجتمع يعتمد في وجوده على شقي الصلة والرابط والاختلاف بين أعضائه. (ناظم وعباس، 2019، ص344)

لقد اتفقت أغلب التعاريف أن العلاقات الاجتماعية هي الروابط التي تنشأ بين الأفراد نتيجة تفاعلاتهم بين بعضهم، والتي من خلالها يتحدد سلوك الأفراد بين بعضهم حسب العلاقة القائمة بينهم فعلاقة المرؤوس بالمسؤول ليست كعلاقة الصديق بصديقه أو الابن بأبيه وهكذا، ويختلف نوع العلاقات بين طويلة الأمد وقصيرة الأمد والودية والعدائية والسطحية والعميقة...

2- أنواع العلاقات الاجتماعية:

تتعدد تصنيفات العلاقات الاجتماعية بين الباحثين حسب مستويات عدة، ومن أبرزها ما صنفت على أساس تكوينها بين علاقات رسمية (منظمة) وعلاقات طبيعية (تلقائية)، وما صنفت حسب المدة الزمنية التي تستغرقها بين علاقات دائمة وأخرى مؤقتة، وتصنيف آخر حسب الانتماء بين علاقات داخلية مقابل علاقات خارجية، أما التصنيف الرابع فكان من حيث طبيعة العلاقة بين الأعضاء، إلى علاقات أولية وعلاقات ثانوية، وفيما يلي نتعرض لهاته التصنيفات بشيء من الشرح والتوسع:

2-1- علاقات اجتماعية تلقائية وعلاقات اجتماعية رسمية:

وهذه العلاقات تكون من حيث أساس النشأة والتكوين فالعلاقات الطبيعية تتكون تلقائيا دون أن تتدخل عوامل خارجية في تكوينها، وتتجم من ميل طبيعة الإنسان إلى التجمع والشعور بالأمن في العلاقة، وبحكم ارتباط الأفراد فيما بينهم من صفات متجانسة ثقافية واجتماعية، كالجنس أو اللغة أو الدين أو الوطن الأصلي. ويحصل الفرد على العضوية من خلال هذه العلاقات دون ترتيب سابق ودون إرادة منه، فالإنسان لا يختار والديه ولا مجتمعه المحلي ولا دينه إنما ينتمي إليها بميلاده والاستقرار في حيز جغرافي محدد تمليه عليه طبيعته الاجتماعية. أما العلاقات الرسمية والتنظيمية هي العلاقات التي يكونها الفرد عن قصد بهدف تحقيق مصالح معينة، فالتنظيم الاجتماعي يقتضي تكوّن هذا النوع من العلاقات تحت تأثير عوامل

خارجية تدعو إلى تكوينها بإرادة أعضائها ودون إلزام يفرض عليهم، ومن أمثلتها التنظيمات الاجتماعية والحكومية والعلاقات المهنية والتقابلية وغيرها. (بركات، مرجع سابق، ص 78)

2-2- علاقات اجتماعية طويلة الأجل (دائمة) وعلاقات اجتماعية قصيرة الأجل (مؤقتة):

وهذا التصنيف حسب المدة الزمنية في دوام العلاقة، فطويلة الأجل هي العلاقات التي تكون نموذج للتفاعل المتبادل الذي يستمر لفترة معينة من الزمن وتؤدي إلى ظهور مجموعة من التوقعات الاجتماعية الثابتة وتعد علاقة الدور المتبادل بين الزوج والزوجة والعلاقة بين الأب والابن من العلاقات الاجتماعية طويلة الأجل. أما العلاقات قصيرة الأجل فهي نموذج التفاعل المتبادل الذي لا يستمر إلا لفترة قصيرة من الزمن، كما هو الحال بالنسبة لقائد السيارة الذي يريد إقناع رجل الشرطة بأنه لم يكن مخطئاً ومن الأمثلة الأخرى التحية العابرة بالطريق والعلاقة بين البائع والمشتري. (ناظم وعباس، مرجع سابق، ص 346)

2-3- علاقات اجتماعية مفتوحة وعلاقات اجتماعية مغلقة:

لقد طرح ماكس فيبر هذين النوعين من العلاقات ويقصد بالمفتوحة الارتباطات التي يتفاعل فيها الغرباء أو غير الأقارب أو غير المنتمين إلى طبقة اجتماعية معينة أو طائفة دينية خاصة أو نقابة حرفية. وعادة تكون خالية من المنافع المادية المتبادلة والعاطفية الغرامية سوى الود والاحترام المتبادل. بينما قصد

بالعلاقات المغلقة الارتباط المحصور بين الأقارب (دموية وقرابية) أو المنتمين إلى طبقة اقتصادية أو التي تربط بين أصحاب ذوي المصالح المتبادلة من أجل إشباع حاجات ورغبات مادية ومعنوية. (نومار، مرجع سابق، ص 83)

2-4- علاقات اجتماعية أولية وعلاقات اجتماعية ثانوية:

قدم تشارلز كولي هذا التصنيف الذي يعتبر من أقدم التصنيفات وأكثرها تكاملاً، إذا ما قارناها بالتصنيفات التي ذكرناها سابقاً، وفي هذا السياق صنفت العلاقات الاجتماعية إلى نوعين مختلفين باختلاف درجة قوة الروابط السائدة داخل كل منها، وهذه الثنائية التي اقترحها تشارلز كولي جاءت في كتابه المعنون بـ "الطبيعة البشرية والنظام الاجتماعي بين الجماعات الأولية والجماعات الثانوية". وهكذا نجد أن مصطلحي "أولي" و "ثانوي" يصفان نوعان من العلاقات الاجتماعية، فتشير العلاقات الاجتماعية الأولية إلى تلك العلاقات والروابط الاجتماعية التي تتكون بين مجموعة من الأفراد تربطهم علاقات مباشرة وثيقة عبر فترة طويلة

من الزمن، وتقوم هذه العلاقات الاجتماعية على أساس الأصل المشترك كالجنس والسن واللون والمكان الجغرافي وغير ذلك. أما العلاقات الاجتماعية الثانوية فتكاد خصائصها أن تكون مغايرة تماما لخصائص العلاقات الاجتماعية الأولية، حيث غالبا ما يكونها الفرد بحكم اتجاهاته السياسية أو نشاطاته أو أعماله. وهذا يعني أن الفرد يكون مثل هذه العلاقات الاجتماعية التي تكون ثانوية بمحض إرادته واختياره دون أن يكون انتماءه إليها مفروض عليه أو تلقائي، ويندمج فيها بهدف إشباع غايات نوعية خاصة. وضمن هذه العلاقات يتسم الاتصال عادة بالطابع الرسمي للأشخاصي، حيث تعتمد على علاقات تعاقدية وقانونية غالبا لا تتيح الفرصة لوجود صلات شخصية. ويتفاعل أطرافها فيما بينهم في ظل نظام صارم من المعايير والاتجاهات الثابتة والمقننة والتي لا تسمح بوجود أي سلوك غير عقلاني، ويتفاعلون فيما بينهم بغرض تحقيق أهداف محددة مشتركة، فالرابطة بينهم نابعة من الالتزام بأهداف خاضعة للضوابط الرسمية. (بركات، مرجع سابق، ص 89)

إنّ المتمعّن في هاته التصنيفات يجد أنّها متقاربة ومتداخلة في وصف أنماط العلاقات الاجتماعية، فالعلاقات الطبيعية أو التلقائية هي نفسها في تصنيف آخر علاقات أولية وهي التي تكون طويلة الأجل في التصنيف حسب المدة الزمنية، وهي نوع من أنواع العلاقات المغلقة حسب تصنيف فيبر. وفي الدراسة الحالية تعتبر العلاقات الأسرية والقربانية من العلاقات المغلقة والطبيعية والطويلة الأجل وهي كذلك علاقات أولية حسب تصنيف كولي. أمّا العلاقات التنظيمية أو الرسمية هي نفسها العلاقات الثانوية لأنها تتكون باختيار الإنسان وإرادته وأغلبها تكون قصيرة الأجل وتكون مغلقة لأنها تبنى بين أصحاب الاهتمام المشترك والمصالح المتبادلة بين الطبقات الاجتماعية المتكافئة، ويضم هذا النوع من العلاقات علاقات الزمالة في العمل والدراسة حسب البحث الحالي. إذن فالعلاقات الاجتماعية تقسم إلى نوعين بارزين هي علاقات "طبيعية أولية دائمة" وعلاقات "تنظيمية ثانوية مؤقتة" إذا ما تغاضينا عن الفروق البسيطة والجزئية. وتبقى العلاقات الاجتماعية المفتوحة التي جاء بها ماكس فيبر علاقات عابرة تكون نتيجة التفاعل المباشر أغلبها تكون من قبيل الصدفة وهي العلاقات التي لا تدخل حيز الدراسة الحالية.

وهناك تصنيفات أخرى للعلاقات الاجتماعية لم نتعرض لها بالشرح كالعلاقات المباشرة وغير المباشرة وهي التي تتم وجها لوجه أو التي تتم عبر وسائط، فالأولى واضحة وعبرنا عنها

في الدراسة الحالية بالواقعية، أمّا العلاقات غير المباشرة فقد تكون الوسائط بينها بشرية أو مادية كالعلاقة بين الرئيس والمرؤوس أو العلاقة التي تتم عبر وسائل الإعلام ووسائل التواصل المختلفة، وموضوع الدراسة الحالية يعنى بالعلاقات التي تتم عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمتمثلة في الفيسبوك. ومن العلاقات كذلك ما صنّف بين السلبية والإيجابية، فالعلاقات الإيجابية هي ما يكون نتائجها التفاهم والاتفاق والتعاون، وهو ما يساهم في تماسك المجتمع وتوحيده، بينما العلاقات السلبية هي علاقات العداوة وعدم الاندماج والصراع بين أطرافه وهي علاقات تهدم المجتمع وتفكّكه.

وتميّز الدراسة الحالية بين نوعين من العلاقات الاجتماعية وهي علاقات واقعية تتم في الواقع المعاش وعلاقات افتراضية تتم داخل الفضاء الأزرق أو ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها موقع فيسبوك.

3- عوامل تشكل العلاقات الاجتماعية:

تتعدّد العوامل التي تساهم في تشكّل وتكوين العلاقات الاجتماعية بتعدّد خصائص هاته العلاقات، وفيما يلي نبرز جملة تلك العوامل:

❖ عوامل نفسية:

تتمثل هذه العوامل في القدرات والميول والاتجاهات المرتبطة بحاجات الفرد النفسية والتي من خلالها يسعى الفرد إلى التكيف والتوافق النفسي والاجتماعي، فتتولد لديه مجموعة من الأفعال والنماذج والأنماط السلوكية التي لا تخرج عن نطاق المعايير السلوكية العامة المطابقة للنسق الاجتماعي.

❖ عوامل اجتماعية:

يبرز في تحديد العلاقات الاجتماعية وضبط أبعادها دور العوامل الاجتماعية المختلفة كالمركز الاجتماعي والوظيفة في المجتمع، فالفرد يسعى دائماً إلى تكوين علاقات مع الأفراد الآخرين من حوله من أجل تلبية الاحتياجات وتحقيق الأهداف فتظهر مجموعة من الأفعال السلوكية بين الأفراد تقيد تلك الأفعال بمعايير تتقوّل في نظام الحقوق والواجبات المتفق عليها.

❖ عوامل ثقافية:

تتعلق العوامل الثقافية المحددة للعلاقات الاجتماعية بمجموعة من الأنماط الثقافية التي تتحدد من خلال العادات والتقاليد والقيم والأعراف، وأيضاً من خلال الاتصالات الثقافية والمعرفية المختلفة.

ومهما يكن من أمر هذه الاتجاهات المختلفة في تحديد العلاقات الاجتماعية، فإنها تعتمد في الأول والأخير على أساس أن الإنسان اجتماعي يعيش في جماعات يتبادل معها الأخذ والعطاء، لذلك فالعلاقات الاجتماعية لا يمكن لها أن تتكون إلا بوجود اجتماع لأفراد في بيئة معينة، وهذه العلاقة تساعد في تكوينها تلك العوامل النفسية والاجتماعية والثقافية المتعلقة بالفرد والمجتمع.

ومن العوامل المحددة التي لها دور في تكوين العلاقات الاجتماعية بين الأفراد توفر بعض الخصائص والسمات الشخصية، شخصها "كرتشفيلد" في الآتي:

- **تقبل الآخرين:** وتشمل صفات أنه لا يصرح بأرائه الناقدة والتي تتعلق بتقييم الآخرين، يتصف بالصفح، يثق بالآخرين، يتغاضى عن النقائص ويركز على محاسن الآخرين.
- **اجتماعي:** حيث يشترك في الخدمة العامة، ويحب أن يكون مع الآخرين ويقرب منهم بسهولة، يحب الخروج في الرحلات والأسفار.
- **المصادقة:** وتتمثل في الصفات الآتية: دافئ، كريم، صريح، من السهل اكتساب صداقته، كثير العلاقات الاجتماعية مع الآخرين.
- **التعاطف:** يشمل الاهتمام بمشاعر الآخرين وحاجاتهم وتقديرها والاتصاف بالمروءة والكرم. وبعد أن تتحدد العلاقات الاجتماعية تبدأ في التكاثر ون أولا قليلة العدد عميقة الجذور في أوائل الحياة ثم تتكاثر وتتشعب في أواسط العمر، ثم لتعود عميقة في مراحل الكهولة والشيخوخة، وقد تكون للفرد علاقات عميقة وأخرى سطحية، وبذلك تتشكل للعلاقات الاجتماعية مستويات تكون حسب دور الفرد في الجماعة وسلوك الأفراد اتجاه بعضهم البعض. (بركات، مرجع سابق، ص 77)

وهناك قواعد أولية في تحليل بنائية العلاقات داخل المجتمع المحلي نذكر منها ما يلي:

- **قاعدة البناء Structure** : تشير إلى كافة متضمنات ومستويات الفهم التنظيمية الخاصة بأي نظام أو نسق اجتماعي بما في ذلك نسق الحياة العائلية وعلاقات الجوار وما تشتمله طبيعة أداء الأدوار الاجتماعية المقررة والمعترف بها لمختلف الأشخاص داخل النسق الاجتماعي.
 - **قاعدة أو مبدأ المحتوى أو المضمون Content** : وتشير إلى كافة الخصائص والسمات التي تميزت بصفة التماسك والجديّة والشرعية لأداء أدوار الأفراد داخل المواقف التفاعلية في المجتمع المحلي.
 - **قاعدة العلاقات السائدة أو المسيطرة**: وهي علاقات ذات الأهمية والدلالات الحيوية والتي غالبا ما تحدث بين شخصين أو أكثر ويكون لها في التأثير والفاعلية ما يؤثر في الآخرين.
- وغالبا لا تقام العلاقة من فراغ بل هناك كوامن تساعد على تشكيلها نعدّها فيما يلي:
- **الإرضاء الذاتي**: نرى أحيانا بعض الأشخاص يمتون ويطوّرون علاقاتهم الاجتماعية من خلال إشباع
 - حاجات ذاتية لكلا الطرفين المشتركين في العلاقة إذ يجدون أنفسهم متمتعين بها ويرغبون في إنمائها وتطويرها.
 - **الأهداف والمصالح العامة**: بغض النظر عمّا إذا كان المساهمون في عملية التفاعل الاجتماعي مهتمون ببعضهم البعض، فإن هناك مصالح واهتمامات مشتركة تقربهم لإنجاز أهداف مشتركة.
 - **الالتزامات والتوقعات**: في كل عملية تفاعل هناك التزامات وتوقعات يشعر بها كل طرف ويلتزم بها ممّا يؤدي ذلك إلى تكوين علاقة اجتماعية فيما بينهما قائمة على الالتزام.
 - **التساند المشترك**: وتكون بصورة خاصة عند المجتمعات المعقدة الهيكل كالصناعة المتقدمة والرأسمالية فنجد تساند لعناصر الحياة الاجتماعية ونجد هذا التساند في العلاقات الاقتصادية التي تتضمن سلسلة من العلاقات التي لا تسبقها معرفة اجتماعية أو قرابية.
- (نومار، مرجع سابق، ص ص 82-83)

4- خصائص العلاقات الاجتماعية:

للعلاقات الاجتماعية خصائص وميزات تميّزها عن بقية الظواهر الاجتماعية وخاصة القريبة منها كالتفاعل والتوافق والتبادل وغيرها ممّا يوحي بالتواصل بين الأفراد، وفيما يلي نعدّد أربعة خصائص أساسية تميّز بها العلاقات الاجتماعية:

4-1- التواصل:

يرتبط مفهوم التواصل ارتباطاً مباشراً ووثيقاً بعملية التفاعل، فالتواصل مجموعة من العمليات الحيوية، عرفه الإنسان منذ وجوده على سطح الأرض، إذ دون التعامل مع الآخر لا وجود أساساً للحياة الاجتماعية بين الأفراد، لذلك كان التواصل الوسيلة الأولى للحفاظ على النوع والتراث البشري وبناء العلاقات الاجتماعية ومسايرة الطبيعة وإيجاد وسائل تساعد الأفراد للاستمرار في الحياة بشكل أفضل وترقية نشاطاتهم وتحقيق الفهم المشترك بالتعبير عن الانفعالات والرغبات النفسية والاجتماعية، وشيئاً فشيئاً اتسع مجال التواصل بين الأفراد والمجتمعات، حيث برزت ظواهر وانعكاسات لم تكن موجودة من قبل، وأصبح التواصل الاجتماعي ميدان حيوي لممارسة مختلف الأنشطة التربوية، السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، والثقافية..، وبالتالي تغير مفهوم التواصل وأصبح يكتسب أبعاداً جديدة أكثر انتقائية ومرونة بالنسبة للفرد، من خلال تنوع وسائله وتطورها، ومسايرتها لمختلف الأذواق والطلبات الجماهيرية وتوجهها نحو التخصص، كما يعد التواصل عامل أساسي من العوامل المساعدة في تكوين وتعزيز الروابط والعلاقات الاجتماعية، حيث يرى "ديكوستر" أن التواصل عامل جوهري وأساسي من عوامل تشكيل المجتمع وهو منتج الروابط والعلاقات الاجتماعية، إلى جانب أن جماعة الأفراد التي تشكلت ليست عبارة عن مجرد تجمع، إنما تتشكل بفعل التفاعل الذي يربط الأفراد بعضهم البعض.

4-2- التفاعل:

يعرف التفاعل لغة من الفعل (فَعَلَ) وهو كناية عن كل عمل مُتَعَدٍّ أو غير مُتَعَدٍّ، قال تعالى: ﴿فَعَلْتَ فَعَلْتَكِ اَلَّتِي فَعَلْتَ﴾ . ويعد التفاعل واحداً من أهم المفاهيم في علم الاجتماع ويعتبره بعض المشتغلين بهذا العلم شاملاً لكل موضوعات الدراسة، حيث يعتبرون أن التفاعل موضوع علم الاجتماع، أما في الواقع فإن موضوع التفاعل لا يمكن أن تتناوله إلا بشكل غير مباشر، وذلك أن العملية نفسها تنطوي على الاتصال بين العقول والأفكار والأشخاص وتحول

المعاني، وبعض ذلك يستعصي دائماً على الملاحظة والدراسة المباشرة، حيث أشارت الدراسات التحليلية التي تناولت بالدراسة والبحث موضوع العلاقات الاجتماعية أنها تبدأ بفعل اجتماعي يصدر عن شخص معين يعقبه رد فعل يصدر من شخص آخر وهذا ما يسمى التفاعل الذي يعتبر أحد أهم خصائص العلاقات الاجتماعية.

والتأثير المتبادل هو جوهر عملية التفاعل، فمن الممكن أن نصف شخصين بأنهما متفاعلان إذا كان نشاط كل منهما يتأثر بنشاط الآخر، وعملية التبادل قد تستمر لسنوات طويلة، وقد لا تستغرق سوى لحظات قليلة، والرموز هي الوسيلة السائدة للتفاعل بين البشر عادة، والرمز هو علامة لها معنى مشترك بالنسبة للأفراد الداخليين في عملية التفاعل وجميع الكلمات التي نستخدمها إنما هي رموز وكذلك كثير من الحركات والإيماءات والأشياء. (بركات، مرجع سابق، ص ص 72-73)

4-3- التوقعات الاجتماعية:

ثالث خاصية أساسية من خصائص العلاقات الاجتماعية بعد التفاعل والتواصل هي التوقعات الاجتماعية، حيث أن العلاقات الاجتماعية تؤدي إلى ظهور مجموعة من التوقعات الثنائية المتبادلة بين طرفي العلاقة مهما كان عمقها ونوعها وهدفها، فمثلاً في العلاقة الأسرية كعلاقة اجتماعية أولية يتوقع الزوج من زوجته أن تبادله العبء وتتعاون معه فيما يتعلق بشؤون الأسرة وتكوين حياة مستمرة هائلة وكذلك الزوجة تتوقع من زوجها أن يخلص لها وأن يتحمل مسؤولياته في الإنفاق عليها وعلى أبنائها وفي حماية ورعاية الأسرة التي قاما بتأسيسها معاً، وكذلك في العلاقة بين البائع والمشتري كعلاقة اجتماعية ثانوية، فالبائع يتوقع من المشتري دفع قيمة ما اشتراه والمشتري يتوقع من البائع عدم غشه وعدم المبالغة في أثمان السلع التي اشتراها منه... وهكذا.

وتتعمق العلاقة الاجتماعية ويزداد شعور طرفيها بمزيد من القرب والألفة والمودة كلما كان هناك وضوح في الأدوار واتفاق في التوقعات الاجتماعية بالنسبة للطرف الآخر، بينما يظهر عدم الاتفاق والفرقة وينشأ النزاع والصراع عندما تتناقض وجهة نظر الطرفين فيما يخص أهمية أدوارهم الاجتماعية واختلاف توقعاتهم الاجتماعية واتجاه علاقتهما ككل، أو عند حدوث تغيير في أدوارهم نتيجة لظروف طارئة أو أسباب أخرى.

إذن فالتوقعات الاجتماعية في حقيقتها خاصة أساسية وحتمية للعلاقات التي تربط بين الأفراد والتي تؤدي إلى تكوين شبكة متشعبة من العلاقات الاجتماعية.

4-4- شبكة العلاقات الاجتماعية:

يقصد بها تلك المجموعة من العلاقات الاجتماعية الضرورية الناتجة عن الصّلات والعلاقات بين عوالم الأشخاص والأفكار والأشياء، فشبكة العلاقات الاجتماعية أحد أهم الخصائص التي تتميز بها العلاقات الاجتماعية وتنتج من تكوينها بين الأفراد. ويشكل الفرد في هذه الشبكة كلا اجتماعيا كبيرا، له أهداف عامة وأدوار مستقلة وثقافة فرعية، كما أن نشأة هذه الشبكة مرتبطة باكتمالها لكونها وسيلة من وسائل تكون الصّلات والتروابط بين الأفراد وكذا المجتمعات. (بركات، المرجع السابق، ص ص 75-76)

ثانيا: العلاقات الاجتماعية الافتراضية

1- تعريف العلاقات الاجتماعية الافتراضية:

اهتم العلماء على اختلاف تخصصاتهم العلمية-علماء النفس والاجتماع والإعلام والاتصال- بالفضاء الافتراضي الذي ينشأ عبر موقع الفيسبوك، من حيث أنه يُتيح الاتصال بين شخصين فأكثر ويفسح المجال للتفاعل الاجتماعي غير المحدود، ويُمكن من تشكل علاقات اجتماعية افتراضية تقترب أو تبتعد عن العلاقات الاجتماعية الحقيقية حسب طبيعة وجغرافية الأشخاص الذين نتحاور معهم. كما يُمكن موقع الفيسبوك من خلال خدماته المختلفة الأشخاص من التعارف وتبادل الرسائل فيما بينهم وحتى من الكلام وجها لوجه عن طريق فتح الكاميرا، كما تحولت العديد من العلاقات التي كان الفيسبوك بمثابة نقطة انطلاق لها إلى علاقات حقيقية وانتهت في كثير من الأحيان بصلة القرابة - الزّواج الإلكتروني - لذلك يقول (Timothy Leary) "إننا سنُسجل في المستقبل القريب علاقات عبر الأنترنت، مع أناس قد لا نراهم أمامنا أبدا فالعديد من الاتصالات والمقابلات ستم من الآن فصاعدا عبر الشبكة". وعلى العموم يمكن أن نفرق بين العلاقات الافتراضية والعلاقات الكلاسيكية من خلال بعدين أساسيين هما:

البعد المكاني: تظهر أهمية القرب الجغرافي في العلاقات الاجتماعية الحقيقية في حين نجد القرب وهمي في العلاقات الاجتماعية الافتراضية، لا مكان جغرافي ولا حدود جغرافية أو سياسية تفصل المدرشين.

البعد الزمني: يتميز الاتصال في العلاقات الاجتماعية الحقيقية أنه اتصال مباشر يتم من خلال زمان ومكان محددين، أما في العلاقات الاجتماعية الافتراضية فلا يُشترط التزامن في الزمان (البريد الإلكتروني) والمكان أيضاً، فقد ألغت التكنولوجيا كل الحدود الزمانية، وبذلك فالتفاعل عبرها يكون في أي مكان وفي أي زمان. (عبادة، مرجع سابق، ص 127)

2- مواقع التواصل الاجتماعي وتشكل العلاقات الاجتماعية الافتراضية:

أمام انتشار الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي أصبح المستخدمون يميلون إلى قضاء وقتهم في عالم افتراضي يوازي عالمهم الفيزيائي الأمر الذي دفعهم إلى الانقطاع عن العديد من النشاطات الاجتماعية والتقليل من العلاقات الاجتماعية التقليدية والاستئناس أكثر بنظيرتها الافتراضية، وفي هذا الصدد لم يتردد الكثير من علماء النفس في تقديم تشخيص سوداوي غالباً ما يتجلى في السلوك الانطوائي وذلك من خلال ملاحظة أن الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي يميل إلى فصل المستخدم عن الحياة الواقعية، وأن العلاقات التي تتيحها تلك المواقع للفرد (العلاقات الإلكترونية الافتراضية) تبدو اصطناعية على عكس الروابط الاجتماعية والعلاقات الإنسانية الواقعية الأصلية. أما الهوية الافتراضية التي تمنحها مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدم تبدو كوهم لا علاقة له بهويته وشخصيته الفعلية.

لقد أثرت التكنولوجيات الحديثة عموماً في جميع المستويات وفي جميع مناحي الحياة وكافة الفضاءات التي يتحرك ضمنها الفرد المعاصر، حيث أتاحت بذلك أنماطاً اتصالية جديدة، هذه التكنولوجيات أحدثت تأثيرات عميقة في بنية المجتمعات المعاصرة وعلى مستويات كثيرة كتغيير أنماط العلاقات الاجتماعية السائدة، تغيير في القيم، في الذهنيات والنفسيات، في أساليب التربية والتعليم، ساهمت كذلك في خلق فضاءات اجتماعية جديدة لالتقاء الأفراد على رغم تباعد الفضاءات الجغرافية التي يتواجدون فيها، أعادت تشكيل بنية المجتمع إذ عملت على هدم عادات اجتماعية كانت سائدة كالتواصل الفيزيقي بين الأفراد، فلم تعد الأسر أو الأصدقاء أو مختلف الجماعات تلتقي ببعضها البعض جسماً بل يكاد ينعدم هذا التواصل. وبالتالي نجحت هذه الأنماط الجديدة للعلاقات الاجتماعية التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي في خلق مفاهيم مجتمعية جديدة تتأسس من خلال البيئة التي يحدث من خلالها هذا التواصل وطبيعة تشكله ضمن الفضاء الافتراضي الذي تشكل بفضل الانترنت، مؤسسة بذلك بيئة تفاعلية جديدة تحاكي البيئة التقليدية، شكلت مجموعة العلاقات الافتراضية الناتجة

عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ما يطلق عليه المجتمعات الافتراضية. (بركات، مرجع سابق، ص ص 261-262)

إن إطلالة الفرد على الواقع، في هذه الوضعية، لا تتم إلا عبر معدّات إلكترونية تتلاعب بالأبعاد الفيزيائية والاجتماعية للواقع. هذا الفرد الذي تخلص من الإكراهات الأنثروبولوجية للفضاء في بعده المادي،

يصبح إذا في علاقة تبعية للمعدات الاتصالية في تمثله للواقع، إلى درجة أن أقل الأعطال التي قد تصيب هذه الأجهزة وتمنعها من أداء وظائفها، تمثل كارثة وجودية بالنسبة له. وبالتالي فهي نجحت بأن تجسّد معايير المجتمع الافتراضي الذي ينمو مع مختلف المحدّات التي تتيحها هذه الشبكات، ويقتضي التحليل الموضوعي القول بأن العلاقات الاجتماعية على الإنترنت، أو استخدام الخدمات الالكترونية للتواصل مع الآخرين والتفاعل معهم حول الاهتمامات أو النشاطات المشتركة في ظل عالم افتراضي، هو أمر يمكن أن يقدم وسيلة ممتازة لمتابعة الهوايات وتأسيس الصداقات الجديدة وتعزيز تلك المكوّنة أصلاً، وممارسة الألعاب والتشارك بالأفكار. فالمجتمع الكلاسيكي الذي يتكون من أفراد وجماعات نجحوا من خلال دخولهم إلى الشبكات الاجتماعية بأن يخلقوا أنماطاً اتصالية جديدة، فالفرد أصبح يتصل مع فرد آخر اتصالاً وسيطياً وأصبح التفاعل افتراضياً تغيب فيه حدود الزمان والمكان وتملؤه الهويّات الإلكترونية الافتراضية، وتحول الأفراد في المجتمع الكلاسيكي الذين بدأوا ينسحبون إلى الشبكات الاجتماعية إلى أفراد افتراضيين يتفاعلون افتراضياً وينتمون لجماعات افتراضية ويشاركون في نشاطات حياتية متنوعة تدور كلها في عالم واحد هو العالم الافتراضي.

وفي الوقت الذي يتكون المجتمع الطبيعي من أفراد وجماعات تتفاعل فيما بينها فإن الشبكات الاجتماعية تتيح عدداً عدداً من المعايير والقواعد التي تسهّل هذا التفاعل وتردع في الوقت ذاته أي تجاوزات كالتّعدي على الآخرين بالسّب أو المضايقة لشخص ما أو الإساءة لديانة، هذه التفاعلات الواقعية انتقلت من خلال الشبكات الاجتماعية إلى العالم السيبري مجسّدة بذلك خصائص المجتمع الافتراضي من حيث التفاعل، وطبيعة الاتصال وحدود الزّمان والمكان وغيرها ليصبح الفرد يعيش من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية في مجتمع آخر مواز للمجتمع الحقيقي. حيث ساهمت هذه الأخيرة بشكل كبير في الانتشار الواسع لهذا الوجود على شبكة الأنترنت. (نومار، مرجع سابق، ص ص 100-101)

ويشكل الفضاء الافتراضي الوعاء الذي يحتوي أي علاقة اجتماعية افتراضية، وعلى الرغم من أهمية المجتمع الافتراضي بالنسبة للعلاقات الاجتماعية الافتراضية إلا أنه لا يُشكل العامل الوحيد. وعموماً تتشكل العلاقات الاجتماعية الافتراضية بناءً على عناصر أساسية هي:

❖ المجتمع الافتراضي:

يُعرف قاموس الإعلام والاتصال المجتمع الافتراضي على أنه: "مجموعة من الأشخاص يتفاعلون في الأنترنت مثل غرف الدردشة ويتبادلون الاهتمام". يركز هذا التعريف على عناصر أساسية وهي: الأفراد، التفاعل، الفضاء والاهتمام. يعرف "سيرج بروكس" المجتمع الافتراضي بأنه: مجموعة من الأفراد يستخدمون منتديات المحادثة وحلقات النقاش، أو مجموعات الحوار...، والذين تنشأ بينهم علاقة انتماء إلى جماعة واحدة، ويتقاسمون الأذواق والقيم والاهتمامات نفسها ولهم أهداف مشتركة.

يركز هذا التعريف بدوره على عناصر وهي: الأفراد، الفضاء، الشعور بالانتماء والاهتمامات المشتركة. ويوحى هذان التعريفان بأن معظم العناصر التي تُميز المجتمع الحقيقي صارت متوفرة في مجتمع جديد من نوع آخر، ويعيش في جغرافيا "الفضاء الافتراضي" ويتصف بقدر من النظم والقواعد والأدوار ويقدر من الملامح الثقافية المميزة. (عبادة، مرجع سابق، ص 129)

❖ النظام الاجتماعي الافتراضي:

النظام الاجتماعي الافتراضي هو عبارة عن قواعد تُحدد ما يجب وما لا يجب فعله من طرف الأشخاص المشاركين في الفضاء الافتراضي ولا سيما المنخرطون الجدد، وتشبه هذه القواعد التنظيمية القوانين العرفية في المجتمع الحقيقي كما أنها قواعد ترغيبية أكثر منها ترهيبية، ومجموع هذه القواعد والمعايير تُشكل ما يُطلق عليه "المرجعية المشتركة" التي تتشكل من خلالها المحادثات اليومية وتصبح التفاعلات في إطارها عادات متبناة يتفق عليها الأشخاص المنخرطون في هذا المجتمع الافتراضي والذين هم في ذات الوقت أعضاء العلاقات الاجتماعية الافتراضية. إن الالتزام بهذه القواعد يُعبر عن الرغبة في الانضمام لجماعة افتراضية، ونسج علاقات اجتماعية افتراضية ضمنها أو توطيد العلاقات المُتشكلة سابقاً، والتي

تُعبّر -العلاقات الاجتماعية- بالأساس عن جل الاهتمامات والمصالح المشتركة كما تشبه هذه القواعد، النظام الاجتماعي في العلاقات الاجتماعية الحقيقية.

ويُطلق على المعايير أو القوانين الخاصة بالفضاءات الافتراضية اسم "النتيكت *Netiquette*" حيث تُعرف النتيكات بأنها عبارة عن ميثاق أو قانون يعمل على تنظيم التفاعلات الاتصالية والسلوكيات المختلفة عبر موقع الفايسبوك، ويضع القواعد السلوكية التي يلتزم المستخدمون باحترامها، ويعرفها " *Dufour. A* " بأنها: " قواعد تُمثل ما يُسمى بالمراقبة الذاتية في ظل غياب المراقبة المركزية".

والنتيكات قواعد لردع العدوانية في الاتصال مع الآخرين، من خلال تشجيع التعاون بهدف ضمان التعايش في الفضاء الافتراضي والمحافظة على استقرار واستمرار العلاقات الاجتماعية الافتراضية التي تتشكل في هذا الفضاء، فهي بهذا المعنى تُعتبر آلية لتنظيم الحياة الافتراضية، والاندماج مع مراعاة حسن السلوك والأدب العام. (عبادة، المرجع السابق، ص 135-136)

❖ الاتصال الوسيطي:

حظي الاتصال الوسيطي -وهو الاتصال الذي يستخدم الوسائط التكنولوجية- باهتمام الباحثين الاجتماعيين والإعلاميين منذ بداية ظهوره في القرن الماضي، وبذلك فالمحاولات الأولى لفهم ما أحدثته هذه الوسائط الاتصالية من تغييرات وتأثيرات في حياة الناس وطرائق تواصلهم وتفاعلهم، بدأت في الستينيات والسبعينيات على يد **مارشال ماكلوهان** من خلال مؤلفه: *Understanding Media: The Extensions of Man* سنة 1964. و **دانييل بيل** من خلال مؤلفه: *The Coming of Post - Industrial Society: A venture in Social Forecasting* سنة 1973، وبذلك فقد كان **D. Bell** من أوائل علماء الاجتماع الذين خصصوا وقتاً كافياً لتحليل الدور الذي يقوم به هذا النوع من الاتصالات في تسريع عملية التغيير الاجتماعي وتسهيل التواصل بين الأفراد في المجتمع، كما حاول تحليل التأثيرات الاجتماعية التي تتركها هذه الاتصالات، ولا سيما الرقمية منها في المجتمع واستمرت في الثمانينيات على يد **هبرماس** والذي يُعتبر من أشهر علماء الاجتماع الذين أسهموا في تقديم تحليل دقيق لهذا النوع من الاتصالات ودورها في التغيير الاجتماعي وذلك من خلال مؤلفه الشهير "المجال العام (Public Atmosphere)

إن التطور المتسارع في تقنية الأنترنت وما صاحبها من أشكال اتصالية جديدة كان قد دفع العديد من الباحثين الاجتماعيين إلى إيلاء هذه الوسائط مزيداً من الاهتمام من حيث إعادة النظر في فهم أبعادها الاجتماعية وتأثيراتها في الاتصال الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية. فهي بذلك تُعتبر مرحلة جديدة من مراحل تطور الاتصال الاجتماعي، لها أبعادها الاجتماعية التي تستحق الدراسة، فقد غيّرت هذه التطورات التكنولوجية الاتصالية، طريقة تفاعل الناس وتواصلهم إلى الحد الذي اعتبر فيه **G.Mulgan** "أن ما أحدثه هذا النوع من الاتصال من تغييرات جوهرية كان بمنزلة نقطة تحول في تاريخ الاتصال الاجتماعي". فقد ارتبط الاتصال بوجود الإنسان أي أنه ظاهرة إنسانية استخدمه في علاقاته الاجتماعية الحقيقية في حين تميزت العلاقات الاجتماعية الافتراضية بغياب التواصل المواجهي الذي يعتمد بالإضافة إلى اللغة المنطوقة على الإيحاءات والإيماءات وتعابير الوجه ولغة الجسد. لتكون السيطرة في ظل العلاقات الاجتماعية الافتراضية للاتصال الوسيط الذي يعتبر موقع الفيسبوك محوره الأساسي. (عبادة، المرجع السابق، ص 137-139)

3- الفرق بين العلاقات الاجتماعية الحقيقية ونظيرتها الافتراضية:

- رغم أن المجتمع الافتراضي يحاكي بشكل كبير المجتمع الطبيعي إلا أن هناك العديد من الفوارق التي يمكن من خلالها التمييز بينهما نعددها فيما يلي:
- من أهم صفات المجتمع الطبيعي أنه مجتمع يدوم لفترة طويلة في حين أن المجتمع الافتراضي مهدد بالزوال في أي لحظة مع مجرد انقطاع في الاتصال بالإنترنت أو انقطاع في الكهرباء.
- يتميز المجتمع الافتراضي بالعالمية والكونية في حين يعتبر المجتمع الطبيعي محلياً، ومن جانب آخر نجد أن الأشخاص في المجتمعات الافتراضية غالباً ما تجمعهم مصالح مشتركة عكس المجتمع الطبيعي فلا يشترط ذلك.
- يمكننا القول بأن المجتمع الطبيعي ندرك الواقع فيه بحواسنا الخمس في حين ندرك المجتمع الافتراضي من خلال مجموعة من الأفكار والمفاهيم والآراء وغيرها. كما يتميز التفاعل في المجتمع الواقعي الطبيعي بعدد من الصفات كالرموز غير اللغوية والتعابير عن المشاعر مثل الضحك والقلق والإضراب وتعابير الوجه إلى جانب لغة الجسد وغيرها في حين نجدها في المجتمع الافتراضي تحولت إلى مجموعة من الرموز التي يطلق عليها إيموتيكونات

- يعتمد عليها المتفاعلين لتوصيل طبيعة مشاعرهم للطرف الآخر المتفاعلين معه بفعل التكنولوجيا. (نومار، مرجع سابق، ص ص 95-96)
- تشترط العلاقات الاجتماعية الحقيقية الحضور الفيزيائي، كما يكون الاتصال المواجهي (وجه لوجه) أهم مميز لها، في حين يغيب هذا تماما في العلاقات الاجتماعية الافتراضية التي لا تشترط الحضور الفيزيائي ويغيب فيها الاتصال الشخصي.
 - تتشكل العلاقات الاجتماعية الحقيقية وتستمر في فضاء جغرافي معين (أسرة، مدرسة، عمل، سوق...) فهي بهذا المعنى تفرض نفسها على الأفراد أي أنها جبرية أكثر منها اختيارية، في حين تتصف العلاقات الاجتماعية الافتراضية بأنها اختيارية فالأفراد وحدهم من تكون لديهم القدرة على اختيار الدخول في علاقة اجتماعية افتراضية أو رفضها ويكون الدافع الأساسي في ذلك هو الرغبة.
 - الأشخاص الذين يشكلون علاقاتنا الاجتماعية الحقيقية معروفون لدينا، كما أن المكان الذي يوجدون فيه معروف، في حين يصعب في كثير من الأحيان التعرف على الأشخاص المشكلين للعلاقات الاجتماعية الافتراضية بالنظر إلى إمكانية التخفي وراء هوية مُزيّفة، أو بسبب البعد الجغرافي، وبذلك تتميز العلاقات الاجتماعية الحقيقية بأنها مبنية على أساس الثقة مقارنة بنظيرتها الافتراضية التي تُبنى على الشك ونقص أو انعدام الثقة لأن الأشخاص يتميزون في كثير من الأحيان بالمجهولية.
 - تتميز العلاقات الاجتماعية الحقيقية بأن أشخاصها متجانسون ومتشابهون في عدة خصائص ولعل أهمها أنهم يخضعون للنظام الاجتماعي نفسه، إضافة إلى التقارب في السن والمستوى العلمي، والمنطقي أن يميل كبار السن إلى توطيد علاقاتهم الاجتماعية مع نفس الفئة العمرية وكذلك الأمر بالنسبة للشباب والأمر ذاته ينطبق أيضا على فئة المتعلمين وهكذا... نجد أيضا أن العلاقات الاجتماعية الحقيقية داخل المؤسسة مثلا تتميز بأنها تقوم على أساس سلم هرمي لأن مكانة الأشخاص تفرض نمط معين من العلاقات، في حين يختفي السلم الهرمي في العلاقات الافتراضية التي تتميز بالأفقية. (عبادة، مرجع سابق، ص ص 145-146)

4- العلاقات الاجتماعية الافتراضية ومستقبل العلاقات الاجتماعية:

أبدى الدارسون المهتمون باستخدامات الإنترنت وتكنولوجيا الاتصال تخوفاتهم من إمكانية تأثر العلاقات الاجتماعية بفعل ظهور هذه الطرق والفنوت الحديثة للاتصال التي قلبت التّواصل في المجتمع رأساً على عقب، بعد أن جعلت الحضور الفيزيائي أو الاجتماعي والتّقارب الجغرافي والتوافق الزمني والتماثل الثقافي أموراً لا يشترط توفرها لإقامة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، حيث أصبح الأفراد داخل البيئة الاتصالية الجديدة يتمتعون بقدرة على خلق فضاءات اتصالية افتراضية يلتقون فيها ظرفياً كأسلوب تعبيرى جديد يمكنهم من التّواصل مع الآخرين.

ومع تزايد الاعتماد على هذه الفضاءات الافتراضية بدأت تتجلى العديد من التساؤلات حول ما إذا كان انتشار العلاقات الافتراضية الناتجة عن استخدام مواقع التّواصل الاجتماعي يؤثر سلباً على نمط العلاقات الاجتماعية الواقعية، مما يؤدي إلى تراجعها أو تلاشيها في المستقبل أو يساهم في دعمها وتقوية روابطها.

(بركات، مرجع سابق، ص 275)

في دراسة على 895 مفردة من مستخدمي الإنترنت توصلها مركزا البحث Pew Research Center's Internet و American Life Project إلى أن: 85 % يعتقدون بأن في عام 2020 عندما سيقيمون حياتهم بصورة عامة (صداقاتهم وعلاقتهم الزوجية وغيرها من العلاقات) سيجدون بأن الإنترنت كان لها قوة إيجابية على علاقاتهم الاجتماعية. في حين أن 14% منهم يرون عكس ذلك فيعتقدون بأنهم في عام 2020 عندما ينظرون إلى صداقاتهم الشخصية وعلاقتهم الزوجية وغيرها من العلاقات، سيجدون بأن الإنترنت كان لها قوة سلبية على علاقاتهم الاجتماعية. وأمام هذه التصورات ظهر اتجاهين أساسيين متعلقين برؤية مستقبل العلاقات الاجتماعية في ظل انتشار العلاقات الافتراضية.

← **الاتجاه الأول:** الاتصال عبر الأنترنت والشبكات الاجتماعية يدعم العلاقات الاجتماعية: كان **باري Barry** (2001) قد كتب بأن المجتمع الافتراضي كشبكة من العلاقات الشخصية تقدم المؤانسة والدعم، المعلومات، الشعور بالانتماء والهوية الاجتماعية، وتقول **Gulia جوليا** و **Wellman ويلمان** بأن الكمبيوتر يدعم الشبكات الاجتماعية من خلال مجموعة متنوعة من الخدمات مثل الإيميل، الدردشة، .. وغيرها. ولقد استطاعت المجتمعات الافتراضية من خلال

الشبكات الاجتماعية أن توفر العديد من الفرص للأشخاص لمشاركة حياتهم الخاصة مع آخرين في نموذج آخر من المجتمعات هو المجتمع الرقمي الافتراضي. ولقد أشار العديد من الأشخاص الذين يعتبرون بأن الأنترنت تمثل قوة إيجابية في علاقاتهم لأنها سمحت لهم بإنشاء العديد من العلاقات سواء كانت قوية أو ضعيفة، حيث لم يعد البعد الجغرافي يمثل عائقاً أمام الحفاظ على هذه العلاقات وتقويتها. ويؤكد العديد ممن يدعمون هذا الاتجاه إلى أن الشبكات الاجتماعية عبر الأنترنت والتواصل من خلالها يساهم في دعم العلاقات الاجتماعية والحفاظ عليها ومثال ذلك الدور الذي يلعبه موقع "الفايسبوك" اليوم في حياة الأشخاص حيث يرى العديد من مستخدميهم بأن الموقع ساعدهم في الحفاظ على علاقاتهم الاجتماعية القديمة والحديثة، حيث سمحت هذه المواقع مثل "فايسبوك" و"تويتر" للمستخدمين أن يبقوا على اتصال مع الأصدقاء في أوقات فراغهم حتى في الوقت الذي يجلس فيه في المكتب أو ينتظر القطار...، وتبين الدراسات بأن فايسبوك مؤخرًا أصبح يضم أكثر من 47000 كلية، مدارس، عمال، شبكات إقليمية وغيرها، وتساهم اليوم مواقع الشبكات الاجتماعية من خلال مساهمتها في العمليات التعليمية في جمع العديد من ذوي الاهتمامات المشتركة. وتجدر الإشارة بأن زوكربيرغ من خلال تصميمه لموقع "الفايسبوك" يركز على إنتاج المنفعة الاجتماعية التي تربط الناس ببعضهم البعض في جميع أنحاء العالم وليس تركيزه على جعل الموقع يبدو جذاباً وحسب. ويُعتقد بأن الأشخاص الذين بإمكانهم التعبير عن أنفسهم عن طريق الأنترنت أكثر مما يتيح لهم الواقع هم الأكثر قدرة على بناء علاقات اجتماعية مقربة من خلال الأنترنت، ويمكن تحديد نوعين من هؤلاء الأشخاص الذين لا يستطيعون تحقيق نواتهم واكتشافها إلا عن طريق الأنترنت، النوع الأول هم الأشخاص الذين يحسون بقلق اجتماعي من خلال تواصلهم وجها لوجه، والنوع الثاني هم الأشخاص الذين يشعرون بالوحدة. هؤلاء الأشخاص بإمكانهم تطوير علاقاتهم عبر الأنترنت بسرعة كبيرة ويمكن لهذه العلاقات أن تتحول إلى علاقات اجتماعية حقيقية يكون التفاعل فيها وجها لوجه. ويرى John.Thompson أن التطور الحاصل في مجال تكنولوجيايات الاتصال لم يبلغ التفاعل المباشر وجها لوجه وإنما جاء ليكملة ويتمه. (نومار، مرجع سابق، ص ص 105-106)

← **الاتجاه الثاني:** الاتصال عبر الأنترنت والشبكات الاجتماعية يؤثر سلبيًا على العلاقات الاجتماعية:

يرى "ويلمان Wellman" أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد يتدخل في الكثير من الأحيان في التفاعل داخل المنزل، وخلق ما يعرف بما بعد الأسرة، عندما يصبح أفراد الأسرة يتفاعلون مع الأنترنت بدلا من تفاعلهم مع بعضهم البعض. فمواقع التواصل الاجتماعي هو وجه من التأثير السلبي على التفاعل داخل الأسرة، حيث يرى البعض حسب ما كشفت عنه دراسة أجراها كل من مركز "Pew لأبحاث الأنترنت" و "Research Center's Internet" و "مشروع الحياة الأمريكية American Life Project" بأن الوقت الذي يقضونه في استخدام الأنترنت يسرق الكثير من الوقت الذي يفترض أنه مخصص للتواصل وجها لوجه، والأنترنت في العادة تعزز علاقات غير قوية، هذا إلى جانب أن الدخول إلى الأنترنت يعرض المعلومات الشخصية إلى الخطر. إذن، لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في عزل الأفراد اجتماعيا وتفكيك العلاقات الاجتماعية بين الأفراد في المجتمع، فالأفراد أصبحوا يقضون وقتا طويلا في التعامل مع الأنترنت بطريقة لافتة، بما ينطوي عليه ذلك في كثير من الأحيان من حاجة إلى العزلة عن الآخرين خلال فترة الاستخدام، الأمر الذي يؤدي بدوره إلى إشاعة حالة من العزلة الاجتماعية، وبالتالي إيجاد نوع من التفكك الاجتماعي، خاصة في ظل انتشار أنماط جديدة من القيم والسلوكيات المستحدثة في المجتمع العربي كله، ويشير المتخصصون في هذا الصدد إلى ما بات يطلق عليه انطوائية الكمبيوتر "Computer Phylia" وتوجد هذه الحالة عندما يستمر الشخص في الجلوس أمام الحاسوب ساعات طويلة كل يوم بشكل يشبه مدمني القمار، طبعا مع استثناء الأشخاص الذين يستدعي عملهم ذلك، وقد توجد هذه الحال لدى الأفراد الانعزاليين ذوي الشخصيات الانطوائية أو الأشخاص الذين يرغبون في الهروب من ظروفهم ومشكلاتهم الحياتية فيلجؤون إلى الحاسوب ليفرغوا فيه طاقتهم وهمومهم، فضلا عن الإجهاد والتوتر النفسي الذي ينتج من استخدام الحاسوب لفترات طويلة. (بركات، مرجع سابق، ص 276)

خلاصة الفصل:

لا يختلف اثنان في الدور الفعّال للعلاقات الاجتماعية في تماسك المجتمع وتحقيق هدف التّجمع الإنساني بتعاون أفرادهِ وتحقيق مصالحهم المشتركة ودوام النسل البشري. ولكن بقي الجدل قائماً حول علاقة شبكات التّواصل الاجتماعي وما أنتجته من علاقات اجتماعية افتراضية بتغير العلاقات الاجتماعية الواقعية، من حيث التأثير الإيجابي بتعزيزها أو بالتأثير السّلبّي بإضعافها. ومن خلال عرضنا لما توّصلت إليه بعض الأبحاث، وجدنا أن الاختلاف قائم حول تأثر العلاقات الاجتماعية الواقعية بنظيرتها الافتراضية من شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها موقع فايسبوك، لأن الاستخدام لهاته المواقع نسبي ويختلف من فرد لآخر وهذا ما يؤدّي إلى اختلاف التغير في العلاقات الاجتماعية للفرد مع من حوله، وهنا تطرح قضية الاستخدام الرّشيد لمواقع التواصل الاجتماعي، والاستفادة منها لتوطيد العلاقات الاجتماعية وخاصة على المستوى المحلي، وعدم الغلو في استخدامها بما يجرّ إلى العزلة الاجتماعية والانسحاب التدريجي من الواقع، فالتفاعل المباشر (وجها لوجه) هو الذي يحقّق الأهداف الملموسة لمصالح الأفراد والجماعات داخل المجتمع وبه تتماسك أبنية المجتمع وتقوده إلى التطور والاستمرار والرّضى الاجتماعي.

الفصل الرابع: الدّراسة الميدانية وإجراءاتها المنهجية

أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

- 1- منهج الدراسة
- 2- مجالات الدراسة
- 3- أدوات جمع البيانات
- 4 - مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 5- خصائص العينة
- 6- الأساليب الإحصائية المستخدمة

ثانياً: الدراسة التطبيقية

- 1- عرض وتوصيف البيانات المتعلقة بأسئلة الدراسة:
- 2- مناقشة النتائج:
- 3- النتائج العامة للدراسة:

تمهيد:

إن الجانب الميداني من الدراسة من أهم مراحل البحث، والتي من خلالها نتوصل إلى نتائج جديدة حول مجتمع البحث قد توافق أو تعارض الدراسات السابقة والعرض النظري في مختلف جوانب الدراسة. وفي الجزء الأول من هذا الفصل نعرض الإجراءات المنهجية للدراسة حيث نحدد من خلالها المنهج المتبع في الدراسة والمجال المكاني والزمني وكذا عينة البحث والأدوات المستخدمة لجمع البيانات، ونقدم كذلك الأساليب الإحصائية التي يتم توظيفها في معالجة البيانات للوصول إلى النتائج المرجوة من الدراسة. وفي الجزء الثاني من الفصل نعرض الجداول المجمعّة للبيانات وتوصيفها بالتكرارات والنسب المئوية وتحليلها وتفسيرها للكشف عن العلاقة بين متغيرات الدراسة، ثم عرض النتائج في ضوء التساؤلات الفرعية ثم النتائج العامة.

أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- منهج الدراسة:

منهج الدراسة هو الطريق الذي يسلكه الباحث مجتهداً بتقنيات ووسائل مختلفة تمكنه من الوصول إلى نتائج علمية وذلك حسب طبيعة موضوع دراسته، ولذلك لا بد من تحديده واختياره بما يناسب موضوع البحث ونوعه.

ويعرف المنهج العلمي على أنه "مجموعة من الإجراءات والطرق الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة"، وهو كذلك "عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة والهادفة للكشف عن حقيقة تشكل هذه الظاهرة أو تلك" (عبيدات وآخرون، 1999، ص 35)

وللبحث العلمي عدة مناهج مثل المنهج التجريبي، والمنهج التاريخي، والمنهج الوصفي، وغيرها من المناهج، ويرتبط اختيار المنهج حسب طبيعة الدراسة وبناء على الإشكالية التي تم تحديدها، وبما أن الدراسة الحالية تسعى فيها إلى جمع كم من المعلومات والحقائق حول مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، وعلاقة هذا الاستخدام بالروابط الاجتماعية إيجاباً أو سلباً أو حياداً، فإن هذه الدراسة تصنف ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بجمع المعلومات والبيانات المختلفة حول ظاهرة معينة قصد وصفها وتحليلها بموضوعية وعلمية للوصول إلى نتائج وتحليل للوقائع من شأنها المساهمة في التنبؤ وإيجاد حلول لمشاكل معينة، أو تعزيز الإيجابية منها، وهذا ما نستنتجه من خلال التعاريف المختلفة لهذا المنهج ومنها: "أنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة" (عبيدات وآخرون، المرجع السابق، ص 46)

والدراسات الوصفية تستهدف تقرير خصائص مشكلة معينة ودراسة ظروفها المحيطة بها، أي كشف الحقائق الزاهنة التي تتعلق بظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأفراد مع تسجيل دلالاتها وخصائصها وكشف ارتباطاتها بمتغيرات أخرى، بهدف وصف الظاهرة المدروسة وصفاً دقيقاً شاملاً من كافة جوانبها، ولفت النظر إلى أبعادها المختلفة. (شفيق، 2006، ص 105)

وعليه نعتد في مشروعنا هذا على المنهج الوصفي الذي من خلاله نقوم بجمع المعلومات حول عينة من المجتمع الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي ممثلة في الفايسبوك لمعرفة العلاقة الموجود بينها وبين الروابط (العلاقات) الاجتماعية في المجتمع وذلك بعد تصنيف وتحليل للمعطيات للوصول إلى صياغة نتائج تجيب عن تساؤلات الدراسة.

2- مجالات الدراسة:

2-1- المجال المكاني:

تمت الدراسة الميدانية بولاية الوادي، وهي إحدى الولايات الجزائرية التي انبثقت عن التقسيم الإداري لعام 1984 تقع شمال شرق صحرائها، وتبعد عن عاصمة البلاد بـ 630 كلم ويحدها من الشرق الجمهورية التونسية ومن الغرب كل من ولاية المغير وتقرت ومن الشمال ولايات تبسة وخنشلة وبسكرة ومن الجنوب ولاية ورقلة. وتبلغ مساحتها 44.585 كلم²، وحسب إحصاء سنة 2013 بلغ تعداد سكانها 990 ألف نسمة، وتضم 10 دوائر إدارية وهي الوادي، البياضة، الرباح، حاسي خليفة، الدبيلة، المقرن، الرقيبة، قمار، أميه ونسه، الطالب العربي. (<https://ar.wikipedia.org>)

2-2- المجال الزمني:

مثل باقي الدراسات العلمية التي تتقيد بمجال زمني للدراسة، حيث امتد المجال الزمني لدراستنا الحالية من شهر نوفمبر 2019 إلى شهر ماي 2023 والذي شمل الإطار النظري والجانب الميداني للدراسة وعلى مراحل كانت كالتالي:

- **المرحلة الأولى:** وهي المرحلة التي انطلقت فيها الدراسة النظرية بعد اختيار الموضوع وضبط متغيراته النهائية مع المشرف وقبوله من طرف اللجنة العلمية للقسم. وتم فيها كذلك الاطلاع على التراث النظري للموضوع بما فيه الدراسات السابقة المشابهة للدراسة، والتي تم خلالها جمع العديد من المصادر والمراجع حول موضوع الدراسة، وامتدت هذه الفترة من أواخر شهر نوفمبر 2019 إلى شهر ديسمبر 2020.

- **المرحلة الثانية:** وهي المرحلة التي تم فيها كتابة الإطار العام للدراسة والجانب النظري لها، بما فيها من تصحيحات وتقويمات مع الأستاذ المشرف، وخاصة في تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها وخطة البحث، وقد امتدت هذه المرحلة من بداية شهر جانفي 2021 إلى غاية أواخر شهر نوفمبر من نفس السنة.

- **المرحلة الثالثة:** وهي المرحلة التي انطلق فيها الجانب الميداني للدراسة، وكانت بدايتها بالإجراءات المنهجية للدراسة حيث تمت فيها تحديد المنهج المتبع في الدراسة وكذا مجتمع وعينة البحث وأدوات جمع البيانات، والتي من أهمها الاستمارة حيث عمدنا إلى بنائها مستعينين بالدراسات المشابهة وبتوجيهات المشرف والأساتذة المحكمين لها، وبعد ضبطها في صورتها النهائية تمت عملية النسخ ثم توزيعها على عينة الدراسة واسترجاعها، وقد امتدت هذه المرحلة من شهر ديسمبر سنة 2021 إلى أواخر شهر أكتوبر سنة 2022.
- **المرحلة الرابعة:** وقد تمّ في هذه المرحلة تبويب وتفريغ البيانات من الاستمارات، ثم تحليلها ومناقشة نتائجها وصولاً إلى عرض النتائج النهائية للدراسة، وكان ذلك من بداية شهر نوفمبر 2022 إلى أواخر شهر جويلية 2023.

3- أدوات جمع البيانات:

يمكن اعتبار أن الاختيار الأنسب والصحيح لأداة البحث من أهم عوامل نجاح البحث مع ضرورة تطبيقها بموضوعية للوصول إلى نتائج علمية صادقة ومفسرة لحقيقة الظاهرة المدروسة، وتمّ الاعتماد في هذه الدراسة على أداتي الملاحظة والاستبيان، وفيما يلي شرح لكيفية الاستفادة من كل أداة:

3-1- الملاحظة:

" تعني الملاحظة توجيه الحواس والانتباه إلى ظاهرة أو مجموعة من الظواهر رغبة في الكشف عن صفاتها أو خصائصها توصلاً إلى كسب معرفة جديدة عن تلك الظاهرة أو الظواهر". (محمد قاسم، 1999، ص110)

وقد كانت الملاحظة أول أداة تم استخدامها، حيث تم الإحساس بمشكلة البحث انطلاقاً من ملاحظة للواقع، وكذلك ملاحظة ممارسات وتفاعلات الأفراد ضمن العالم الافتراضي ومن خلال موقع فايسبوك، وهذه الملاحظة تساعد في فهم عادات وأنماط استخدام عينة البحث لموقع فايسبوك وكذا تحليل البيانات المتوصل إليها، فالملاحظة الموضوعية للظاهرة توسع أفكار الباحث ومعارفه حول الظاهرة المدروسة وتصبّ آفاق تنبؤاته حولها وبالتالي تقديم التفسيرات المنطقية والأحكام الصائبة في تحليله ومناقشته لنتائج الدراسة.

3-2- الاستبيان:

وحسب طبيعة الدراسة وهو البحث عن العلاقة بين استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي كأداة للتواصل مع غيرهم والروابط الاجتماعية التي يعايشونها في مجتمعهم، وكذلك كبر مجتمع البحث، فالأداة الأنسب لجمع المعلومات هي استمارة الاستبيان سواء ورقية أو إلكترونية لأنها إحدى وسائل الحصول على البيانات والمعلومات على نطاق واسع، وهذا ما نستخلصه من تعريفاتها المختلفة.

حيث تعرّف " أنّها وسيلة للدخول في اتصال بالمخبرين بواسطة طرح الأسئلة عليهم واحدا واحدا وبنفس الطريقة بهدف استخلاص اتجاهات وسلوكيات مجموعة كبيرة من الأفراد، انطلاقا من الأجوبة المتحصل عليها ". (أنجرس، 2013، ص204)

ويعرف محمد عبد الحميد الاستبيان بأنه أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات، ويعد الاستبيان من أكثر وسائل وأدوات جمع البيانات شيوعا واستخداما في منهج المسح". (عبد الحميد، 2000، ص353)

وبالتالي فاستمارة الاستبيان هي الأداة الرئيسية الأنسب لجمع البيانات في الدراسة الحالية نظرا لملائمة الاستبيان لطبيعة الدراسة والمنهج المتبع ومحققة لأهداف الدراسة، ويساعد الاستبيان كذلك على تغطية أكبر قدر من المبحوثين في وقت وجيز وبالتالي جمع كم كبير من المعلومات حول موضوع الدراسة مع توفير الجهد والوقت مقارنة بغيرها من الأدوات.

- 3-3- خطوات إعداد الاستبيان:
- قراءة في الدراسات السابقة وخاصة المشابهة للدراسة الحالية والاستفادة منها في صياغة أسئلة الاستبيان والجوانب التي يجب الإلمام بها للإحاطة بأبعاد الموضوع.
- إعداد استبيان أولي يشمل ثلاثة محاور أساسية على ضوء التساؤلات الفرعية للدراسة، وعرضه على الأستاذ المشرف والمناقشة حول ملاءمة الأسئلة للوصول إلى أجوبة عن المؤشرات التي تحيط بأبعاد الدراسة وتقيس حالاتها.
- تعديل في صياغة أسئلة الاستبيان حسب توجيهات الأستاذ المشرف ثم ارسالها إلى أساتذة لتحكيمها والاستفادة من خبراتهم وتوجيهاتهم.

- إعادة الصياغة النهائية للاستبيان بعد التعديلات حسب توجيهات الأساتذة المحكمين وملاحظاتهم، حيث احتوت على 52 سؤالاً مقسمة على أربعة محاور كالآتي:
 - المحور الأول: وهو متعلق ببيانات متعلقة ببعض أنماط وعادات استخدام عينة البحث لموقع فايسبوك وضمّ (07) أسئلة.
 - المحور الثاني: والموسوم بـ " بيانات متعلقة باتجاهات المستخدم للفايسبوك وتغيير الروابط الأسرية وروابط القرابة " وضمّ (12) سؤالاً.
 - المحور الثالث: والمعنون بـ " بيانات متعلقة باتجاهات المستخدم للفايسبوك وتغيير روابط الجيرة والصداقة " وقد اشتمل على (12) سؤالاً.
 - المحور الرابع: وكان حول " بيانات متعلقة باتجاهات المستخدم للفايسبوك وتغيير روابط زملاء العمل أو الدراسة " واحتوى على (21) سؤالاً.
- وقد كانت أسئلة الاستبيان للمحاور الأساسية مختلفة الاختيارات وليست موحدة كقياس "ليكرت" الخماسي، فكانت الخيارات بين (دائماً - أحياناً - أبداً)، (نعم - لا)، (قويت - ضعفت)، (كلهم - أغلبهم - بعضهم)، وذلك حسب طبيعة كل سؤال والهدف منه للوصول إلى معرفة الحالة القائمة للمبحوث.

3.3- صدق وثبات أداة الدراسة:

3.3.1- صدق الاتساق الداخلي للأداة:

قمنا باختيار عينة استطلاعية بطريقة المعاينة العرضية وعددها 30 فرداً من مستخدمي موقع فايسبوك بولاية الوادي، وذلك من أجل التعرف على مدى الاتساق الداخلي لأداة البحث وعلى بيانات العينة الاستطلاعية وقمنا بحساب معامل الارتباط بيرسون لمعرفة الصدق الداخلي للاستبيان، حيث قمنا بحساب صدق المحتوى للاستبيان بطريقة الاتساق الداخلي، وذلك بحساب معامل ارتباط كل بند من بنود عن الدرجة للمحور التابع له.

تم استعمال نظام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS₂₅) لحساب قيمة r لكل بند، فتحصل على النتائج المدونة في الجداول التالية:

المحور الأول: أنماط وعادات استخدام عينة البحث لموقع فايسبوك

الجدول رقم (01): يبين قيمة معامل الارتباط R لكل بند من المحور الأول مع الدرجة الكلية

للمحور

المحور الأول	رقم البند	قيمة معامل الارتباط R	قيمة مستوى الدلالة Sig
أنماط وعادات استخدام عينة البحث لموقع فايسبوك	01	0.662	0.000
	02	0.753	0.000
	03	0.881	0.000
	04	0.755	0.000
	05	0.744	0.000
	06	0.665	0.000
	07	0.672	0.000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (01): نجد أن قيمة معامل الارتباط بيرسون لبند المحور الأول

أنماط وعادات استخدام عينة البحث لموقع فايسبوك تتراوح بين (0.662 - 0.881) وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01، مما يؤكد على أن المحور الأول أنماط وعادات استخدام عينة البحث لموقع فايسبوك صادق من ناحية المحتوى أو المضمون.

المحور الثاني: اتجاهات المستخدم للفايسبوك وتغير الروابط الأسرية وروابط القرابة

الجدول رقم (02): يبين قيمة معامل الارتباط R لكل بند من المحور الثاني مع الدرجة

الكلية للمحور

المحور الثاني	رقم البند	قيمة معامل الارتباط R	قيمة مستوى الدلالة Sig
اتجاهات المستخدم للفايسبوك وتغير الروابط الأسرية وروابط القرابة	08	0.669	0.000
	09	0.777	0.000
	10	0.694	0.000
	11	0.731	0.000
	12	0.884	0.000
	13	0.644	0.000
	14	0.671	0.000
	15	0.741	0.000
	16	0.738	0.000

0.000	0.754	17
0.000	0.703	18
0.000	0.732	19

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (02): نجد أن قيمة معامل الارتباط بيرسون لبنود المحور الثاني اتجاهات المستخدم للفا يسبوك وتغير الروابط الأسرية وروابط القرابة تتراوح بين (-0.644- 0.884) وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01، مما يؤكد على أن المحور الثاني اتجاهات المستخدم للفا يسبوك وتغير الروابط الأسرية وروابط القرابة صادق من ناحية المحتوى أو المضمون.

المحور الثالث: اتجاهات المستخدم للفا يسبوك وتغير الروابط الجيرة والصداقة

الجدول رقم (03): يبين قيمة معامل الارتباط R لكل بند من المحور الثالث مع الدرجة

الكلية للمحور

المحور الثالث	رقم البند	قيمة معامل الارتباط R	قيمة مستوى الدلالة Sig
اتجاهات المستخدم للفا يسبوك وتغير الروابط الجيرة والصداقة	20	0.761	0.000
	21	0.654	0.000
	22	0.714	0.000
	23	0.687	0.000
	24	0.684	0.000
	25	0.745	0.000
	26	0.728	0.000
	27	0.607	0.000
	28	0.762	0.000
	29	0.604	0.000
	30	0.820	0.000
	31	0.732	0.000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (03): نجد أن قيمة معامل الارتباط بيرسون لبنود المحور الثالث اتجاهات المستخدم للفا يسبوك وتغير الروابط الجيرة والصداقة تتراوح بين (-0.604 - 0.820)

وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01، مما يؤكد على أن المحور الثالث اتجاهات المستخدم للفا يسبوك وتغير الروابط الجيرة والصدّاقة صادق من ناحية المحتوى أو المضمون.

المحور الرابع: اتجاهات المستخدم للفا يسبوك وتغير روابط زملاء العمل أو الدراسة

الجدول رقم (04): يبين قيمة معامل الارتباط R لكل بند من المحور الرابع مع الدرجة الكلية

للمحور

المحور الرابع	رقم البند	قيمة معامل الارتباط R	قيمة مستوى الدلالة Sig
اتجاهات المستخدم للفا يسبوك وتغير روابط زملاء العمل أو الدراسة	32	0.741	0.000
	33	0.728	0.000
	34	0.814	0.000
	35	0.652	0.000
	36	0.854	0.000
	37	0.724	0.000
	38	0.651	0.000
	39	0.664	0.000
	40	0.612	0.000
	41	0.704	0.000
	42	0.683	0.000
	43	0.694	0.000
	44	0.735	0.000
	45	0.615	0.000
	46	0.599	0.000
	47	0.675	0.000
	48	0.698	0.000
	49	0.707	0.000
	50	0.780	0.000
	51	0.809	0.000
52	0.832	0.000	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (04): نجد أن قيمة معامل الارتباط بيرسون لبنود المحور الرابع اتجاهات المستخدم للفايسبوك وتغير روابط زملاء العمل أو الدراسة تتراوح بين (-0.615- 0.854) وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01، مما يؤكد على أن المحور الرابع اتجاهات المستخدم للفايسبوك وتغير روابط زملاء العمل أو الدراسة صادق من ناحية المحتوى أو المضمون.

الاستبيان ككل:

الجدول رقم (05): يبين قيمة معامل الارتباط R لكل محور من محاور الاستبيان مع الدرجة

الكلية

رقم المحور	قيمة معامل الارتباط R	قيمة مستوى الدلالة Sig
01	0.725	0.000
02	0.746	0.000
03	0.500	0.000
04	0.838	0.000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (04): نجد أن قيمة معامل الارتباط بيرسون لمحاور الاستبيان تتراوح بين (-0.500- 0.838) وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01، مما يؤكد على أن الاستبيان صادق من ناحية المحتوى أو المضمون.

2.3.3- ثبات التناسق الداخلي للبنود (ألفا كرو نباخ):

يقصد به الاستقرار في درجات الفرد الواحد على نفس الاختبار وهذا يعني إلى أي مدى يعطي نفس النتائج في إجراءات متكررة لنفس الأفراد، وحيث أن ثبات أداة البحث، وهو التأكد من أن الإجابة ستكون واحدة تقريباً إذا تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم، ولقياس مدى ثبات أداة البحث استخدمنا معامل ثبات (ألفا كرو نباخ) للتأكد من ثباتها، حيث طبقت المعادلة على العينة المسحوبة سابقاً لقياس الصدق البنائي والتي تكونت من ثلاثين (30) مفردة من عينة الدراسة، وهو من أهم مقاييس الاتساق الداخلي للأداة فهو يربط بين ثبات الأداة وثبات بنودها.

قمنا بحساب ثبات الاستبيان بطريقة التناسق الداخلي للبنود (ألفا كرو نباخ) بواسطة

نظام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS₂₅)، النتائج مدونة في الجداول التالية:

المحور الأول: أنماط وعادات استخدام عينة البحث لموقع فايسبوك

الجدول رقم (07): يوضح معامل الثبات ألفا كرو نباخ للمحور الأول

المحور الاول	عدد البنود	قيمة ألفا كرو نباخ
أنماط وعادات استخدام عينة البحث لموقع فايسبوك	07	0.869

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (07): نجد أن قيمة ألفا كرو نباخ للمحور الاول أنماط وعادات استخدام عينة البحث لموقع فايسبوك، أي درجة التناسق الداخلي لكل بنود المحور الاول أنماط وعادات استخدام عينة البحث لموقع فايسبوك تساوي 0.869، وهي علاقة موجبة بين البنود وبذلك يمكن القول بأن المحور الاول أنماط وعادات استخدام عينة البحث لموقع فايسبوك ثابت.

المحور الثاني: اتجاهات المستخدم للفايسبوك وتغير الروابط الأسرية وروابط القرابة

الجدول رقم (08): يوضح معامل الثبات ألفا كرو نباخ للمحور الثاني

المحور الثاني	عدد البنود	قيمة ألفا كرو نباخ
اتجاهات المستخدم للفايسبوك وتغير الروابط الأسرية وروابط القرابة	12	0.738

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (08) نجد أن قيمة ألفا كرو نباخ للمحور الثاني اتجاهات المستخدم للفايسبوك وتغير الروابط الأسرية وروابط القرابة، أي درجة التناسق الداخلي لكل بنود للمحور الثاني اتجاهات المستخدم للفايسبوك وتغير الروابط الأسرية وروابط القرابة تساوي 0.769، وهي علاقة موجبة بين البنود وبذلك يمكن القول بأن المحور الثاني اتجاهات المستخدم للفايسبوك وتغير الروابط الأسرية وروابط القرابة ثابت.

المحور الثالث: اتجاهات المستخدم للفايسبوك وتغير الروابط الجيرة والصداقة

الجدول رقم (09): يوضح معامل الثبات ألفا كرو نباخ للمحور الثالث

المحور الثالث	عدد البنود	قيمة ألفا كرو نباخ
اتجاهات المستخدم للفايسبوك وتغير الروابط الجيرة والصداقة	12	0.816

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (09) نجد أن قيمة ألفا كرو نباخ للمحور الثالث اتجاهات المستخدم للفا يسبوك وتغير الروابط الجيرة والصدّاقة، أي درجة التناسق الداخلي لكل بنود المحور الثالث اتجاهات المستخدم للفا يسبوك وتغير الروابط الجيرة والصدّاقة تساوي 0.816، وهي علاقة موجبة بين البنود وبذلك يمكن القول بأن المحور الثالث اتجاهات المستخدم للفا يسبوك وتغير الروابط الجيرة والصدّاقة ثابت.

المحور الرابع: اتجاهات المستخدم للفا يسبوك وتغير روابط زملاء العمل أو الدراسة

الجدول رقم (10): يوضح معامل الثبات ألفا كرو نباخ للمحور الرابع

المحور الرابع	عدد البنود	قيمة ألفا كرو نباخ
اتجاهات المستخدم للفا يسبوك وتغير روابط زملاء العمل أو الدراسة	21	0.715

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (10) نجد أن قيمة ألفا كرو نباخ للمحور الرابع اتجاهات المستخدم للفا يسبوك وتغير روابط زملاء العمل أو الدراسة، أي درجة التناسق الداخلي لكل بنود المحور الرابع اتجاهات المستخدم للفا يسبوك وتغير روابط زملاء العمل أو الدراسة تساوي 0.715، وهي علاقة موجبة بين البنود وبذلك يمكن القول بأن المحور الرابع اتجاهات المستخدم للفا يسبوك وتغير روابط زملاء العمل أو الدراسة ثابت.

الاستبيان ككل:

الجدول رقم (11): يوضح معامل الثبات ألفا كرو نباخ للاستبيان ككل

الاستبيان ككل	عدد البنود	قيمة ألفا كرو نباخ
الدرجة الكلية للاستبيان ككل	52	0.841

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (11) نجد أن قيمة ألفا كرو نباخ للاستبيان ككل، أي درجة التناسق الداخلي لكل بنود الاستبيان تساوي 0.841، وهي علاقة موجبة بين البنود وبذلك يمكن القول بأن الاستبيان ثابت.

4 - مجتمع البحث وعينة الدراسة :

يقصد بمجتمع البحث جميع مفردات أو وحدات الظاهرة موضوع الدراسة، فقد يكون المجتمع من سكان مدينة أو مجموعة من المزارع في منطقة معينة، أو وحدات معرفة بصورة واضحة بحيث يمكن تمييز وحداتها الإحصائية دون غيرها. (عبد المؤمن، 2008، ص184) ومجتمع الدراسة الحالية هم مستخدمو موقع فايسبوك بمدينة الوادي الجزائرية والباحث من قاطني هذه المدينة مما يسهل التنقل وجمع المعلومات خلال الدراسة، ولكبر مجتمع البحث وصعوبة الإلمام بجميع وحدات الدراسة لا بد من اللجوء إلى أسلوب المعاينة لاختيار عينة تمثل مجتمع البحث لاختصار الجهد والمال والوقت، والعينة هي " جزء من المجتمع الذي تجرى عليه الدراسة، يختارها الباحث لإجراء دراسته عليه وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا". (العزوي، 2008، ص161)

أو هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا ويسجل من خلال هذا التعامل للبيانات المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في السمات والخصائص التي يوصف من خلالها المجتمع. (محمد زيان، 1983، ص83)

واخترنا في دراستنا العينة القصدية (العمدية)، " ويقصد بالعمدية أن الباحث يتعمد أن تتكون العينة من وحدات بعينها لتوفر خصوصيات في هذه الوحدات يجعلها تمثل تمثيلا صحيحا المجتمع الأصلي" (ابراش، 2009، ص253)

ونحن نتعمد في دراستنا اختيار العينة من مستخدمو موقع فايسبوك ومن فئات مختلفة من المجتمع، فنقدم نسبة من استمارات البحث للطلبة ونسبة أخرى للموظفين ولأصحاب المحلات والتجار، مع الخلط بين الجنسين لتكون العينة تحتوي على أطراف المجتمع المختلفة، وكان قوام عينة الدراسة 300 مفردة، تم توزيع الاستبيان عليها ورقيا.

5- خصائص العينة:

لقد تم وضع مطلبين في بداية الاستبيان لمعرفة خاصيتين للعينة وهي خاصيتي الجنس والسّن، وحسب بيانات الاستمارات بعد جمعها كان توزيعها كالتالي:

أ. حسب متغير الجنس:

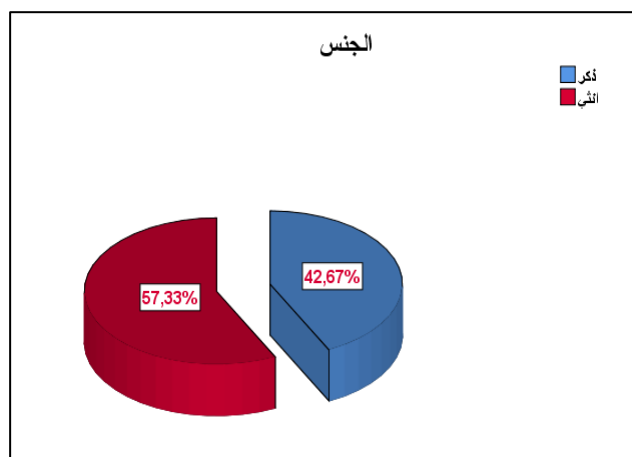
الجدول رقم (12): يوضح التكرارات والنسب المئوية لمتغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	128	42.7%
أنثى	172	57.3%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال قراءتنا للجدول رقم (12): نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية العدد بالنسبة لمتغير الجنس، حيث نجد عدد المبحوثين الإناث 178 مبحوثاً بنسبة 57.3%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذكور 128 مبحوثاً بنسبة 42.7% وهي النسبة الأقل، والشكل البياني رقم (01) يوضح ذلك، ويمكن تفسير هذا التباين في العدد لتفوق عدد الإناث في كلية العلوم الاجتماعية الذي كان منها نسبة من أفراد العينة، وكذلك زيادة مشاركة المرأة في المؤسسات التعليمية، حيث تشهد المدارس الابتدائية تفوق عدد الإناث في كثير منها وحتى على مستوى الإدارات والجمعيات المختلفة أصبحت مشاركة المرأة فعالة وتفوق عدد الذكور في كثير منها.

الشكل البياني رقم (03): دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

ب. حسب متغير السن:

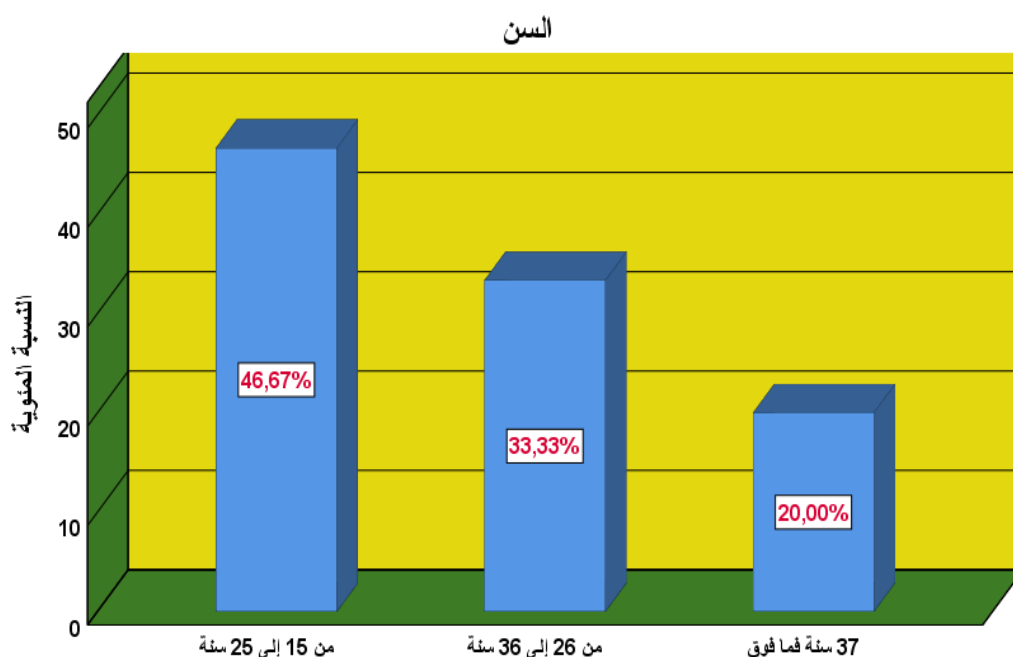
الجدول رقم (13): يوضح التكرارات والنسب المئوية لمتغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
46.7 %	140	من 15 إلى 25 سنة
33.3 %	100	من 26 إلى 36 سنة
20 %	60	من 37 سنة فما فوق
100 %	300	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال قراءتنا للجدول رقم (13): نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية العدد بالنسبة لمتغير السن، حيث نجد عدد المبحوثين الذين أعمارهم من 15 إلى 25 سنة 140 مبحوثاً بنسبة 46.7%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أعمارهم من 26 إلى 36 سنة 100 مبحوثاً بنسبة 33.3%، ويليهما عدد المبحوثين الذين أعمارهم من 37 سنة فما فوق 60 مبحوثاً بنسبة 20%، وهي النسبة الأقل، والشكل البياني رقم (02) يوضح ذلك. ونفسر هذا التباين في السن بأن أغلب مستخدمي الفايسبوك من الفئة الشبابية وخاصة أن ما يقارب ثلث العينة من طلبة الجامعة وتم اختيارنا ذلك لأن مقاعد الجامعة تستقبل الطلبة من جميع مناطق المدينة وهذا ما يعطي توزيعاً جيداً للعينة، ناهيك على أن مجتمع مدينة الوادي مجتمع فتي ويعرف زيادة سكانية مرتفعة ويشير أحد المواقع الإحصائية إلى أن متوسط العمر بمدينة الوادي هو 29 سنة.

الشكل البياني رقم (04): أعمدة بيانية توضح توزيع العينة حسب متغير السن



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

6- الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تعد الأساليب الإحصائية أحد الدعائم الأساسية التي تقوم عليها الطرق العلمية في بحوثها وهي التي من خلالها يتمكن الباحث من معرفة توزيع إجابات المبحوثين على مختلف محاور الاستبيان، وكذا الوصف الدقيق للموضوع، فبعد الحصول على أجوبة عينة البحث (مستخدمي الفايسبوك) من الاستبيان تم تفرغ معطياتها في شكل جداول ودوائر نسبية وأعمدة بيانية، وقد استخدمنا برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss) نسخة 25، ومن أجل إيجاد العلاقة بين المتغيرين والتحقق من الدور الذي يؤديه المتغير المستقل في تحقيق المتغير التابع وصحة الفرضيات من عدمها اعتمدنا في دراستنا الأساليب الإحصائية التالية:

- استخدام معامل ارتباط بيرسون لقياس صدق أداة الدراسة.
- معامل ألفا كرو نباخ لقياس ثبات أداة الدراسة.
- النسب المئوية والتكرارات لمعرفة خصائص عينة الدراسة.
- كاف تربيع لمعرفة العلاقة بين متغيرات الدراسة.
- معامل فاي لمعرفة العلاقة بين متغيرات الدراسة.

ثانيا : الدراسة التطبيقية:

1- عرض وتوصيف البيانات المتعلقة بأسئلة الدراسة:

1-1- عرض وتوصيف البيانات المتعلقة بأسئلة المحور الأول:

1-1-1- منذ متى وأنت تستخدم الفايسبوك:

الجدول رقم (14): يوضح توزيع ونسب العينة حول مدة استخدام الفايسبوك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنة	32	10.67%
من سنة إلى سنتين	80	26.67%
من سنتين إلى ثلاث سنوات	38	12.67%
أكثر من ثلاث سنوات	150	50%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (14): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الفايسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات وهم 150 مبحوثا بنسبة 50%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك من سنة إلى سنتين وهم 80 مبحوثا بنسبة 26.67%، ويليه عدد المبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك من سنتين إلى ثلاث سنوات وهم 38 مبحوثا بنسبة 12.67% ويليه عدد المبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك لأقل من سنة وهم 32 مبحوثا بنسبة 10.67% وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين يستخدمون الفايسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات، ويمكن تفسير ذلك بأن الفايسبوك انتشر منذ وقت طويل في شبكات التواصل الاجتماعي بالتالي أغلب عينة الدراسة يستخدمونه منذ أكثر من ثلاث سنوات، حتى أني قابلت أحد المبحوثين يستخدم الفايسبوك منذ 2005 وهي تقريبا أول سنة لانطلاق موقع فايسبوك، وبالتالي فهو عدد منطقي بأن يكون المستخدمون للفايسبوك لأكثر من ثلاث سنوات هم الأعلى نسبة في عينة البحث، وما يفسر النسبة المعتبرة لمستخدمي الفايسبوك من سنة إلى ثلاث سنوات هو ارتفاع نسبة المستخدمين من الفئة العمرية من 15 إلى 25 سنة وهم الشباب حديثي استخدام الهواتف وكذا مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يوضحه الجدول رقم 16 حيث وضح أن الفئة الأقل من سنة حتى سنتين من الاستخدام كلهم وبنسبة 100% من هذه الفئة العمرية.

الجدول رقم (15): يمثل توزيع أفراد العينة حول مدة استخدام الفايسبوك وفق متغير الجنس

الجنس البدائل	ذكر		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
أقل من سنة	3	%9.37	29	%90.63	32	%100
من سنة إلى سنتين	25	%31.25	55	%68.75	80	%100
من سنتين إلى ثلاث سنوات	12	% 31.58	26	% 68.42	38	%100
أكثر من ثلاث سنوات	88	%58.66	62	% 41.34	150	%100
المجموع	128	% 42.7	172	% 57.3	300	% 100
قيمة كاف مربع = 262.133	مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 3			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (15) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك منذ أقل من سنة من الإناث بنسبة 90.63% والنسبة الباقية من الذكور، ونجد كذلك معظم المبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك منذ سنة إلى سنتين هم من الإناث بنسبة 68.75% من هذه الفئة، وحتى الفئة الثالثة لمستخدمي الفايسبوك منذ سنتين إلى ثلاثة سنوات غلبت عليها الإناث بنسبة 68.42%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك لأكثر من ثلاث سنوات هم من الذكور بنسبة 58.66%، مقابل 41.34% من الإناث وعدد الذكور لهذه الفئة هو 88 مبحوثاً يقابله 40 منهم موزعين على بقية الفئات مما يوضح أن أغلب الذكور يستخدمون الفايسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات وهم الأقدم استخداماً للفايسبوك حسب ما بينته الأرقام مقارنة بالإناث واللاتي أغلبهن كذلك يستخدمن الفايسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات مقارنة بتوزيعهن على بقية الفئات، وهذا يفسره طبعاً تحرر الذكور أكثر من الإناث في مجتمع مدينة الوادي وخاصة في استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة مع أن غالبية الإناث من الفئة العمرية من 15 إلى 25 سنة وبالتالي فأغلبهن يدرسن ولا يجدن الحرية إلا بعد الالتحاق بالجامعة، بينما الذكور يمارسون العمل حتى وهم في مرحلة التعليم المتوسط والثانوي وبالتالي تمكنهم من اقتناء أجهزة الهواتف الذكية مبكراً ومنه الولوج به إلى مواقع التواصل الاجتماعي للفضول وللاتصال بأصدقائهم بأقل تكلفة من الاتصال على الخط الهاتفي وهذا ما يفسر النسبة الكبيرة للذكور الذين استخدموا الفايسبوك مبكراً ولأكثر من ثلاث سنوات وهي مدة كافية لإدمان المستخدم أو تحكمه في استخدام الفايسبوك 22 ذ.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين مدة استخدام الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 262.133 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين مدة استخدام الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 3، إذا توجد فروق في مدة استخدام الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (16): يمثل توزيع أفراد العينة حول مدة استخدام الفايسبوك وفق متغير السن

المجموع		من 37 سنة فما فوق		من 26 إلى 36 سنة		من 15 إلى 25 سنة		البدائل
		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
%100	32	%6.25	2	%18.75	6	%75	24	أقل من سنة
%100	80	%15	12	%36.25	29	%48.75	39	من سنة إلى سنتين
%100	38	%7.90	3	%23.68	9	%68.42	26	من سنتين إلى ثلاث سنوات
%100	150	%28.67	43	%37.33	56	%34	51	أكثر من ثلاث سنوات
% 100	300	% 20	60	% 33.3	100	% 46.7	140	المجموع
		درجة الحرية=6		مستوى الدلالة=0.000		قيمة كاف مربع= 274.105		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (16) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك منذ أقل من سنة من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 75%، تليها الفئة العمرية من 26 إلى 36 سنة بنسبة 18.75%، والنسبة المتبقية لذوي الأعمار فوق 37 سنة. وكذلك بالنسبة للمبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك من سنة إلى سنتين أغلبهم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 48.75%، ثم الفئة العمرية من 26 إلى 36 سنة بنسبة 36.25%، وبنفس الترتيب للفئات العمرية بالنسبة لعدد المبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك منذ سنتين إلى ثلاث سنوات، بينما نجد النسبة الأغلب للمبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات لذوي الأعمار من 26 إلى 36 وبنسبة 37.33% تليها وبنسبة 34% لذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة ثم للفئة العمرية من 37 فما فوق بنسبة 28.67%. ومن خلال الجدول كذلك يتبين أن نصف المبحوثين قد بدأوا استخدام الفايسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات وبنسب متقاربة بين مختلف الفئات العمرية وهو توزيع منطقي لأن موقع فايسبوك دخل الخدمة قبل سنة 2005، وأن الفئة العمرية من 15 إلى 25 سنة كانوا الأكثر نسبة في الاختيارات من ثلاث سنوات فما أقل استخداما وبالعكس بالنسبة للفئتين العمريتين من 26 سنة فما فوق حيث كانت

لهم الفرصة قبلهم وهم من يحتاجونه أكثر في مهنتهم بما يوفره الموقع من خدمات كالمجموعات الخاصة وعالم الإشهار والدردشة المباشرة وغيرها.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين مدة استخدام الفايسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 274.105 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين مدة استخدام الفايسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 6، إذا توجد فروق في مدة استخدام الفايسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-1-2- ما هو معدل استخدامك للفايسبوك في اليوم:

الجدول رقم (17): يوضح توزيع ونسبة العينة حول معدل استخدام الفايسبوك في اليوم

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	70	23.33%
من ساعة إلى ساعتين	124	41.33%
من ساعتين إلى ثلاث ساعات	80	26.67%
أكثر من ثلاث ساعات	26	8.67%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (17): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين معدل استخدامهم الفايسبوك من ساعة إلى ساعتين وهم 124 مبحوثا بنسبة 41.33% وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين معدل استخدامهم الفايسبوك من ساعتين إلى ثلاث ساعات وهم 80 مبحوثا بنسبة 26.67%، ثم عدد المبحوثين الذين معدل استخدام الفايسبوك لديهم أقل من ساعة وهم 70 مبحوثا بنسبة 23.33%، والنسبة الأقل كانت لعدد المبحوثين الذين معدل استخدامهم للفايسبوك أكثر من ثلاث ساعات وعددهم 26 مبحوثا بنسبة 8.67%.

إذن فالأرقام تكشف أن أغلبية المبحوثين معدل استخدامهم للفايسبوك من ساعة إلى ساعتين، ويمكن تفسير ذلك بأن الفايسبوك أصبح لديه مواقع منافسة مثل التيك توك واليوتيوب والأنستقرام والواتساب وغيرها من المواقع التي يقوم بتصفحها أغلب المبحوثين، بالتالي يضطر المبحوثون إلى استخدام الفايسبوك إلى أقل من ساعتين. ويبقى اختلاف مدة الاستخدام بين الأقل من ساعة أو من ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسب متقاربة يُعزى إلى طبيعة أعمال والتزامات كل فرد من أفراد العينة وإلى مدى تفضيله لموقع فايسبوك عن بقية المواقع، مع أن

هناك صعوبة في ضبط مجمل الوقت لحصر مدة الاستخدام في حين يكون الاستخدام متقطعا طوال اليوم. وجاءت الفئة المدمنة على موقع الفايسبوك بنسبة أقل وهذا أمر طبيعي، فزيادة هذه الفئة في المجتمع يؤدي إلى ظهور المظاهر السلبية كالانعزالية والتخلص من المسؤوليات الذي تنتج عنه المشاكل والتصادمات بين الأفراد داخل الأسر وخارجها، والمحاكم تعج بمثل هذه القضايا حسب تصريحات بعض المحامين.

الجدول رقم (18): يمثل توزيع أفراد العينة حول معدل استخدام الفايسبوك وفق متغير

الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
أقل من ساعة	52	74.28%	18	25.72%	70	100%
من ساعة إلى ساعتين	40	32.25%	84	67.75%	124	100%
من ساعتين إلى ثلاث ساعات	25	31.25%	55	68.75%	80	100%
أكثر من ثلاث ساعات	11	42.30%	15	57.70%	26	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 171.055	مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (18) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين معدل استخدامهم للفايسبوك أقل من ساعة هم ذكور بنسبة 74.28% وعددهم 52 مبحوثا، يقابله نسبة 25.72% من الإناث وعددهن 18 مبحوثا، أما بالنسبة للمبحوثين الذين معدل استخدامهم الفايسبوك من ساعة إلى ساعتين أغلبهم من الإناث بنسبة 67.75%، وعددهن 84 مبحوثا، يقابله 40 مبحوثا من الذكور بنسبة 32.25%. ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين معدل استخدامهم الفايسبوك من ساعتين إلى ثلاث سنوات هم إناث بنسبة 68.75% وعددهن 55 مبحوثا مقابل 25 مبحوثا من الذكور بنسبة 31.25%. كما يوضح الجدول أن أغلب المبحوثين الذين معدل استخدامهم الفايسبوك أكثر من ثلاث ساعات من الإناث بنسبة 57.70% بتعداد 15 مبحوثا مقابل 11 مبحوثا من الذكور بنسبة 42.30%. ومن خلال هذا الجدول تبين أن الإناث هم الأكثر من حيث معدل الاستخدام مقارنة بالذكور، فنسبة الذكور كانت أعلى إلا في خيار معدل الاستخدام أقل من ساعة وبقيّة الخيارات وهي الأطول من حيث مدة الاستخدام فاقت فيها نسبة الإناث

ولعل كثرة المكوث في البيت للإناث يفسر ذلك، وكذلك رغبتهم في التواصل مع صديقاتهم تكون أكثر من الذكور لأن الإناث في مجتمع مدينة الوادي لا يخرجن إلا للضرورة وخاصة في الليل مما يجعلهن يعوضن التواصل مع الصديقات والزميلات والأقارب عبر شبكات التواصل الاجتماعي بدل الاتصال المباشر.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين معدل استخدامهم الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 171.055 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين معدل استخدامهم الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في معدل استخدامهم الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (19): يمثل توزيع أفراد العينة حول معدل استخدام الفايسبوك في اليوم وفق

متغير السن

المجموع	من 37 سنة فما فوق		من 26 إلى 36 سنة		من 15 إلى 25 سنة		البدائل	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة		
	70	42.86%	30	31.43%	18	25.71%	أقل من ساعة	
	124	11.29%	14	41.94%	52	46.77%	من ساعة إلى ساعتين	
	80	13.75%	11	22.5%	18	63.75%	من ساعتين إلى ثلاث ساعات	
	26	19.23%	5	33.77%	8	50%	أكثر من ثلاث ساعات	
	300	20%	60	33.3%	100	46.7%	المجموع	
درجة	مستوى الدلالة=0.000					قيمة كاف مربع=303.673		الحرية=4

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (19) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين معدل استخدامهم الفايسبوك أقل من ساعة إلى من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بنسبة 42.86%، تليها نسبة المبحوثين من الفئة العمرية من 26 إلى 36 سنة بـ 31.43% بينما نجد أغلب المبحوثين الذين معدل استخدامهم الفايسبوك من ساعة إلى ساعتين من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 46.77% تليها نسبة المبحوثين من الفئة العمرية من 26 إلى 36 سنة بـ 41.94%، ثم المبحوثين الذين أعمارهم من 37 سنة فما فوق بنسبة 11.29% فقط، ونجد كذلك وبهذا

الترتيب في النسب بالنسبة للمبحوثين الذين معدل استخدامهم الفايسبوك من ساعتين إلى ثلاث ساعات، لكن بأغلبية أكثر لذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 63.75%، وبنسبة 22.5% للفئة من 26 إلى 36 سنة، وبنفس الترتيب كذلك للفئات العمرية لنسب المبحوثين الذين معدل استخدامهم الفايسبوك أكثر من ثلاث ساعات والذين كان عددهم قليل وهو 26 مبحوثا ونصفهم من ذوي الأعمار من 25 إلى 26 سنة أما الفئة العمرية من 26 إلى 36 سنة كانت نسبتهم 33.77%.

إذن فالملاحظ من هذه النتائج أن العلاقة عكسية بين العمر ومدة استخدام الفايسبوك فالأكبر أعمارا هم الذين كانت مدة استخدامهم أقل للفايسبوك، فكانت الغالبية للفئات العمرية الأكبر في مدة الاستخدام الأقل من ساعة وكانت لهم الأقلية في مدة الاستخدام من ساعة فما أكثر. وهذا ما نلاحظه من جلوس للشباب وراء شاشات هواتفهم لأوقات طويلة لأنهم أقل مسؤوليات وانشغالا من الكبار، بينما الفئة الأكبر سنا تكتفي بالتطلع عن آخر المستجدات بعد الدوام والتفرغ من الأعمال.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين معدل استخدام الفايسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 303.673 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين معدل استخدامهم الفايسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في معدل استخدامهم الفايسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-1-3- تتصفح الفايسبوك في الفترة:

الجدول رقم (20): يوضح توزيع ونسبة العينة حول وقت تصفح الفايسبوك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
الصباحية	15	5%
المسائية	55	18.33%
ليلا	60	20%
كل الأوقات	170	56.67%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (20): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين وقت تصفحهم الفايسبوك هو في كل الأوقات وهم 170 مبحوثا بنسبة 56.67%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين

الذين يتصفحون الفايسبوك في الليل وهم 60 مبحوثا بنسبة 20%، ويليهما عدد المبحوثين الذين وقت تصفحهم الفايسبوك في المساء وهم 55 مبحوثا بنسبة 18.33%، وفي الأخير عدد المبحوثين الذين وقت تصفحهم الفايسبوك في الصباح وهم 15 مبحوثا فقط بنسبة 5% وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين وقت تصفحهم الفايسبوك في كل الأوقات، ويمكن تفسير ذلك بأن أغلبية عينة الدراسة ليس لديهم وقت معين لاستخدام الفايسبوك وهذا راجع لانشغالاتهم الكثيرة بالإضافة إلى توفر العديد من المواقع، ومن المنطقي أن تكون الفترة الصباحية أقل نسبة في التصفح نظرا لمزاولة الدراسة ومختلف الأعمال يكون في الفترة الصباحية، وحتى لو حدث الولوج إلى الموقع يكون لوقت قصير إلا في أوقات العطل والفراغ. بينما الفترة المسائية والليل يعتبران أوقات راحة والفراغ من الدوام للأغلبية فإذا ما جمعنا عدد المبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك في المساء والليل نجدهم 115 فردا فنسبتهم تفوق الثلث وهي نسبة معتبرة.

الجدول رقم (21): يمثل توزيع أفراد العينة حول وقت تصفح الفايسبوك وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		ذكور		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
الصباحية	6	40%	9	60%	15	100%	15	100%
المسائية	14	25.45%	41	74.55%	55	100%	55	100%
ليلا	31	51.67%	29	48.33%	60	100%	60	100%
كل الأوقات	77	45.30%	93	54.70%	170	100%	170	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%	300	100%
قيمة كاف مربع = 292.097		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 3				

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (21) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين وقت تصفحهم الفايسبوك في الفترة الصباحية من الإناث وعددهم 9 بنسبة 60%، مقابل 6 من الذكور. ونجد كذلك أن أغلب المبحوثين الذين وقت تصفحهم الفايسبوك في الفترة المسائية هم إناث بنسبة 74.55%، بينما النسبة الغالبة للمبحوثين الذين وقت تصفحهم الفايسبوك في الليل من الذكور بنسبة 51.67% لكنها متقاربة مع نسبة الإناث، ثم تعود نسبة الإناث للتفوق في المبحوثين الذين وقت تصفحهم الفايسبوك في كل الأوقات حيث كانت النسبة 54.70% مقابل 45.30% للذكور،

دون أن ننسى أن عدد الإناث في عينة الدراسة يفوق عدد الذكور، ويبقى تفسير هذا التوزيع ما ذكرناه سالفاً أن الإناث أكثر ميلاً إلى التواصل والحديث مع رفيقاتهن وقرياتهن وأنهن أكثر مكوثاً في البيت من الرجال وأقل ارتباطاً بالأعمال الخارجية أو الشاقة، وهذا ما يجعل الذكور لا يتفرغون إلا في الفترة المسائية والليلية لتصفح موقع فايسبوك أو حتى غيره من المواقع. ويتضح أن هناك علاقة قوية بين وقت تصفحهم الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 292.097 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين وقت تصفحهم الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 3، إذا توجد فروق في وقت تصفحهم الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (22): يمثل توزيع أفراد العينة حول وقت تصفح الفايسبوك وفق متغير السن

البدائل	من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
الصباحية	5	33.33%	4	26.67%	6	40%	15
المسائية	38	69.10%	9	16.36%	8	14.54%	55
ليلاً	27	45%	13	21.67%	20	33.33%	60
كل الأوقات	70	41.18%	74	43.53%	26	15.29%	170
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300
قيمة كاف مربع = 262.185		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 6			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (22) نلاحظ أنه ومع قلة المتصفحين للفايسبوك في الفترة الصباحية أن النسب متقاربة بين الفئات العمرية حيث تراوحت بين 4 و 6 مبحوثين لكل فئة، أما بالنسبة للصفحة خلال الفترة المسائية أغلب المبحوثين من أصحاب الفئة العمرية من 15 إلى 25 سنة بنسبة 69.10%، ثم وينسب متقاربة للفئتين العمريتين الباقيتين، ونجد كذلك أن أغلب المبحوثين الذين وقت تصفحهم الفايسبوك ليلاً من الفئة العمرية من 15 إلى 25 بنسبة 45% يليها ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بنسبة 33.33% وباقي النسبة للفئة العمرية المتوسطة طبعاً. وبالنسبة للبديل الأخير وهو تصفح الفايسبوك في كل الأوقات والذي حظي باختيار غالبية المبحوثين فقد كانت أكبر النسب لذوي الفئة العمرية من 26 إلى 36 وهي 43.53% ونسبة قريبة منها وهي 41.18% لذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة.

من خلال نظرة عامة للجدول (22) نلاحظ أن ذوي الفئة العمرية من 15 إلى 25 سنة كانت لهم الأغلبية تقريبا في كل بدائل أوقات التصفح وهذا طبعا لقلّة التزاماتهم المهنية والعائلية لكن قلّ عددهم كما قلّت نسبتهم في التصفح خلال الفترة الصباحية ويمكن إرجاع ذلك إلى التزاماتهم بمقاعد الدراسة ودروس الدّعم والنوادي الرياضية والترفيهية المختلفة التي تحتم عليهم نوعا من النظام في حياتهم خاصة خارج أوقات العطل. كما نلاحظ أن نسب الفئة العمرية من 37 سنة فما فوق كانت لها الأغلبية في الفترة الصباحية للتصفح ولو كان عددها قليلا لأن غالبية هذا الخيار من الإناث حسب الجدول (21) وهذا طبعا لتفرغ الإناث ومكوثن في البيت أكثر من الرجال حيث يجدن وقتا للتصفح بين فترات الأعمال الصباحية للمنزل، كذلك ارتفعت النسبة المئوية لهذه الفئة في الفترة الليلية ونفسر هذا بأن الفئة العمرية الأكبر أكثر انشغالا خلال النهار وفي حاجة إلى الراحة بين الفترات ولا تستدرجهم مواقع التواصل لمحتوياتها كما تستدرج ذوي الفئة العمرية الأصغر لأنهم أكثر اتزانا ورزانة.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين وقت تصفح الفايسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 262.185 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين وقت تصفح الفايسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 6، إذا توجد فروق في وقت تصفح الفايسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-1-4- الوسيلة التي تستخدمها في تصفح الفايسبوك:

الجدول رقم (23): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الوسيلة التي تستخدمها في تصفح

الفايسبوك

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
الهاتف الذكي	262	87.33%
الحاسوب المحمول	24	8%
الحاسب المكتبي	8	2.67%
اللوحة الالكترونية	6	2%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (23): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يتصفحون الفايسبوك بالهاتف الذكي وهم 262 مبحوث بنسبة 87.33%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين

يتصفحون الفايسبوك بالحاسوب المحمول وهم 24 مبحوث بنسبة 8%، ويليها عدد المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك بالحاسوب المكتبي وهم 8 مبحوثين بنسبة 2.67%، ويليها عدد المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك باللوح الإلكتروني وهم 6 مبحوثين بنسبة 2%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح من خلال نتائج الجدول أن أغلبية المبحوثين يتصفحون الفايسبوك بالهاتف الذكي، ويمكن تفسير ذلك بأن الهاتف الذكي يمتلكه غالبية عينة الدراسة لأغراضه الاتصالية واستعمالاته المختلفة وسهولة حمله لصغر حجمه وخفة وزنه مقارنة بالحاسب المحمول أو اللوح الإلكتروني وبالتالي يسهل عليهم استخدام الفايسبوك وتصفحه من خلاله. أما الحاسب المحمول أو المكتبي فيستعمله البعض في المنازل أو في مكاتب العمل، ومن خلال الجدول الموالي للتوزيع حسب متغير الجنس يوضح أن الإناث هن أكثر من استعملن غير الهاتف الذكي في التصفح وهذا راجع لمكوتهن في البيت وخاصة خارج أوقات الدراسة والعمل مقارنة بالذكور. كما نشير ولأمانة العلمية أن هناك قلة من المبحوثين أشاروا إلى استعمال وسيلتين أو أكثر ولكن لم ندرج ذلك في الجدول لقلّة هؤلاء المبحوثين ولعدم جدواها أمام أغلبية الخيارات الأخرى وخاصة الهاتف الذكي. الجدول رقم (24): يمثل توزيع أفراد العينة حول وسيلة تصفح الفايسبوك وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		ذكر	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
الهاتف الذكي	118	45%	144	55%	262	100%
الحاسوب المحمول	5	20.83%	19	79.17%	24	100%
الحاسب المكتبي	5	62.5%	3	37.5%	8	100%
اللوح الإلكتروني	0	0%	6	100%	6	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 32.381		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 3		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (24) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك بالهاتف الذكي هم إناث بنسبة 55%، بينما نسبة الذكور الذين يتصفحون الفايسبوك بالهاتف الذكي هي 45%، ونجد كذلك أن أغلب المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك بالحاسوب المحمول من الإناث بنسبة 79.17%، بينما أن أغلب المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك

بالحاسب المكتبي من الذكور بنسبة 62.5%، أما المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك باللوح الإلكتروني كلهم إناث بنسبة 100%. فمن خلال هذه النسب نلاحظ أن نسبة استخدام الهاتف الذكي متقاربة بين الجنسين وهذا منطقي فقد أصبح الهاتف الذكي يمتلكه العام والخاص والذكور والإناث من طلبة الثانوية والجامعة وغيرهم، أما بقية الوسائل ومع قلة مستعملها فقد استخدم الحاسب المحمول عند الإناث بغالبية ويكون ذلك عند طالبات الجامعة والموظفات خاصة، أما الحاسب المكتبي فنسبة استعماله ضئيلة ومتقاربة بين الجنسين وذلك لصعوبة حمله حيث يستعمل داخل المنزل أو في مكاتب العمل فقط، كما أن اللوح الإلكتروني استخدم عند الإناث فقط وذلك لكبر حجمه فلا يحبذه الذكور لأن أغلب أوقاتهم يقضونها خارج البيت والإناث أكثر مكوثا في البيت فيستعملن الوسائل الثابتة وصعبة الاضطحاب على غرار اللوح الإلكتروني والحاسب المكتبي والمحمول.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين وسيلة تصفح الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 32.381 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين وسيلة تصفح الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 3، إذا توجد فروق في معدل استخدام الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (25): يمثل توزيع أفراد العينة حول وسيلة تصفح الفايسبوك وفق متغير السن

المجموع	من 37 سنة فما فوق		من 26 إلى 36 سنة		من 15 إلى 25 سنة		السن البدائل		
	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار			
	%100	262	%19.85	52	%26.72	70	%53.43	140	الهاتف الذكي
	%100	24	%8.34	2	%91.66	22	%0	0	الحاسوب المحمول
	%100	8	%75	6	%25	2	%0	0	الحاسب المكتبي
	%100	6	%0	0	%100	6	%0	0	اللوحة الإلكترونية
	% 100	300	% 20	60	% 33.3	100	% 46.7	140	المجموع
		قيمة كاف مربع= 174.046				مستوى الدلالة= 0.000		درجة الحرية= 6	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (25) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك بالهاتف الذكي هم ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 53.43%، بينما نجد ما نسبة

26.72% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، و النسبة المتبقية 8.40% للفئة العمرية من 37 سنة فما فوق، في حين نجد معظم المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك بالحاسب المحمول من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 91.66%، وبنسبة 8.34% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بينما ولا أحد من الفئة العمرية من 15 إلى 25 سنة يستعملون الحاسب المحمول، أما الحاسب المكتبي فإن أغلب مستعمليه من ذوي الفئة العمرية من 37 سنة فما فوق بنسبة 75% مع انعدام مستعمليه من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، أما وسيلة اللوح الإلكتروني فإن كل مستعمليه من ذوي الفئة العمرية من 26 إلى 36 سنة بنسبة 100%.

إذن ومن خلال هاته الأرقام تبين أن الفئة الأصغر عمرا تستعمل إلا الهاتف الذكي لقلّة ارتباطاتهم المنزلية والعملية وكثرة تحركاتهم خارجا وخاصة الذكور منهم، بينما الفئات الأكبر سنا استعملوا بقية الوسائل ولو بأعداد ضئيلة وهذا يفسره ارتباطات الأكبر سنا بالبيت وخاصة الإناث مع استعمالهم لهذه الوسائل لأغراض دراسية ومهنية، وحتى القدرة الشرائية تتحكم في ذلك فكثيرا من الأفراد يكتفون بوسيلة واحدة ولا يستطيعون شراء وسيلة ثانية أمام غلاء أجهزة الاتصال الإلكترونية.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين وسيلة تصفح الفايسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 174.046 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين وسيلة تصفح الفايسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 6، إذا توجد فروق في وسيلة تصفح الفايسبوك بين مختلف فئات الاعمار.

1-1-5- كم عدد أصدقاك في الفايسبوك:

الجدول رقم (26): يوضح توزيع ونسبة العينة حول عدد أصدقاء الفايسبوك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 150	182	60.67%
من 150 إلى 300	58	19.33%
أكثر من 300	60	20%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (26) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين عدد أصدقاكهم في الفايسبوك أقل من 150 صديق وهم 182 مبحوث بنسبة 60.67%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد

المبحوثين الذين عدد أصدقائهم في الفايسبوك أكثر من 300 صديق وهم 60 مبحوث بنسبة 20%، ويليهما عدد المبحوثين الذين عدد أصدقائهم في الفايسبوك من 150 إلى 300 صديق وهم 58 مبحوث بنسبة 19.33% وهي النسبة الأقل مع أنها قريبة من النسبة السابقة للذين عدد أصدقائهم أكثر من 300 صديق.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين عدد أصدقائهم في الفايسبوك أقل من 150 صديق، ويمكن تفسير ذلك لعدد الإناث الكبير في عينة الدراسة واللاتي يتحفظن من كثرة الصداقات إضافة إلى بعض الذكور من كبار السن أو حديثي استخدام الفايسبوك، ويبقى دائما حساب الفايسبوك الذي يستخدم للعمل أو لصانعي المحتوى يكون لديه عدد كبير من الأصدقاء حتى عند بعض الإناث.

الجدول رقم (27): يمثل توزيع أفراد العينة حول عدد أصدقاء الفايسبوك وفق متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكر		البدائل
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
100%	182	80.22%	146	19.78%	36	أقل من 150
100%	58	41.38%	24	58.62%	34	من 150 إلى 300
100%	60	3.33%	2	96.67%	58	أكثر من 300
100%	300	57.3%	172	42.7%	128	المجموع
درجة الحرية=2		مستوى الدلالة=0.000		قيمة كاف مربع=144.748		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (27) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين عدد أصدقائهم عبر الفايسبوك أقل من 150 هم إناث بنسبة 83.52%، بينما عدد المبحوثين الذين عدد أصدقائهم عبر الفايسبوك أقل من 150 من الذكور بنسبة 16.48%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين عدد أصدقائهم عبر الفايسبوك أكثر من 300 هم ذكور بنسبة 86.67%، بينما عدد المبحوثين الذين عدد أصدقائهم عبر الفايسبوك أكثر من 300 من الإناث بنسبة 13.33%، ونجد أغلب المبحوثين الذين عدد أصدقائهم عبر الفايسبوك من 150 إلى 300 هم ذكور بنسبة 79.31%. بينما عدد المبحوثين الذين عدد أصدقائهم عبر الفايسبوك من 150 إلى 300 من الإناث بنسبة 20.66%.

ومن خلال هذا التوزيع يتضح بأن الأغلبية من الإناث يقل عدد أصدقائهم عبر الفيسبوك عن 150 صديقا وهذا راجع لطبيعة الإناث في مجتمعنا المسلم بالهروب من الاختلاط وكثرة الصداقات خاصة مع جنس الذكور ناهيك أن الفيسبوك يحتوي على حسابات وهمية لذكور في صورة إناث أو العكس مما يجعل الأغلبية منهن يتحفظن في قبول طلبات الصداقة أو إرسالها للمجهولين وبالتالي يكتفين بضم الأقرباء والصديقات والزميلات اللاتي يعرفنهن على أرض الواقع، ويستثنى من ذلك من لديهن حسابات للعمل كبائعات الحلويات والأواني المنزلية أو الألبسة وغيرها من المواد التجارية أو حتى التعليمية. ولهذا نرى أن نسب الإناث تنقص عند البدائل التي تحدد الأصدقاء أكثر من 150 و300 صديق، على عكس الذكور الذين قلّت نسبتهم عند الأصدقاء الأقل من 150 وزادت عند الاختيارين الآخرين وهذا يفسره طبيعة الذكور بالمغامرة في المجهول والفضول بقبول طلبات الصداقة وإرسالها للغرباء لتوسيع دائرة التعارف في ميدان العمل أو الدراسة أو الصداقة. فكان التوزيع منطقي بقلة الصداقات عند الإناث وكثرتها عند الذكور لطبيعة كل جنس كما ذكرنا سلفا.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين عدد أصدقاء الفيسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 144.748 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين عدد أصدقاء الفيسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في عدد أصدقاء الفيسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (28): يمثل توزيع أفراد العينة حول عدد أصدقاء الفيسبوك وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
أقل من 150	99	54.40%	53	29.12%	30	16.48%	182	100%		
من 150 إلى 300	13	22.42%	30	51.72%	15	25.86%	58	100%		
أكثر من 300	28	46.67%	17	28.33%	15	25%	60	100%		
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%		
قيمة كاف مربع = 433.846		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4						

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (28) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين عدد أصدقاء الفيسبوك لديهم أقل من 150 من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 54.40%، بينما نجد ما

نسبته 29.12% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين عدد أصدقاء الفايسبوك لديهم من 150 إلى 300 من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بنسبة 51.72%، تليها نسبة 25.86% للفئة العمرية من 37 سنة فما فوق وبنسبة ليست ببعيدة عنها وهي 22.42% لذوي الفئة العمرية الصغيرة، كما يتبين من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين الذين لديهم أكثر من 300 صديق عبر الفايسبوك من أصحاب الفئة العمرية من 15 إلى 25 سنة بنسبة 46.67% يليها أصحاب الفئة العمرية من 26 إلى 36 سنة بما نسبته 28.33% والنسبة المتبقية لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

يمكن تفسير حصول الأغلبية للفئة العمرية من 15 إلى 25 سنة في البديلين أقل من 150 صديق وكذلك أكثر من 300 صديق هو توزيع الذكور والإناث لأن غالبية الإناث من هذه الفئة العمرية وهن كما فسرنا أنفاً يتحفظن في كثرة الصداقات، بينما نفسر غالبية هذه الفئة العمرية لأكثر من 300 صديق أنهم صغار الذكور الذين يكونون أكثر مغامرة وفضول في التعارف وتبادل الأفكار حتى مع الجنس الآخر، أما الفئة العمرية المتوسطة فقد كانت نسبهم متوسطة وكانت لهم الأغلبية إلا في البديل من 150 إلى 300 صديق وهذا طبعاً لربطهم بين الفئتين العمريتين فمنهم من يفضل كثرة الأصدقاء ومنهم من لا يحبذ ذلك خاصة الإناث منهم، وبقيت الفئة الأكبر عمراً مع قلة عددهم في عينة الدراسة، تميل إلى قلة الصداقات فكان الأغلبية منهم يحوزون على أقل من 150 صديقاً.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين عدد أصدقاء الفايسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 433.846 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين عدد أصدقاء الفايسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 6، إذا توجد فروق في عدد أصدقاء الفايسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-1-6- أين تستخدم موقع الفايسبوك:

الجدول رقم (29): يوضح توزيع ونسبة العينة حول مكان استخدام الفايسبوك

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
في المنزل	106	35.33%
خارج المنزل	8	2.67%
خارج المنزل وداخله	186	62%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (29): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين مكان استخدامهم الفايسبوك خارج المنزل وداخله وهم 186 مبحوثا بنسبة 62%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين مكان استخدامهم الفايسبوك في المنزل وهم 106 مبحوثا بنسبة 35.33%، ويليهما عدد المبحوثين الذين مكان استخدامهم الفايسبوك خارج المنزل وهم 8 مبحوثين بنسبة 2.67% وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن اغلبية المبحوثين مكان استخدامهم الفايسبوك خارج وداخل، ويمكن تفسير ذلك بأن معظم عينة الدراسة يتصفحون الفايسبوك بالهاتف الذكي والذي يسهل عليهم التنقل به وخاصة الطلبة وأصحاب المحلات التجارية، ونجد كذلك نسبة معتبرة من الذين يتصفحون الفايسبوك داخل المنزل فقط وهذا منطقي ما دام معظم أفراد العينة من الإناث ويمكن حتى بعض الذكور من أصحاب الحرف والـكين لا يجدون وقتا للتصفح مع طبيعة عملهم إلا عند الرجوع للبيت وقت الراحة، لأن هناك من الذكور من لا يسهر خارج المنزل.

الجدول رقم (30): يمثل توزيع أفراد العينة حول مكان استخدام الفايسبوك وفق متغير

الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
في المنزل	21	19.81%	85	80.19%	106	100%
خارج المنزل	8	100%	0	0%	8	100%
خارج المنزل وداخله	99	53.23%	87	46.77%	186	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 247.077		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (30) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين مكان استخدامهم الفايسبوك في المنزل من الإناث بنسبة 80.19%، في حين نجد أن أغلب المبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك خارج المنزل وداخله هم ذكور بنسبة 53.23%، بينما نجد كل المبحوثين الذين مكان استخدامهم الفايسبوك خارج المنزل هم ذكور بنسبة 100%.

نلاحظ أن الأرقام في الجدول رقم (30) تدعم التفسير الذي قدمناه للجدول السابق بأن أغلب الذين يتصفحون الفايسبوك داخل المنزل من الإناث وهذا لطبيعتهم ومكوّنهن في البيت

أكثر من الذكور خاصة الكيبرات في السن ونجد نسبة من الذكور كما ذكرنا من أصحاب بعض المهن والذين لا يسهرون خارج المنزل أو قلة من الذين لا يملكون هواتف ذكية. كما يبين الجدول أن كل المبحوثين الذين يستخدمون الفاييسبوك خارج المنزل فقط هم ذكور وهذا لطبيعة بعض الشباب الذين يقضون أوقاتا طويلة خارج المنزل ولا يتصفحون الفاييسبوك إلا مع أصدقائهم. بينما تقاربت النسبة بين الذكور والإناث في استخدام الفاييسبوك داخل المنزل وخارجه مع تفوق قليل للذكور وهذا لعدد الإناث الكبير من ذوي الفئة العمرية الصغيرة من طالبات الثانوية والجامعة اللواتي يستخدمنه بالقرب من زميلاتهن وفي أوقات فراغهن.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين مكان استخدامهم الفاييسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 247.077 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين مكان استخدام الفاييسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في مكان استخدام الفاييسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (31): يمثل توزيع أفراد العينة حول مكان استخدام الفاييسبوك وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
في المنزل	42	39.62%	37	34.91%	27	25.47%	106	100%	
خارج المنزل	5	62.5%	2	25%	1	12.5%	8	100%	
خارج المنزل وداخلة	93	50%	61	32.80%	32	17.20%	186	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
قيمة كاف مربع = 210.138		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4					

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (31) نلاحظ أن أصحاب الفئة العمرية من 15 إلى 25 سنة كانت لهم الأغلبية في كل البدائل ففي استخدام الفاييسبوك خارج المنزل وداخلة كان لهم العدد الأكبر بـ 93 مبحوثا وبنسبة 50% أي نصف الذين قالوا بهذا البديل، ونجد 61 مبحوثا بما نسبته 32.80% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، والنسبة المتبقية لذوي الفئة العمرية الكبيرة، ونجد كذلك أغلب نسبة للمبحوثين الذين مكان استخدام الفاييسبوك في المنزل وهي 39.62% لذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة وعددهم 42 مبحوثا، يليهم كذلك أصحاب الفئة العمرية

المتوسطة من 26 إلى 36 سنة وعددهم 37 مبحوثا بنسبة 34.91%، أما نسبة الفئة العمرية من 37 فما فوق لهذا البديل فهي 25.47%. ونفس الترتيب كذلك للفئات العمرية من حيث الأغلبية بالنسبة للمبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك خارج المنزل ولكن عددهم ضئيل مقارنة بالبديلين الآخرين حيث توزعوا 5 في الفئة العمرية الصغيرة و2 في الفئة العمرية المتوسطة ومبحوث واحد من ذوي الفئة العمرية الكبيرة.

لقد كان توزيع أفراد العينة حول مكان استخدام الفايسبوك وفق متغير السن متوافق مع عدد أفراد العينة حسب متغير السن فالأكثر عددا كانت لهم النسبة الأكبر في التوزيع الذي يعتبر متناسبا.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين مكان استخدام الفايسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 210.138 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين مكان استخدام الفايسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في مكان استخدام الفايسبوك بين مختلف فئات الاعمار.

1-1-7- مع من تتصفح الفايسبوك:

الجدول رقم (32): يوضح توزيع ونسبة العينة حول مع من تتصفح الفايسبوك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
لوحدهم	172	57.33%
مع أصدقائك	78	26%
مع أسرته	50	16.67%
أخرى	0	0%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (32) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يتصفحون الفايسبوك لوحدهم وهم 172 مبحوثا بنسبة 57.33%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك مع أصدقائهم وهم 78 مبحوثا بنسبة 26%، ويليهما عدد المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك مع أسرهم وهم 50 مبحوثا بنسبة 16.67%، بينما لا يوجد أي مبحوث يتصفح الفايسبوك مع أناس آخرين.

ويمكن تفسير بأن أغلبية المبحوثين يتصفحون الفايسبوك لوحدهم لأنهم يفضلون العزلة لكي يجدون راحتهم وحرّيتهم في التصفح لعلاقات شخصية يقيمونها أو محتويات يتصفحونها وقد توافق هذا مع دراسة أقامتها الباحثة ابتسام دراجي والمدرجة ضمن الدراسات السابقة بأن أغلبية المبحوثين يستخدمون الفايسبوك لوحدهم. أما المبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك مع أصدقائهم فيكونون أغلبهم من ذوي الفئة العمرية الصغيرة فهم من يحبذون التجمعات عند التصفح ونقل الأحداث والمحتويات لبعضهم البعض لأن حياتهم تكون أكثر تكشفاً بين بعضهم البعض على عكس الأكبر سناً فإنهم يميلون إلى السرية أكثر خاصة فيما يتعلق بحياتهم الأسرية. أما الذين يتصفحون الفايسبوك مع أسرهم رغم قلتهم فيكونون أغلبهم من الأزواج الذين يتصفحون في المنزل من الإناث وحتى بعض الذكور والذين تكون حساباتهم لا تدعو إلى السرية ونظيفة من كل ما يخدش الحياء، لأن للفايسبوك ميزة أنه يرسل إلى نوافذ الحساب المختلفة المحتويات الذي يستهلكها صاحب الحساب فإذا كان صاحب الحساب يتصفح المحتويات الدينية ويشترك في صفحاتها فإن المحتويات من هذا القبيل سوف تظغى على صفحته.

الجدول رقم (33): يمثل توزيع أفراد العينة حول مع من تتصفح الفايسبوك وفق متغير

الجنس

البدائل	الجنس		إناث		ذكر	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
لوحدهك	172	55.23%	95	44.77%	77	44.77%
مع أصدقائك	78	55.13%	43	44.87%	35	44.87%
مع أسرتك	50	68%	34	32%	16	32%
أخرى	0	0%	0	0%	0	0%
المجموع	300	57.3%	172	42.7%	128	42.7%
	درجة الحرية=3		مستوى الدلالة=0.000		قيمة كاف مربع=166.144	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (33) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك لوحدهم من الإناث بنسبة 55.23% وعددهن 95 مبحوثاً، يقابله عدد الذكور 77 مبحوثاً بما نسبته 44.77%. ونجد كذلك وتقريباً بنفس النسبة أن الأغلبية الذين يتصفحون الفايسبوك مع أصدقائهم من الإناث بنسبة 55.13% وعددهن 43 مبحوثاً، يقابله 35 مبحوثاً من الذكور

بنسبة 44.87%. وتتفوق نسبة الإناث كذلك في عدد المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك مع أسرهم بما نسبته 68% وعددهم 34 مبحوثاً، وفي المقابل نسبة الذكور لهذا البديل 32% وعددهم 16 مبحوثاً.

ويعتبر هذا التوزيع منطقي باعتبار أن نسبة الإناث هي الأعلى في عينة الدراسة مع أن النسب متقاربة في البديلين الأولين أما في التصفح للفايسبوك مع الأسرة فقد فاقت نسبة الإناث الثلثين تقريبا، وهذا يفسره مكوث الإناث في البيت الذي يحتم عليهن التواجد بالقرب من أفراد الأسرة وخاصة الأمهات اللواتي يستخدمن الفايسبوك لأغراض عملية وتعليمية.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين مع من تتصفح الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 166.144 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين مع من تتصفح الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.03 ودرجة حرية 3، إذا توجد فروق في مع من تتصفح الفايسبوك بين الذكور والاناث.

الجدول رقم (34): يمثل توزيع أفراد العينة حول مع من تتصفح الفايسبوك وفق متغير السن

المجموع	من 37 سنة فما فوق		من 26 إلى 36 سنة		من 15 إلى 25 سنة		السن البدايل		
	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار			
	%100	172	%18.60	32	%41.28	71	%40.12	69	لوحدهم
	%100	78	%8.98	7	%14.10	11	%76.92	60	مع أصدقائك
	%100	50	%42	21	%36	18	%22	11	مع أسرتك
	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أخرى
	% 100	300	% 20	60	% 33.3	100	% 46.7	140	المجموع
		درجة الحرية=6		مستوى الدلالة=0.000		قيمة كاف مربع=396.303			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (34) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك لوحدهم من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 41.28% وعددهم 71 مبحوثاً، وبنسبة قريبة منها وهي 40.12% لذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة وعددهم 69 مبحوثاً، والنسبة المتبقية لذوي الفئة العمرية من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك مع أصدقائهم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 76.92% وعددهم 60

مبحوثا، ونجد نسبة المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك مع أصدقائهم 14.10% هم ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة وعددهم 11 مبحوثا، و 7 مبحوثين فقط لذوي الفئة العمرية الكبيرة، بينما ينقلب الترتيب في نسب المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك مع أسرهم لتكون الأغلبية لذوي الفئة العمرية من 37 سنة فما فوق بنسبة 42% وعددهم 21 مبحوثا، وتليها الفئة العمرية من 26 إلى 36 سنة بنسبة 36% وعددهم 18 مبحوثا، وتبقى النسبة المتبقية لذوي الفئة العمرية الصغيرة بنسبة 22% وعددهم 11 مبحوثا.

لقد وافق هذا التوزيع تفسيرا في الجدولين السابقين بأن المبحوثين الذين يتصفحون الفايسبوك لوحدهم يكون أغلبهم للفئات العمرية الصغيرة وحتى 36 سنة يعتبرون من الشباب، بينما كانت الأغلبية عند الذين يتصفحون الفايسبوك مع أصدقائهم للفئة العمرية من 15 إلى 25 سنة وفسرنا هذا بأنهم يحبذون التجمعات أثناء تصفحهم لتبادل محتويات ما يرونه، وتأتي الأغلبية عند الذين يتصفحون الفايسبوك مع أسرهم لأصحاب الفئة العمرية الكبيرة وأغلبهم من الإناث حسب توزيع الجدول رقم (33) وقد فسرنا ذلك لمكوئهن في البيت واستخدام صفحاتهن لأغراض مهنية وتعليمية قد يشاركن أسرهن فيما يتصفحنه.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين مع من تتصفح الفايسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 396.303 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين مع من تتصفح الفايسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 6، إذا توجد فروق في مع من تتصفح الفايسبوك بين مختلف فئات الاعمار.

1-2- عرض وتوصيف البيانات المتعلقة بأسئلة المحور الثاني:

اتجاهات المستخدم للفايسبوك وتغير الروابط الأسرية وروابط القرابة

1-2-1- لديك صداقات مع أفراد أسرتك على موقع فايسبوك:

الجدول رقم (35): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الصداقة مع أفراد الأسرة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	282	94%
لا	18	6%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (35): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين لديهم صداقات مع أفراد أسرتهم على موقع فايسبوك وهم 282 مبحوث بنسبة 94%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لا يوجد لديهم صداقات مع أفراد أسرتهم على موقع فايسبوك وهم 18 مبحوث بنسبة 6% وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين لديهم صداقات مع أفراد أسرتهم على موقع فايسبوك، ويمكن تفسير ذلك بأن المبحوثين يحتاجون لشبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع أفراد أسرتهم لما تتيحه هذه الشبكات من تطبيقات وأيقونات تسهل التواصل بطرق عديدة وبتكلفة زهيدة مقارنة بالتواصل على خطوط الهاتف، لكن على الرغم من إيجابيات هذا التواصل له سلبيات لأنه استبدل الاتصال المواجهي الاتصال الوسيطي، لأن في السابق كان الفرد من الأسرة لا يعرف إلا الاتصال المباشر الذي يكون تفاعله أكثر جدية وفائدة من الاتصال غير المباشر. أما النسبة القليلة من المبحوثين الذين ليست لديهم صداقات مع أفراد أسرتهم يرجع لخصوصية بعض الحسابات وهي عند الإناث حسب الجدول الموالي الذي يوزع إجابات أفراد العينة حسب متغير الجنس لأن أغلبية الإناث يضعن أسماء وصور مستعارة على صفحاتهم لطبيعتهم في ترك نشاطاتهن مخفية، وصداقة أفراد الأسرة تكشفهن من خلال قائمة الأصدقاء أو خلال التعليقات.

الجدول رقم (36): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة مع الأسرة وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		مجموع	
	نكر	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	128	45.39%	154	54.61%	282	100%
لا	0	0%	18	100%	18	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة فاي = 0.218		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 1		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (36) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات مع أفراد أسرته على موقع فايسبوك هم إناث بنسبة 54.61% بينما نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات مع أفراد أسرته على موقع فايسبوك 45.39% هم ذكور، في حين نجد كل المبحوثين الذين لا يوجد لديهم صداقات مع أفراد أسرته على موقع فايسبوك هم إناث بنسبة 100%، ولا يوجد أي مبحوث ذكر لا يوجد لديهم صداقات مع أفراد أسرته على موقع فايسبوك.

وما الأغلبية للإناث في صداقاتهم مع أفراد أسرتهم إلا لأنهن الأغلبية في عينة الدراسة، فالذكور كلهم لديهم صداقات مع أفراد أسرتهم لأنه ليس لديهم حسابات مثل الإناث في هذا الموضوع كما فسرنا ذلك بالنسبة للإناث في الجدول السابق.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الصداقة مع أفراد الأسرة والجنس حيث وجدنا قيمة فاي تساوي 0.218 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين الصداقة مع أفراد الأسرة والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1، إذا توجد فروق في الصداقة مع أفراد الأسرة بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (37): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة مع الأسرة وفق متغير السن

المجموع		من 37 سنة فما فوق		من 26 إلى 36 سنة		من 15 إلى 25 سنة		السن	
		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة		
نسبة	تكرار	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	البدائل	
%100	282	%14.89	42	%35.46	100	%49.65	140	نعم	
%100	18	%100	18	%0	0	%0	0	لا	
100%	300	20 %	60	33.3 %	100	46.7 %	140	المجموع	
درجة الحرية=2		مستوى الدلالة=0.000				قيمة كاف مربع=76.596			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (37) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين لديهم صداقات مع أفراد أسرته على موقع فايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 49.65%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات مع أفراد أسرته على موقع فايسبوك 35.46% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات مع أفراد أسرته على موقع فايسبوك 14.89% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد كل المبحوثين الذين لا يوجد لديهم صداقات مع أفراد أسرته على موقع فايسبوك من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بنسبة 100%.

يتبين من خلال توزيع هذا الجدول أن كل أصحاب الفئة العمرية الصغيرة والمتوسطة لديهم صداقات مع أفراد أسرهم بينما نجد ما يقارب ثلث أصحاب الفئة العمرية من 37 سنة فما فوق ليس لديهم صداقات مع أفراد أسرهم وهم من الإناث طبعاً حسب توزيع الجدول رقم (36) أي أن نسبة من النساء الأكبر سناً ليس لديهن صداقات مع أفراد أسرهن وأكد أن أغلبهن متزوجات في هذه السن وأسرهن هم الزوج والأبناء، فيعرضن عن الصداقة معهم لخصوصيات بعض العائلات وخوفهم من الاطلاع على ما يدور بينهم وأسرار حياتهم أو أنهم لا يجيدون استخدام إعدادات الحساب فيحدث عندهم الخوف من اختراق حساباتهم أو الاطلاع على محتويات يتبادلونها فكل الأحاسيس واردة في هذا المجال.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الصداقة مع أفراد الأسرة والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 76.596 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين

الصدقة مع أفراد الأسرة والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذ توجد فروق في الصدقة مع أفراد الأسرة بين مختلف فئات الأعمار.

1-2-2-2- لديك صداقات مع أفراد أقاربك على موقع فايسبوك:

الجدول رقم (38): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الصدقة مع الأقارب

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	280	93.3%
لا	20	6.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (38): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين لديهم صداقات مع أفراد أقاربهم على موقع فايسبوك وهم 280 مبحوث بنسبة 93.3%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لا يوجد لديهم صداقات مع أفراد أقاربهم على موقع فايسبوك وهم 20 مبحوث بنسبة 6.7%، وهي النسبة الأقل.

من المنطقي بأن يكون لأغلبية المبحوثين صداقات مع أفراد أقاربهم على موقع فايسبوك، فهو وسيلة للتواصل بينهم وتقعد أحوال بعضهم بعضا لأنه يختزل عليهم عناء التنقل، لكن دائما يكون الاستثناء وعدم تعميم التوجه، فهناك عدد قليل من المبحوثين ليس لديهم صداقات مع أقاربهم، وعادة من يمتنع عن صداقات الأقارب من لديهم حساسيات تجاههم فلا يريدون أن يتعرفوا على نشاطهم عبر فايسبوك وخاصة الإناث.

الجدول رقم (39): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصدقة مع الأقارب وفق متغير الجنس

البدايل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	126	45%	154	55%	280	100%
لا	2	10%	18	90%	20	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%

قيمة فاي = 0.321 مستوى الدلالة = 0.000 درجة الحرية = 1

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (39) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات مع أفراد أقاربهم على موقع فايسبوك هم إناث بنسبة 55% بينما نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات مع أفراد أقاربهم على موقع فايسبوك 45% هم ذكور، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين لا يوجد لديهم صداقات مع أفراد أقاربهم على موقع فايسبوك هم إناث بنسبة 90%، بينما نسبة المبحوثين الذين لا يوجد لديهم صداقات مع أفراد أقاربهم على موقع فايسبوك 10% هم ذكور.

بما أن الإناث لهن الغالبية في أفراد عينة الدراسة فلذلك كانت نسبتهم أكبر في عدد المبحوثين الذين لديهم صداقات مع أقاربهم، أما لو بحثنا عن النسبة داخل كل جنس على حدا لوجدنا أن الذكور نسبتهم أكبر لأن كل الذكور لديهم صداقات مع أقاربهم سوى اثنان منهم فقط والشاذ يعد ولا يقاس عليه، بينما هناك 18 مبحوثا من الإناث ليس لديهن صداقات مع أقاربهن وهي نفس الأسباب التي ذكرناها في تمنع هذه الأقلية عن الصداقات مع أفراد أسرهن.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الصداقة مع الأقارب والجنس حيث وجدنا قيمة فاي تساوي 0.321 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين الصداقة مع الأقارب والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1، إذا توجد فروق في الصداقة مع الأقارب بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (40): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة مع الأقارب وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	135	48.21%	96	34.29%	49	17.50%	280	100%	
لا	5	25%	4	20%	11	55%	20	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
قيمة كاف مربع = 85.714		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2					

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (40) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين لديهم صداقات مع أفراد أقاربهم على موقع فايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 48.21%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات مع أفراد أقاربهم على موقع فايسبوك 34.29% من

ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات مع أفراد أقاربهم على موقع فايسبوك 17.50% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين لا يوجد لديهم صداقات مع أفراد أقاربهم على موقع فايسبوك من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بنسبة 55%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لا يوجد لديهم صداقات مع أفراد أقاربهم على موقع فايسبوك 25% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لا يوجد لديهم صداقات مع أفراد أقاربهم على موقع فايسبوك 20% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

رغم أن جميع الفئات العمرية لها نسب أعلى في الذين لديهم صداقات مع أقاربهم من الذين لم يكن لديهم صداقات معهم إلا أن ذوي الفئة العمرية الأصغر لهم نسب أعلى في الصداقة مع أقاربهم فمثلا من 140 مبحوثا من ذوي الفئة العمرية من 15 إلى 25 سنة نجد 5 فقط من ليس لديهم صداقات مع أقاربهم، بينما نجد من 60 مبحوثا من ذوي الفئة العمرية من 37 سنة فما فوق هناك 11 منهم ليس لديهم صداقات مع أقاربهم، فهذا يعطينا مدلولاً أن أصحاب الفئات العمرية الأصغر تكون أكثر عفوية وقبولا للصداقات ويعتبرون أقاربهم مثل أسرهم، بينما الفئات الأكبر سنا يكونون أكثر تحفظا ورزانة في اختيار ذلك وربما مع ظروف الحياة وصراعاتها يتعرضون إلى الأذى من أقاربهم فيلجؤون إلى قطع العلاقات غير المباشرة ويكتفون بالتلاقي المباشر في المناسبات البارزة.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الصداقة مع الأقارب والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 85.714 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين الصداقة مع الأقارب والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في الصداقة مع الأقارب بين مختلف فئات الأعمار.

1-2-3- تقوم بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرته :

الجدول رقم (41): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأسرة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	48	16%
أحياناً	222	74%
أبداً	30	10%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (41): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحياناً ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرتهم وهم 222 مبحوث بنسبة 74%، وهي النسبة الأعلى يليها عدد المبحوثين الذين دائماً ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرتهم وهم 48 مبحوث بنسبة 16%، ويليهما عدد المبحوثين الذين أبداً ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرتهم وهم 30 مبحوث بنسبة 10%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين يقومون بتصفح الفايسبوك في بعض الأحيان عند الجلوس مع أفراد أسرتهم، ويمكن تفسير ذلك بأن إدمان عينة الدراسة على تصفح الفايسبوك تجعلهم يخرجون هواتفهم ولو دون أن يشعروا حتى في حضرة أفراد أسرهم ويتصفحون محتويات صفحاتهم على الفايسبوك لتلهم وتعودهم على الاطلاع على كل جديد في الأخبار أو الصفحات أو الردود على مشاركاتهم وتعليقاتهم. وهناك نسبة معتبرة كذلك يتصفحون دائماً الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرهم، وتبقى النسبة الأقل هم الذين لا يتصفحون الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرهم ويعتبرون من ذوي الشخصيات القوية والمتحكمين في تصرفاتهم ليحافظوا على التواصل الأسري ويعطونه أولويات اهتماماتهم.

الجدول رقم (42): يمثل توزيع أفراد العينة حول تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأسرة وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	14	29.17%	34	70.83%	48	100%
أحيانا	90	40.54%	132	59.46%	222	100%
أبدا	24	80%	6	20%	30	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 90.816		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (42) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرته هم إناث بنسبة 59.46% وعددهم 132، وفي المقابل نسبة الذكور الذين أحيانا ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرته هي 40.54% وعددهم 90. ونجد كذلك أن أغلب المبحوثين الذين دائما ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرته هم إناث بنسبة 70.83% وعددهم 34، يقابله 14 مبحثا من الذكور بنسبة 29.17%، أما المبحوثين الذين أبدا ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرتهم أغلبهم من الذكور بنسبة 80% وعددهم 24 مبحثا وفي المقابل 6 إناث بنسبة 20%.

من الملاحظ في الجدول رقم (42) أن الإناث بحكم مكوثهن في البيوت أكثر من الذكور عودهن على تصفح الفايسبوك حتى عند الجلوس مع أفراد أسرهن بينما الذكور لديهم الوقت الطويل خارج المنزل ومع الأصدقاء، وهناك نسبة كذلك من الذكور الذين يتصفحون الفايسبوك عند الجلوس مع أسرهم وهم الذين يسهرون داخل منازلهم أو بعض الشباب الذين لا يبالون للحديث مع أفراد أسرهم وأدمنوا كثيرا مع مواقع التواصل الاجتماعي، بينما نجد النسبة الأكبر من المبحوثين الذين لا يتصفحون الفايسبوك أبدا مع أفراد أسرهم من الذكور وهم من الذين لديهم فضاءات لوحدهم كغرف منعزلة أو من الذين لا يريدون لهذه المواقع أن تؤثر على حضورهم الأسري والتفاعل مع أبنائهم. وتبقى الأغلبية للذين يتصفحون أحيانا الفايسبوك عند الجلوس مع

أفراد أسرهم لأن الإدمان على موقع فايسبوك يجرحهم إلى تفقده بين الحين والآخر ولو مع أفراد أسرهم وهنا يأتي التأثير السلبي الذي يجر الفرد إلى العزلة وقلة التفاعل الأسري.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تصفح الفاييسبوك عند الجلوس مع أفراد الأسرة والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 90.816 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين تصفح الفاييسبوك عند الجلوس مع أفراد الأسرة والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في تصفح الفاييسبوك عند الجلوس مع أفراد الأسرة بين الذكور والاناث.

الجدول رقم (43): يمثل توزيع أفراد العينة حول تصفح الفاييسبوك عند الجلوس مع أفراد الأسرة وفق متغير السن

البدايل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
دائما	41	85.42%	2	4.17%	5	10.42%	48	100%			
أحيانا	97	43.69%	95	42.79%	30	13.51%	222	100%			
أبدا	2	6.67%	3	10%	25	83.33%	30	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
قيمة كاف مربع = 189.961		مستوى الدلالة = 0.000				درجة الحرية = 4					

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (43) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أحيانا ما يقومون بتصفح الفاييسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرهم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 43.69%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يقومون بتصفح الفاييسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرهم من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يقومون بتصفح الفاييسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرهم من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين دائما ما يقومون بتصفح الفاييسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرهم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 85.42%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يقومون بتصفح الفاييسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرهم من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين

الذين دائما ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرتهم 4.17% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرتهم هم من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بنسبة 83.33%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرتهم 10% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونسبة المبحوثين الذين أبدا ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرتهم 6.67%، من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة.

إذا تمعنا في الجدول نلاحظ أن ذوي الفئة العمرية من 15 إلى 25 سنة أكثر تصفحا للفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرهم مقارنة ببقية الفئات العمرية، وأغلبهم من الإناث حسب الجدول رقم (42) إذن فأغلبهن من ذوي الفئة العمرية الصغيرة، ويفسر هذا ما ذكرناه في الجدول السابق من أن مكوثهن في البيت يجبرهن على ذلك بالتعود شيئا فشيئا، أما الفئة العمرية المتوسطة فقد أشاروا أغلب أفرادها بأنهم أحيانا ما يتصفحون الفايسبوك عند الجلوس مع أسرهم لأن هذه الفئة أكثر وعيا واتزاناً من الفئة الأصغر منها في السن فكانوا أكثر تحكما في الاستخدام، وتأتي الفئة العمرية من 37 سنة فما فوق لتكون لهم النسبة الأكبر في الذين لا يقومون أبدا بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أسرهم وهي الفئة التي تضم أكبر قدرا من أرباب الأسر وتحتوي أسرهم على أبناء كبارا ولا بد أن يتحكموا في تصرفاتهم ليكونوا قدوة لهم لأن الإدمان على أي وسيلة مذموم ناهيك عن الهاتف المحمول ومحتوياته.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأسرة والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 189.961 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأسرة والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأسرة بين مختلف فئات الأعمار.

1-2-4- تقوم بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربك :

الجدول رقم (44): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأقراب

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	26	8.67%
أحيانا	195	65%
أبدا	79	26.33%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (44): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربهم وهم 195 مبحوث بنسبة 65%، وهي النسبة الأعلى يليها عدد المبحوثين الذين أبدا ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربهم وهم 79 مبحوث بنسبة 26.33%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائما ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربهم وهم 26 مبحوث بنسبة 8.67%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربهم، ويمكن تفسير ذلك أن الجلسات مع الأقراب تختلف بين الأفراد الذين يجالسونهم، فيمكن أن يتصفح الفايسبوك مع ابن عمه أو خاله الذي يخالطه لكن لا يمكنه التصفح في حضرة عمه أو خاله أو غيرهم من الأقراب الذين يوقرونهم ولهم هيبة عندهم، وهناك كذلك جلسات جدية تختلف عن الجلسات الهزلية أو العادية. كما نلاحظ أن عدد الذين دائما ما يتصفحون الفايسبوك عند الجلوس مع أقاربهم قلّ مقارنة بالتصفح عند الجلوس مع أفراد الأسرة، وزيادة عدد الذين لا يتصفحون الفايسبوك أبدا عند الجلوس مع أقاربهم، وهذا يفسر بأن أفراد الأسرة يتعودون مع بعضهم لكثرة البقاء والجلوس مع بعضهم ولا يشعرون بالإحراج عند التصفح في حضرة بعضهم، بينما الأقراب حضورهم مع بعضهم ليس دائم فيقدرون زيارة بعضهم البعض ويتجنبون التصفح للهاتف حتى لا يظن القريب أنه غير مباليين به أو يتجاهلونه وغير مرغوب فيه، ويستثنى من هذا الأقراب الجيران الذين يلتقون دائما وتكون بينهم معايشة دائمة.

الجدول رقم (45): يمثل توزيع أفراد العينة حول تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأقارب وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		ذكور		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائماً	20	76.92%	6	23.08%	26	100%	26	100%
أحياناً	100	51.28%	95	48.72%	195	100%	195	100%
أبداً	8	10.13%	71	89.87%	79	100%	79	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%	300	100%
قيمة كاف مربع = 101.138		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2				

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (45) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحياناً ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربهم هم ذكور بنسبة 51.28%، والمبحوثين الذين أحياناً ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربهم من الإناث نسبتهم 48.72% في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبداً ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربهم هم إناث بنسبة 89.87%، والمبحوثين الذين أبداً ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربهم من الذكور نسبتهم 10.13%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائماً ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربهم هم ذكور بنسبة 76.92% بينما نسبة المبحوثين الذين دائماً ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربهم هم إناث بنسبة 23.08%.

يتبين من خلال جدول التوزيع حسب متغير الجنس أن الإناث أقل تصفحاً للفايسبوك عند الجلوس مع أقاربهم لأن عددن قلّ عند البديل الأول "دائماً" وزاد عند البديل الأخير "أبداً" وهذا يفسره أن الإناث أكثر حساسية بينهن ويتجنبن ما يثير حفيظة بعضهن فيقدرن حضور بعضهن حتى لا يشعر الطرف الآخر بأي مضمض. بينما الذكور أكثر عفوية ومخالطة لبعضهم البعض ومشاعرهم أقل حساسية من الإناث فيقدمون على التصفح في حضرة أقاربهم.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأقارب والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 101.138 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك

علاقة دالة إحصائية بين تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأقارب والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأقارب بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (46): يمثل توزيع أفراد العينة حول تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأقارب وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
دائماً	21	80.77%	3	11.54%	2	7.69%	26	100%			
أحيانا	107	54.87%	48	24.62%	40	20.51%	195	100%			
أبداً	12	15.19%	49	62.03%	18	22.78%	79	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
قيمة كاف مربع = 241.023		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4							

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (46) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أحيانا ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربهم من ذوي الأعمال من 15 إلى 25 سنة بنسبة 54.87%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربهم 24.62% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربهم 20.51%، من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبداً ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربهم من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 62.03%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبداً ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربهم 22.78% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونسبة المبحوثين الذين أبداً ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربهم 15.19%، من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائماً ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربهم هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 80.77%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائماً ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربهم 11.54%

من ذوي الأعمال من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائماً ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربهم 7.69%، من ذوي الأعمال من 37 سنة فما فوق.

عند ملاحظة الجدول وبمنظرة عامة يتبين أن الفئة العمرية من 15 إلى 25 سنة يحوزون على النسبة الأعلى في تصفح الفايسبوك دائماً وأحياناً عند الجلوس مع أفراد أقاربهم بينما قلت نسبتهم في الذين لا يتصفحون أبداً الفايسبوك عند الجلوس مع أقاربهم، والعكس من هذا نلاحظه مع الفئات العمرية الأكبر بالترتيب قريباً، مما يفسر لنا أن ذوي الأعمار الأصغر يكونون أكثر عفوية، ومنهم غير المبالين بمن يجلس معهم ولا يكبحون رغبتهم في التصفح ومتابعة أحداث ومحتويات الصفحات عبر موقع فايسبوك، لكن ذوي الفئات العمرية الأكبر أكثر تحكما في رغباتهم وتقديراً لمن يجالسهم، مع بعض الاستثناءات في كل فئة.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأقارب والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 241.023 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأقارب والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأقارب بين مختلف فئات الأعمار.

1-2-5- الوقت الذي تقضيه في تصفح الفايسبوك أكثر من الوقت الذي تجلسه مع

أفراد أسرته:

الجدول رقم (47): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تصفح الفايسبوك أكثر من الجلوس مع أفراد الأسرة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	19	6.3%
أحياناً	122	40.7%
أبداً	159	53%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (47): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أبدا ما يقضون وقتا في تصفح الفايسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسونه مع أفراد أسرتهم وهم 159 مبحوثا بنسبة 53%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أحيانا ما يقضون وقتا في تصفح الفايسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسونه مع أفراد أسرتهم وهم 122 مبحوثا بنسبة 40.7%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائما ما يقضون وقتا في تصفح الفايسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسونه مع أفراد أسرتهم وهم 19 مبحوثا بنسبة 6.3%، وهي النسبة الأقل.

إن فاعلية المبحوثين أبدا ما يقضون وقتهم في تصفح الفايسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسونه مع أفراد أسرتهم، وهذا أمر إيجابي في قلة تأثير الفايسبوك على أغلب أفراد العينة في ذلك، لكن الإدمان المتواصل على شبكات التواصل الاجتماعي من شأنه أن يسحبهم شيئا فشيئا خاصة أن نسبة كبيرة منهم يتصفحون " أحيانا " و " دائما " الفايسبوك عند الجلوس معهم. وحتى نسبة الذين أشاروا أنه " أحيانا " وقت تصفحهم الفايسبوك أكثر من الجلوس مع أفراد أسرتهم نسبة معتبرة، هذا وأن نصف أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك منذ ثلاث سنوات أو أقل، فماذا لو زادت المدة على ذلك. وتعتبر نسبة الذين وقت تصفحهم الفايسبوك الآن دائما أكثر من جلوسهم مع أفراد أسرهم ضئيلة، لكنها مؤشر على تقادم هذه النسبة مع زيادة المدة في استخدام الفايسبوك.

الجدول رقم (48): يمثل توزيع أفراد العينة حول تصفح الفايسبوك أكثر من الجلوس مع أفراد الأسرة وفق متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكر		البدائل
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
100%	19	47.37%	9	52.63%	10	دائما
100%	122	10.66%	13	89.34%	109	أحيانا
100%	159	94.34%	150	5.66%	9	أبدا
100%	300	57.3%	172	42.7%	128	المجموع
درجة الحرية=2		مستوى الدلالة=0.000		قيمة كاف مربع= 252.520		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (48) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يقضون وقتا في تصفح الفاييسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسونه مع أفراد أسرته هم إناث بنسبة 94.34% وعددهن 150 ، ونسبة المبحوثين الذين أبدا ما يقضون وقتا في تصفح الفاييسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسونه مع أفراد أسرته من الذكور 5.66% وعددهم 9 فقط، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يقضون وقتا في تصفح الفاييسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسونه مع أفراد أسرته من الذكور بنسبة 89.34% وعددهم 109، ونسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يقضون وقتا في تصفح الفاييسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسونه مع أفراد أسرته من الإناث 10.66% وعددهن 13، ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين دائما ما يقضون وقتا في تصفح الفاييسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسونه مع أفراد أسرته هم ذكور بنسبة 52.63% وعددهم 10، وفي المقابل وبنسبة قريبة للمبحوثين الذين دائما ما يقضون وقتا في تصفح الفاييسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسونه مع أفراد أسرته من الإناث وهي 47.37% وعددهن 9.

ورغم أن عدد المبحوثين الذين دائما ما يقضون وقتا في تصفح الفاييسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسونه مع أفراد أسرتهم متقارب بين الجنسين، وليس بالعدد المعبر مقارنة بعدد أفراد العينة. لكن في الخيارين الآخرين نجد الفرق كبير بين عدد ونسب الذكور والإناث، فمعظم من أشاروا بالخيار أحيانا ما يقضون وقتا في تصفح الفاييسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسونه مع أفراد أسرتهم كانوا من الذكور، بينما معظم الإناث من أشرن بالخيار لا يقضون أبدا وقتا في تصفح الفاييسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسونه مع أفراد أسرتهم، وهذا يشير بأن الإناث يكثرن الجلوس مع أفراد أسرهن بحكم تواجدهن شبه الدائم في البيت ممّا فاق وقت جلوسهن مع أفراد أسرهن وقت تصفحهن للفاييسبوك على الرغم أنهن أكثر وقتا في التصفح من الذكور حسب توزيع هذا المتغير.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تصفح الفاييسبوك أكثر من الوقت الذي تجلسه مع أفراد الأسرة والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 252.520 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين تصفح الفاييسبوك أكثر من الوقت الذي تجلسه مع أفراد الأسرة والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في تصفح الفاييسبوك أكثر من الوقت الذي تجلسه مع أفراد الأسرة بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (49): يمثل توزيع أفراد العينة حول تصفح الفايسبوك أكثر من الجلوس مع أفراد الأسرة وفق متغير السن

البدايل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
دائما	11	57.89%	3	15.79%	5	26.32%	19	100%	
أحيانا	50	40.98%	42	34.43%	30	24.59%	122	100%	
أبدا	79	49.69%	55	34.59%	25	15.72%	159	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
قيمة كاف مربع = 296.031		مستوى الدلالة = 0.000				درجة الحرية = 4			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (49) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أبدا ما يقضون وقتا في تصفح الفايسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسونه مع أفراد أسرته من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 49.69%، أما نسبة 34.59% منهم من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، والنسبة المتبقية 15.72% للفئة العمرية الكبيرة من 37 سنة فما فوق. ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يقضون وقتا في تصفح الفايسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسونه مع أفراد أسرته من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة ونسبتهم 40.98%، ونجد نسبة 34.43% منهم لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة والنسبة الباقية منهم لذو الفئة العمرية من 37 سنة فما فوق. أما أغلب المبحوثين الذين دائما ما يقضون وقتا في تصفح الفايسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسونه مع أفراد أسرته من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة ونسبتهم 57.89%، تليها الفئة العمرية من 37 سنة فما فوق بنسبة 26.32%، وفي الأخير ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة ونسبتهم 15.79%.

نلاحظ أن هذا التوزيع حسب متغير السن أن جميع الفئات العمرية تقاربت وتشابهت في التوزيع بين خيارات الإجابة فكانت الأغلبية للخيار "أبدا" في الفئات العمرية الصغيرة والوسطى وبنسبة متقاربة للفئة العمرية الكبيرة. ثم تلتها للخيار "أحيانا" لجميع الفئات تقريبا، ثم قلت النسب عند الخيار "دائما" لجميع الفئات العمرية، وتحكم في هذا التوزيع نسبة الإناث الغالبة في العينة واللاتي أغلبهن أشرن للخيار أبدا فكانت الأغلبية لهذا الخيار.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين وقت تصفح المبحوثين الفايسبوك والوقت الذي يجلسونه مع أفراد الأسرة والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 296.031 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين تصفح الفايسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسونه مع أفراد الأسرة والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذ توجد فروق في تصفح الفايسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسونه مع أفراد الأسرة بين مختلف فئات الأعمار.

1-2-6- يشتكي أفراد أسرته من تصفحك للفايسبوك بدل الجلوس معهم:

الجدول رقم (50): يوضح توزيع ونسبة العينة حول شكوة أفراد الأسرة من تصفح الفايسبوك بدل الجلوس معهم

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	32	10.7%
أحيانا	118	39.3%
أبدا	150	50%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (50): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أبدا ما يشتكون أفراد الأسرة من تصفح الفايسبوك بدل الجلوس معهم وهم 150 مبحوثا بنسبة 50%، وهي النسبة الأعلى يليها عدد المبحوثين الذين أحيانا ما يشتكون أفراد الأسرة من تصفح الفايسبوك بدل الجلوس معهم وهم 118 مبحوثا بنسبة 39.3%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائما ما يشتكون أفراد الأسرة من تصفح الفايسبوك بدل الجلوس معهم وهم 32 مبحوثا بنسبة 10.7%، وهي النسبة الأقل.

ويبين الجدول أن نصف المبحوثين أجابوا بأنهم لا يشتكون أفراد الأسرة أبدا من تصفحهم الفايسبوك بدل الجلوس معهم، ويمكن تفسير ذلك بأن عينة الدراسة أغلبها من الإناث وهن أجبن في الجدول السابق أن وقتهن في تصفح الفايسبوك ليس أكثر من وقت الجلوس مع أسرهن وأغلبهن لا يتصفحن الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرهن وبالتالي فلا يشتكي منهن أسرهن من تصفح الفايسبوك بدل من الجلوس معهم. ثم نلاحظ أن النسبة الأعظم في النصف الآخر من العينة أجابوا بالخيار " أحيانا " يشتكي أفراد الأسرة من تصفحهم الفايسبوك بدل الجلوس معهم، ثم بنسبة أقل تقارب عُشر المبحوثين دائما يشتكي أفراد الأسرة من تصفحهم الفايسبوك

بدل الجلوس معهم، لكنها نسبة معتبرة وهذا ما ينتج عنه الصراع داخل الأسرة وقد يؤدي بها إلى التفكك إذا تفاقم الوضع وزاد عن الحد المعقول.

الجدول رقم (51): يمثل توزيع أفراد العينة حول شكوة أفراد الأسرة من تصفح الفايسبوك بدل الجلوس معهم وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	30	93.75%	2	6.25%	32	100%
أحيانا	96	81.36%	22	18.64%	118	100%
أبدا	2	1.33%	148	98.67%	150	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 226.833		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (51) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يشتكون أفراد الأسرة من تصفحهم الفايسبوك بدل الجلوس معهم هم إناث بنسبة 98.67%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يشتكون أفراد الأسرة من تصفحهم الفايسبوك بدل الجلوس معهم من الذكور هي 1.33%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يشتكون أفراد الأسرة من تصفحهم الفايسبوك بدل الجلوس معهم هم ذكور بنسبة 81.36%، بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يشتكون أفراد الأسرة من تصفحهم الفايسبوك بدل الجلوس معهم هم إناث بنسبة 18.64%، ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين دائما ما يشتكون أفراد الأسرة من تصفحهم الفايسبوك بدل الجلوس معهم هم ذكور بنسبة 93.75%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يشتكون أفراد الأسرة من تصفحهم الفايسبوك بدل الجلوس معهم من الإناث هي 6.25% فقط.

نستنتج من خلال أرقام الجدول أن الذكور هم من يشتكي منهم أفراد أسرهم أكثر مما يشتكون من الإناث وبنسب كبيرة، وهذا مرتبط منطقيا مع النتائج السابقة التي تبين خلالها أن الذكور نسبهم أكبر في تصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أسرهم وحتى مع أقاربهم، وهذا طبيعي تصرف يقلق الجليس، فلإنسان الذي يجلس معك ولا يهتم بحديثك ولا يتبادل معك أطراف الحديث يشعرك بعدم الاهتمام والتجاهل فهذا يثير حفيظتك. والإناث كما أشارت معطيات

الجدول رقم (48) أن وقت جلوسهن مع أفراد أسرهن أكثر من وقت تصفهن الفايسبوك، وبالتالي كانت النتيجة خلال هذا الجدول أن معظم أفراد أسرهن لم يشتكوا من تصفهن الفايسبوك بدل الجلوس معهم، لأن الإناث بطبعهن يحترمن الذكور خاصة فيعطين الاهتمام لهم عند الجلوس معهم.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين شكوة أفراد الأسرة من تصفح الفايسبوك بدل الجلوس معهم والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 226.833 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين شكوة أفراد الأسرة من تصفح الفايسبوك بدل الجلوس معهم والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في شكوة أفراد الأسرة من تصفح الفايسبوك بدل الجلوس معهم بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (52): يمثل توزيع أفراد العينة حول شكوة أفراد الأسرة من تصفح الفايسبوك بدل الجلوس معهم وفق متغير السن

المجموع		من 37 سنة فما فوق		من 26 إلى 36 سنة		من 15 إلى 25 سنة		السن	
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	البدائل	
%100	32	%6.25	2	%15.63	5	%78.13	25	دائما	
%100	118	%28.81	34	%31.36	37	%39.83	47	أحيانا	
%100	150	%16	24	%38.67	58	%45.33	68	أبدا	
100%	300	20 %	60	33.3 %	100	46.7 %	140	المجموع	
درجة الحرية=4		مستوى الدلالة=0.000				قيمة كاف مربع=264.930			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (52) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يشتكون أفراد الأسرة من تصفحهم الفايسبوك بدل الجلوس معهم هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 45.33% بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يشتكون أفراد الأسرة من تصفحهم الفايسبوك بدل الجلوس معهم 38.67% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يشتكون أفراد الأسرة من تصفحهم الفايسبوك بدل الجلوس معهم 16%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يشتكون أفراد الأسرة من تصفحهم الفايسبوك بدل الجلوس معهم هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة

39.83%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يشتكون أفراد الأسرة من تصفحهم الفايسبوك بدل الجلوس معهم 31.36% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يشتكون أفراد الأسرة من تصفحهم الفايسبوك بدل الجلوس معهم 28.81%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، وكذلك نجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يشتكون أفراد الأسرة من تصفحهم الفايسبوك بدل الجلوس معهم هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 78.13%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يشتكون أفراد الأسرة من تصفحهم الفايسبوك بدل الجلوس معهم 15.63% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يشتكون أفراد الأسرة من تصفحهم الفايسبوك بدل الجلوس معهم 6.25%، لذوي الأعمال من 37 سنة فما فوق.

بما أن توزيع عدد المبحوثين حسب متغير السن غير متوافق حيث أن أصحاب الفئة العمرية الأصغر من الأكثر عددا تليهم عدد الفئة العمرية الوسطى ثم الأكبر سنا، وكان التوزيع كذلك حسب هذا الترتيب في جميع الخيارات، لكن في الخيار دائما كانت الفارق كبيرا بين نسب الفئات العمرية، أي أن ذوي الفئة العمرية من 15 إلى 25 سنة أكثر الذين يشتكون أسرهم من تصفحهم الفايسبوك بدل الجلوس معهم، وكما أشرنا آنفا أن الفئة الأصغر سنا أقل مسؤولية في تصرفاتها ولا تبالي بنتائجها بينما، الأكبر سنا أكثر تقديرا لعواقب الأمور ويشعرون بالمسؤولية، ومن جانب آخر فإن أفراد الأسرة يشتكون ويلقون اللوم عن الصغار ويحتشمون من إلقاء اللوم عن الكبير.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين شكوة أفراد الأسرة من تصفح الفايسبوك بدل الجلوس معهم والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 264.930 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين شكوة أفراد الأسرة من تصفح الفايسبوك بدل الجلوس معهم والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذ توجد فروق في شكوة أفراد الأسرة من تصفح أفرادهم الفايسبوك بدل الجلوس معهم بين مختلف فئات الأعمار.

1-2-7- عندما يطلبك أحد أفراد أسرتك وأنت تتصفح الفايسبوك تتناقل في تلبية طلبه:
الجدول رقم (53): يوضح توزيع ونسبة العينة حول التناقل في تلبية طلب أحد أفراد الأسرة
أثناء تصفح الفايسبوك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	25	8.3%
أحيانا	119	39.7%
أبدا	156	52%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (53): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أبدا ما يتناقلون في تلبية طلب أحد أفراد أسرته أثناء تصفح الفايسبوك وهم 156 مبحوثا بنسبة 52%، وهي النسبة الأعلى يليها عدد المبحوثين الذين أحيانا ما يتناقلون في تلبية طلب أحد أفراد أسرته أثناء تصفح الفايسبوك وهم 119 مبحوثا بنسبة 39.7%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائما ما يتناقلون في تلبية طلب أحد أفراد أسرته أثناء تصفح الفايسبوك وهم 25 مبحوثا بنسبة 8.3%، وهي النسبة الأقل.

يوضح الجدول بأن أغلبية المبحوثين أبدا ما يتناقلون في تلبية طلب أحد أفراد أسرته أثناء تصفح الفايسبوك، وهذا من الأمور الإيجابية في تعزيز الاستقرار والتماسك العائلي لكن وجود نسب معتبرة تقارب النصف بين من يقول بالخيار " أحيانا " والخيار " دائما " وهو ما يشحن الأجواء داخل الأسرة، لأن الإدمان على تصفح الفايسبوك ومتابعة أحداثه بما في ذلك التناقل بالكتابة الذي يجرح ويغضب المحاور للتوقف وتلبية طلب أحد أفراد أسرته وخاصة الذكور يكونون أكثر تعنتا لذلك.

الجدول رقم (54): يمثل توزيع أفراد العينة حول التثاقل في تلبية طلب أحد أفراد أسرته أثناء تصفح الفايسبوك وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائماً	22	88%	3	12%	25	100%
أحياناً	103	86.55%	16	13.45%	119	100%
أبداً	3	1.92%	153	98.08%	156	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 243.387		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (54) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أبداً ما يتثاقلون في تلبية طلب أحد أفراد أسرته أثناء تصفح الفايسبوك هم إناث بنسبة 98.08%، وتبقى نسبة المبحوثين الذين أبداً ما يتثاقلون في تلبية طلب أحد أفراد أسرته أثناء تصفح الفايسبوك من الذكور 1.92%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أحياناً ما يتثاقلون في تلبية طلب أحد أفراد أسرته أثناء تصفح الفايسبوك هم ذكور بنسبة 86.55%، ونسبة المبحوثين الذين أحياناً ما يتثاقلون في تلبية طلب أحد أفراد أسرته أثناء تصفح الفايسبوك من الإناث 13.45% ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين دائماً ما يتثاقلون في تلبية طلب أحد أفراد أسرته أثناء تصفح الفايسبوك هم ذكور بنسبة 88%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائماً ما يتثاقلون في تلبية طلب أحد أفراد أسرته أثناء تصفح الفايسبوك من الإناث بنسبة 12% فقط.

من خلال نظرة عامة للجدول يتبين أن الذكور أكثر تتأقلا في تلبية طلب أفراد الأسرة أثناء تصفحهم الفايسبوك من الإناث لأن نسب الذكور تغلبت في الخيارين " دائماً " و " أحياناً " بينما نسب الإناث فاقت في الخيار " أبداً " وكانت النسب كبيرة. وهذا يفسره كما أشرنا في تحليل الجدول السابق أن الذكور أكثر تعنتاً في الإصغاء لطلبات العائلة خاصة إذا جاءهم الطلب من الإناث أو الأصغر منهم سناً، بينما الإناث بحكم طبيعتهم الضعيفة وتعودهن على الأعمال المنزلية وتلبية حاجات الأسرة المتعلقة بأمور البيت.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين التناقل في تلبية طلب أحد أفراد الأسرة أثناء تصفح الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 243.387 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين التناقل في تلبية طلب أحد أفراد الأسرة أثناء تصفح الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في التناقل في تلبية طلب أحد أفراد الأسرة أثناء تصفح الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (55): يمثل توزيع أفراد العينة حول التناقل في تلبية طلب أحد أفراد الأسرة أثناء تصفح الفايسبوك وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
دائما	20	80%	3	12%	2	8%	25	100%			
أحيانا	41	34.45%	42	35.30%	36	30.25%	119	100%			
أبدا	79	50.64%	55	35.26%	22	14.10%	156	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
		قيمة كاف مربع = 284.735				مستوى الدلالة = 0.000				درجة الحرية = 4	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (55) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أبدا ما يتناقلون في تلبية طلب أحد أفراد أسرته أثناء تصفحهم الفايسبوك هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 50.64% تليها نسبة ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة وهي 35.26% وأخيرا نسبة ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بـ 14.10%. بينما نجد نسب عدد المبحوثين متقاربة في الذين أحيانا ما يتناقلون في تلبية طلب أحد أفراد أسرته أثناء تصفحهم الفايسبوك حيث نسبة ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة 35.30%، ونجد نسبة 34.45% لذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، وتبقى نسبة 30.25% منهم لذوي الفئة العمرية من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يتناقلون في تلبية طلب أحد أفراد أسرته أثناء تصفح الفايسبوك هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 80%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يتناقلون في تلبية طلب أحد أفراد أسرته أثناء تصفح الفايسبوك 12% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة والنسبة المتبقية وهي 8% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

ما نلاحظه من خلال أرقام الجدول أصحاب الفئة العمرية من 15 إلى 25 سنة كانت لهم الأغلبية في الخيارين " دائما " و " أبدا " ونسبة متقاربة مع الفئات العمرية الأخرى في الخيار " أحيانا "، وهذا يفسره أغلبية الإناث في هذه الفئة العمرية وكذلك في الخيار " أبدا " وأن الإناث الأصغر سناً أكثرهن تلبية لطلبات الأسرة بحكم دورهن في الأسرة وطبيعتهن المرنة. بينما النسبة العالية للخيار " دائما " أغلبها لصغار الذكور لأنهم كما ذكرنا سابقاً أنهم أكثر تعنتاً ورفضاً للطلبات وخاصة المراهقين منهم، لذلك نجدهم في صراع دائم مع أفراد الأسرة حتى في طلبات أخرى. أما ذوي الفئة العمرية المتوسطة أي من 26 إلى 36 سنة فأغلبهم توزع بين الخيارين "أحيانا" و "أبدا" وبنسب متوسطة لأنها تربط بين الفئات العمرية الأخرى فنجد نسبة معتبرة من الإناث في الخيار " أبدا " لأن عدد الذكور في هذا الخيار 3 فقط، ونسبة تقارب الثلث في الخيار " أحيانا "، ومنه فأصحاب هذه الفئة يلبون أغلبهم طلبات أفراد الأسرة عند تصفحهم الفايسبوك، وهذا ينطبق على أصحاب الفئة العمرية من 37 سنة فما فوق إلا عن عددهم أقل في عينة الدراسة ككل.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين التناقل في تلبية طلب أحد أفراد أسرته أثناء تصفح الفايسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 284.735 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين التناقل في تلبية طلب أحد أفراد أسرته أثناء تصفح الفايسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في التناقل في تلبية طلب أحد أفراد أسرته أثناء تصفح الفايسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-2-8- تشعُر أن تفاعلك مع أسرته قلّ منذ بدأت تستخدم الفايسبوك:

الجدول رقم (56): يوضح توزيع ونسبة العينة حول قلت التفاعل مع أسرته منذ بدأ استخدام

الفايسبوك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	84	28%
لا	216	72%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (56): نلاحظ أن أغلب المبحوثين لم يقل تفاعلهم مع أسرته منذ بدأوا استخدامهم الفايسبوك وهم 216 مبحوثاً بنسبة 72%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد

المبحوثين الذين قلّ تفاعلهم مع أسرته منذ بدأوا استخدامهم الفايسبوك وهم 84 مبحوثاً بنسبة 28%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين لم يقل تفاعلهم مع أسرته منذ بدأوا استخدامهم الفايسبوك ويمكن تفسير ذلك بأن المبحوثين يتفاعلون مع أفراد أسرهم قبل وبعد استخدام الفايسبوك، ولكن نسبة الذين تفاعلهم قلّ مع أفراد أسرته بعد استخدامهم الفايسبوك معتبرة وقاربت ثلث عدد المبحوثين وهذا يؤشّر للانعزال والانطواء لأفراد الأسرة ومنه إلى أمراض نفسية وقد يؤدي حتى إلى التفكك الأسري، لأنه ومن المنطقي وحسب إجابات الأسئلة السابقة أن التفاعل مع أفراد الأسرة يقل كيف لا ونسبة كبيرة منهم يتصفحون الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد الأسرة ولا يقومون بتلبية طلباتهم عندما يكونون يتصفحون الفايسبوك، فوجد النسب تقل إلا عند الأسئلة المباشرة ونحن تعمداً تكرر الأسئلة بطرق مختلفة لنقرأ بين السطور وما بين الأسئلة.

الجدول رقم (57): يمثل توزيع أفراد العينة حول قلّة التفاعل مع أسرهم منذ بدء استخدام

الفايسبوك وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	80	95.24%	4	4.76%	84	100%
لا	48	22.22%	168	77.78%	216	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة فاي = 0.723		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 1		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (57) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين لم يقل تفاعلهم مع أسرته منذ بدء استخدامهم الفايسبوك هم إناث بنسبة 77.78% بينما نسبة المبحوثين الذين لم يقل تفاعلهم مع أسرته منذ بدء استخدامهم الفايسبوك 22.22% ذكور. بينما نجد أغلب المبحوثين الذين قلّ تفاعلهم مع أسرته منذ بدء استخدامهم الفايسبوك هم ذكور بنسبة 95.24% بينما نسبة المبحوثين الذين قلّ تفاعلهم مع أسرته منذ بدء استخدامهم الفايسبوك 4.76% إناث.

إنّ الذكور هم الأغلبية الذين أفروا بنقص تفاعلهم مع أسرهم منذ بدئهم استخدام الفايسبوك، بينما معظم الإناث أجنبن بعدم تأثر تفاعلهم الأسري بعد استخدامهم الفايسبوك، ويمكن تفسير هذا بأن الذكور يستخدمون الفايسبوك داخل وخارج البيت وهم أغلب من أجابوا بتصفحهم الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرهم، وهذا من المنطقي يؤدي إلى نقص التفاعل الأسري، أما الإناث فطول مكوثهن في البيت وتجمعهم مع أفراد الأسرة دون تصفحهن الفايسبوك كما أجاب أغلبهن يحافظ على تفاعلهم مع أفراد أسرهن.

ويتّضح أن هناك علاقة قويّة بين قلّة التفاعل مع الأسرة منذ بدء استخدام الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.723 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين قلّة التفاعل مع الأسرة منذ بدء استخدام الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1، إذا توجد فروق في قلّة التفاعل مع الأسرة منذ بدء استخدام الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (58): يمثل توزيع أفراد العينة حول قلت التفاعل مع أسرتك منذ بدأ استخدام الفايسبوك وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	44	52.38%	32	38.10%	8	9.52%	84	100%			
لا	96	44.44%	68	31.48%	52	24.08%	216	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
قيمة كاف مربع = 133.333		مستوى الدلالة = 0.000		درجة							
				الحرية = 2							

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (58) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين لم يقل تفاعلهم مع أسرهم منذ بدء استخدامهم الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 44.44%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يقل تفاعلهم مع أسرهم منذ بدء استخدامهم الفايسبوك 31.48% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، أما نسبة المبحوثين الذين لم يقل تفاعلهم مع أسرهم منذ بدء استخدامهم الفايسبوك 24.08% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد كذلك

أغلب المبحوثين الذين قلّ تفاعلهم مع أسرهم منذ بدء استخدامهم الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 52.38%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين قلّ تفاعلهم مع أسرهم منذ بدء استخدامهم الفايسبوك 38.10% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة ونجد نسبة المبحوثين الذين قلّ تفاعلهم مع أسرهم منذ بدء استخدامهم الفايسبوك 9.52% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

بملاحظة عامة للجدول وحسب الأرقام نجد أن كل الفئات العمرية كانت لهم الأغلبية في الإجابة بـ " لا " لقلّة التفاعل مع الأسرة منذ بدء استخدام الفايسبوك، وهذا طبعاً لتوزع الإناث في مختلف الفئات العمرية وأنهن الغالبية في عينة الدراسة وقد أجاب معظمهن بالنفي لقلّة التفاعل مع أفراد الأسرة بعد استخدامهن للفايسبوك، وحتى الذكور أكثر من ثلثهم أجابوا بعدم تأثير استخدام الفايسبوك في تفاعلهم الأسري إلا أن ذوي الفئة العمرية الكبيرة أي من 37 سنة فما فوق كان الفارق كبير حيث معظمهم أجابوا بأن تفاعلهم مع أسرهم لم يقل بعد استخدامهم الفايسبوك ولم يجب بالخيار " نعم " إلا 8 من أصل 60 مبحوثاً لأنهم ذو مسؤوليات في الأسرة ولا بد من الاستماع لحاجيات وطلبات من يحيطون بهم سواء الأبناء أو الآباء.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين قلّة التفاعل مع الأسرة منذ بدء استخدام الفايسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 133.333 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين قلّة التفاعل مع الأسرة منذ بدء استخدام الفايسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في قلّة التفاعل مع الأسرة منذ بدء استخدام الفايسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-2-9- تتواصل مع أقاربك عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم

مباشرة :

الجدول رقم (59): يوضح توزيع ونسبة العينة حول التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	33	11%
أحيانا	160	53.3%
أبدا	107	35.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (59): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة وهم 160 مبحوثا بنسبة 53.3%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أبدا ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة وهم 107 مبحوثا بنسبة 35.7% ويليها عدد المبحوثين الذين دائما ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة وهم 33 مبحوثا بنسبة 11%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة، أي أنهم يقومون بالتواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك مثل أو أقل من التواصل معهم مباشرة. ثم يليهم نسبة المبحوثين الذين أبدا لم يكن التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة، ونسبة قليلة تقارب عُشر المبحوثين من أجابوا بالخيار دائما ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة. من خلال هذه النتائج تبين أن الفايسبوك قد بدأ يتوغل في العلاقات الاجتماعية ويحل محل العلاقات المباشرة من خلال التواصل الوسيطي الذي يقلل التواصل التقليدي والزيارات التي توطن العلاقات بين الأقارب.

الجدول رقم (60): يمثل توزيع أفراد العينة حول التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		ذكر	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	30	90.91%	3	9.09%	33	100%
أحيانا	96	60%	64	40%	160	100%
أبدا	2	1.87%	105	98.13%	107	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 139.059		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (60) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة هم إناث بنسبة 98.13%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة من الذكور 1.87%. بينما نجد أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة هم ذكور بنسبة 60%، بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة من الإناث 40%، ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين دائما ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة هم ذكور بنسبة 90.91%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة من الإناث 9.09%.

يتبين من خلال الجدول أن الإناث أكثر تواترا متواصلين مع الأقارب من الذكور الذين توزعت خياراتهم بين الخيارين الأولين وهو ما يدل أنهم يتواصلون عبر الدردشة من الفايسبوك مع أقاربهم أحيانا كثيرة ومنهم من يداوم على ذلك، بينما نسبة كبيرة من الإناث قاربت الثلثين ما يتواصلن أبدا مع أقاربهن عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة، هذا إن دلّ عن شيء فإنما يدل على عدم اعتبار الإناث للتواصل عبر الفايسبوك بديلا عن التواصل مباشرة مع الأقارب، بينما كثير من الذكور حلت الدردشة عبر الفايسبوك عندهم محل التواصل

مباشرة، ويمكن أن يرجع سبب ذلك إلى انشغال الذكور في الأعمال والتنقلات أكثر من الإناث مما يجعلهم يبحثون عن أي بديل يوفر لهم الوقت.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين التواصل مع الأقارب عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 139.059 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين التواصل مع الأقارب عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2 إذا توجد فروق في التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (61): يمثل توزيع أفراد العينة حول التواصل مع الأقارب عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
دائما	30	90.91%	2	6.06%	1	3.03%	33	100%	
أحيانا	73	45.62%	51	31.88%	36	22.5%	160	100%	
أبدا	37	34.58%	47	43.93%	23	21.49%	107	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
		قيمة كاف مربع = 203.658		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (61) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 45.62% بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة 31.88% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة 22.5%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة هم من ذوي الأعمار من 26 إلى

36 سنة بنسبة 43.93%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة 34.58% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة 21.49% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، وفي حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 90.91%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة 6.06% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة ونجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة 3.03% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

ما يلاحظ من خلال الجدول أن ذوي الفئة العمرية الصغيرة كانت لهم الأغلبية في الخيارين الأولين أي أنهم يقرّون بالدردشة عبر الفايسبوك أكثر من الفئات العمرية الأخرى والعكس أن الفئات العمرية الأكبر أكثر توصالا مباشرة من التواصل عبر الدردشة من الفايسبوك، وهذا يفسر أن الأكبر سنا أو الجيل الأقدم أكثر ارتباطا ببعضهم ويحبذون التواصل المباشر أكثر من الدردشة عبر الفايسبوك. بينما الأصغر سنا أقل ارتباطا بالأقارب مما جعلهم يكتفون بالوسائط في التواصل معهم وخاصة الذكور.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 203.658 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة بين مختلف فئات الأعمار.

1-2-10- تكثفي بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربك في المناسبات بدل الذهاب

إليهم:

الجدول رقم (62): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الاكتفاء بإرسال التهاني عبر الفايسبوك للأقارب في المناسبات بدل الذهاب إليهم

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	21	7%
أحيانا	159	53%
أبدا	120	40%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (62) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين أحيانا ما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم في المناسبات بدل الذهاب إليهم وهم 159 مبحوثا بنسبة 53%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أبدا ما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم في المناسبات بدل الذهاب إليهم وهم 120 مبحوثا بنسبة 40%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائما ما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم في المناسبات بدل الذهاب إليهم وهم 21 مبحوثا بنسبة 7%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم، أي حسب المناسبة من حيث الأهمية ويمكن حسب ابتعاد الأقارب من حيث المسافة. تأتي بعدها نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك بدل الذهاب إلى أقاربهم وهي نسبة معتبرة فاقت ثلث العينة، ويمكن تفسير ذلك أن أصحاب هذا الخيار يمكن أن يكونوا حديثي استخدام للفايسبوك أو أنهم من ذوي الفئة العمرية الكبيرة الذين حتمت عليهم الأعراف بوجوب الزيارة في المناسبات ويخجلون من التخلي حضوريا لتبادل التهاني، أما الذين قالوا أنهم دائما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم بدل الذهاب إليهم يكونون قلة من ذوي الفئة العمرية الصغيرة والذين أدمنوا على استخدام الفايسبوك وانسحبوا به من التواصل المباشر والعلاقات الواقعية إلى التواصل الوسيطى والعلاقات الافتراضية.

الجدول رقم (63): يمثل توزيع أفراد العينة حول الاكتفاء بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربك في المناسبات بدل الذهاب إليهم وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		مجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	20	95.24%	1	4.76%	21	100%
أحيانا	95	59.75%	64	40.25%	159	100%
أبدا	13	10.83%	107	89.17%	120	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 92.402	مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (63) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم في المناسبات بدل الذهاب إليهم هم ذكور بنسبة 59.75% بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم في المناسبات بدل الذهاب إليهم من الإناث 40.25%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يكتفون بإرسال التهاني لأقاربهم عبر الفايسبوك في المناسبات بدل الذهاب إليهم هم إناث بنسبة 89.17%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم في المناسبات بدل الذهاب إليهم من الذكور 10.83%، وفي حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم في المناسبات بدل الذهاب إليهم هم ذكور بنسبة 95.24%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم في المناسبات بدل الذهاب إليهم من الإناث 4.76% فقط.

لقد تقاربت أرقام هذا الجدول بسابقه في توزيع إجابات أفراد العينة وفق متغير الجنس حيث يلاحظ أن الإناث دائما أكثر ميولا للتواصل المباشر وللعلاقات التقليدية أما الذكور فقد انتقل كثيرا من تواصلهم مع الأقارب إلى الفضاء الأزرق بدل الاتصال المباشر، وهذا كما أشرنا سابقا يمكن أن تتحكم فيه عوامل عدة منها عامل السن ومدة استخدام الفايسبوك وحتى طبيعة الإناث اللاتي يحبزن التواصل المباشر والحديث عن كل جديد وهن أرق مشاعرا خاصة بين الأم وبناتها وأخواتها فلا تظمنن إلا للرؤية المباشرة والاطلاع على كل الأحوال.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الاكتفاء بإرسال التهاني عبر الفايسبوك للأقارب في المناسبات بدل الذهاب إليهم والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 92.402 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين الاكتفاء بإرسال التهاني عبر الفايسبوك للأقارب في المناسبات بدل الذهاب إليهم والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في الاكتفاء بإرسال التهاني عبر الفايسبوك للأقارب في المناسبات بدل الذهاب إليهم بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (64): يمثل توزيع أفراد العينة حول الاكتفاء بإرسال التهاني عبر الفايسبوك للأقارب في المناسبات بدل الذهاب إليهم وفق متغير السن

البدايل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائماً	18	85.71%	2	9.52%	1	4.76%	21	100%	21	100%
أحيانا	84	52.83%	48	30.19%	27	16.98%	159	100%	159	100%
أبداً	38	31.67%	50	41.67%	32	26.66%	120	100%	120	100%
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	300	100%
		قيمة كاف مربع = 154.520		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4				

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (64) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم في المناسبات بدل الذهاب إليهم هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 52.83%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم في المناسبات بدل الذهاب إليهم 30.19% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم في المناسبات بدل الذهاب إليهم 16.98% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبداً ما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم في المناسبات بدل الذهاب إليهم هم من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 41.67%، فيما نجد نسبة المبحوثين الذين أبداً ما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم في المناسبات بدل الذهاب إليهم 31.67% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة،

ونجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم في المناسبات بدل الذهاب إليهم 26.66% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم في المناسبات بدل الذهاب إليهم هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 85.71%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم في المناسبات بدل الذهاب إليهم 9.52% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم في المناسبات بدل الذهاب إليهم 4.76%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

ما يستنتج من خلال الجدول أن أغلب الفئة العمرية من 15 إلى 25 سنة أغلبهم قالوا بالخيار " أحيانا " وهم كذلك أغلب من قالوا بالخيار " دائما " ، وفيهم نسبة معتبرة اختاروا الخيار " أبدا " ، بينما الفئة العمرية المتوسطة معظمهم توزعوا بين الخيارين " أحيانا " و " دائما " وهم ما نجد عليه كذلك الفئة العمرية الكبيرة، وبذلك فالأكبر سنا دوماً أكثر تواصلًا وجها لوجه من الفئات الأصغر سنًا والذين بدورهم استغلوا موقع فايسبوك لتعويض بعض التنقلات للأقارب والتواصل المباشر معهم بإرسال الرسائل الكتابية أو الصوتية عبر تطبيقات الفايسبوك.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الاكتفاء بإرسال التهاني عبر الفايسبوك للأقارب في المناسبات بدل الذهاب إليهم والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 154.520 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين الاكتفاء بإرسال التهاني عبر الفايسبوك للأقارب في المناسبات بدل الذهاب إليهم والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في الاكتفاء بإرسال التهاني عبر الفايسبوك للأقارب في المناسبات بدل الذهاب إليهم بين مختلف فئات الأعمار.

1-2-11- زيارتك لأقاربك قلت منذ أن بدأت تستخدم الفايسبوك في التواصل الاجتماعي:

الجدول رقم (65): يوضح توزيع ونسبة العينة حول نقص الزيارة للأقارب بعد استخدام

الفايسبوك

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	60	20%
لا	240	80%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (65) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين لم تنقص زيارتهم لأقاربهم بعد استخدامهم الفايسبوك في التواصل الاجتماعي وهم 240 مبحوثا بنسبة 80%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين نقصت زيارتهم لأقاربهم بعد استخدامهم الفايسبوك في التواصل الاجتماعي وهم 60 مبحوثا بنسبة 20%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين لم تنقص زيارتهم لأقاربهم بعد استخدامهم الفايسبوك في التواصل الاجتماعي، أي أنهم استمروا في زيارة أفراد أقاربهم بشكل عادي حتى بعد استخدامهم الفايسبوك، وهذا لأن مجتمع مدينة الوادي يتكون من مجتمعات صغيرة ما زالت متماسكة من حيث التواصل وتبادل الزيارات لتفقد أحوال بعضهم والتعاون في السراء والضراء. لكن خمس المبحوثين أقرّوا بنقص الزيارات للأقارب بعد استخدامهم الفايسبوك، وهي نسبة معتبرة وقد تتضاعف مع الإدمان أكثر على الفايسبوك مع كثرة الارتباطات الأسرية والمهنية وخاصة للأجيال الصاعدة، لأن التكنولوجيا الحديثة في كل مرة تضيف اختراعا جديدا يبسط على مستخدميها الاستعمال وتوفر عليهم عناء الجهد والوقت، فمثلا خاصية التواصل بالصورة والصوت أقرت الكثير بعدم التنقل جسديا أكثر من التواصل بالصوت فقط، وجعلتهم يقدموا أذارا بأنها بديل عن الاتصال المواجهي والمباشر، في حين يبقى الاتصال المباشر وتحمل عناء التنقل من أجل رؤية القريب له أثره النفسي والوجداني ومنه تقوية أواصر المحبة والتماسك العائلي والمجتمعي.

الجدول رقم (66): يمثل توزيع أفراد العينة حول نقص الزيارة للأقارب بعد استخدام

الفايسبوك وفق متغير الجنس

الجنس البدائل	ذكر		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	54	%90	6	%10	60	%100
لا	74	%30.83	166	%69.17	240	%100
المجموع	128	42.7 %	172	57.3 %	300	100%
قيمة فاي = 0.580		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 1		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (66) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين لم تنقص زيارتهم لأقاربهم بعد استخدامهم الفايسبوك في التواصل الاجتماعي هم إناث بنسبة 69.17%، ونسبة المبحوثين الذين لم تنقص زيارتهم لأقاربهم بعد استخدامهم الفايسبوك في التواصل الاجتماعي من الذكور 30.83%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين نقصت زيارتهم لأقاربهم بعد استخدامهم الفايسبوك في التواصل الاجتماعي هم ذكور بنسبة 90%، بينما نسبة المبحوثين الذين نقصت زيارتهم لأقاربهم بعد استخدامهم الفايسبوك في التواصل الاجتماعي من الإناث 10% فقط.

لقد كان تأثير الذكور باستخدامهم الفايسبوك واضحاً في كثير من المؤشرات في التفاعل مع الأهل والأقارب أكثر من الإناث، ويمكن أن يكون طول المدة في استخدام الفايسبوك أثر عليهم لأن أغلبية الذين استخدموا الفايسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات هم ذكور، وقد قابلت شخصياً أحد المستخدمين الرجال قد بدأ استخدام الفايسبوك منذ سنة 2005 وهذه مدة طويلة إذا كانت فئة من الذكور يقاربون هذه المدة فإنهم يتأثرون تدريجياً بتطبيقات الفايسبوك المستجدة دون الشعور بانسحابهم إلى العلاقات الافتراضية بدل الواقعية منها.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين نقص الزيارة للأقارب بعد استخدام الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة فاي تساوي 0.580 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين نقص الزيارة للأقارب بعد استخدام الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1، إذا توجد فروق في نقص الزيارة للأقارب بعد استخدام الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (67): يمثل توزيع أفراد العينة حول نقص الزيارة للأقارب بعد استخدام الفايسبوك وفق متغير السن

السن البدايل	من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة		
نعم	54	90%	4	6.67%	2	3.33%	60	
لا	86	35.83%	96	40%	58	24.17%	240	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	
قيمة كاف مربع = 85.714		مستوى الدلالة = 0.000				درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (67) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين لم تنقص زيارتهم لأقاربهم بعد استخدامهم الفايسبوك في التواصل الاجتماعي من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 40%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم تنقص زيارتهم لأقاربهم بعد استخدامهم الفايسبوك في التواصل الاجتماعي 35.83% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لم تنقص زيارتهم لأقاربهم بعد استخدامهم الفايسبوك في التواصل الاجتماعي 24.17% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين نقصت زيارتهم لأقاربهم بعد استخدامهم الفايسبوك في التواصل الاجتماعي من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 90%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين نقصت زيارتهم لأقاربهم بعد استخدامهم الفايسبوك في التواصل الاجتماعي 6.67% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين نقصت زيارتهم لأقاربهم بعد استخدامهم الفايسبوك في التواصل الاجتماعي 3.33% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

بما أن الفئات العمرية غير متكافئة في العدد فنحن نركز تحليلنا للنتائج على كل فئة على حدا بين نسب الاختيارين (نعم - لا) لأن المقارنة في العدد بين الفئات العمرية وهي غير متكافئة لا يعطي نتائج حقيقية. بالنسبة لذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة نجد أن أغلبهم أجابوا بعدم نقص زيارة الأقارب بعد استخدامهم الفايسبوك في التواصل الاجتماعي، وهذا ما نلاحظه مع بقية الفئات العمرية بأن الأغلبية في كل منهما أجابوا بعدم نقص زيارتهم لأقربائهم حتى بعد استخدام الفايسبوك في التواصل معهم، وهذا مؤشّر إيجابي للحفاظ على تماسك العلاقات

الاجتماعية في ظل الانتشار والتوسع الهائل لتكنولوجيا وسائل الاتصال الحديثة، وحصول الأغلبية في كل فئة مهم في عملية التأثير لأن هناك تواصل أفقي بين أفراد الفئة العمرية الواحدة الذي يجعل عملية التأثير والتأثر داخلها أقوى مت التأثير على الفئات العمرية الأخرى لما يحدث من احتكاك مباشر وتبادل نفس الاهتمامات.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين نقص الزيارة للأقارب بعد استخدام الفايسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 85.714 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين نقص الزيارة للأقارب بعد استخدام الفايسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في نقص الزيارة للأقارب بعد استخدام الفايسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-2-12- علاقة أصبحت وطيدة أكثر مع أقربك الذين تتواصل معهم عبر الفايسبوك:

الجدول رقم (68): يوضح توزيع ونسبة العينة حول توطيد العلاقة أكثر مع الأقارب بعد

التواصل معهم عبر الفايسبوك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	140	46.7%
لا	160	53.3%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (68): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين علاقتهم لم تصبح وطيدة أكثر مع أقربهم الذين يتواصلون معهم عبر الفايسبوك وهم 160 مبحوثاً بنسبة 53.3%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين علاقتهم أصبحت وطيدة أكثر مع أقربهم الذين يتواصلون معهم عبر الفايسبوك وهم 140 مبحوثاً بنسبة 46.7%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين علاقتهم لم تصبح وطيدة أكثر مع أقربهم الذين يتواصلون معهم عبر الفايسبوك، ويمكن تفسير ذلك بأن هؤلاء المبحوثين هم الذين حافظوا في الواقع على علاقتهم مع أقربهم من حيث الزيارات والتواصل المباشر معهم ولم يعتمدوا على الفايسبوك ليحل محل العلاقات المباشرة في التواصل فبقت علاقتهم على حالها، بينما الذين توطدت علاقتهم أكثر مع أقربهم بعد استخدامهم الفايسبوك للتواصل معهم ونسبتهم معتبرة وقاربت

النصف فهم الذين كانوا بعيدين على أقاربهم قبل استخدامهم الفايسبوك ومنشغلين عن الزيارات الدائمة لأقاربهم، فوجدوا في الفايسبوك ضالتهم ليتواصلوا مع أقاربهم وهم جالسون في بيوتهم حت كل يوم لأن ذلك لا يكلفهم مالا ولا وقتاً أو جهداً سوى الضغط على زر أو أيقونة فقط ليجد نفسه متفاعلا مع من يتصل ولو بملصق تعبيرى، فأحيوا بذلك علاقاتهم بعد فتورها.

الجدول رقم (69): يمثل توزيع أفراد العينة حول توطيد العلاقة أكثر مع الأقارب الذين

يتواصلون معهم عبر الفايسبوك وفق متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكر		الجنس
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	البدائل
%100	140	%14.29	20	%85.71	120	نعم
%100	160	%95	152	%5	8	لا
100%	300	57.3 %	172	42.7 %	128	المجموع
		درجة الحرية=1		مستوى الدلالة=0.000		قيمة فاي= 0.922

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (69) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين علاقتهم لم تصبح وطيدة أكثر مع أقاربهم الذين يتواصلون معهم عبر الفايسبوك هم إناث بنسبة 95% بينما نسبة المبحوثين الذين علاقتهم لم تصبح وطيدة أكثر مع أقاربهم الذين يتواصلون معهم عبر الفايسبوك 5% من الذكور. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين علاقتهم أصبحت وطيدة أكثر مع أقاربهم الذين يتواصلون معهم عبر الفايسبوك هم ذكور بنسبة 85.71%، بينما نسبة المبحوثين الذين علاقتهم أصبحت وطيدة أكثر مع أقاربهم الذين يتواصلون معهم عبر الفايسبوك 14.29% من الإناث.

من خلال أرقام الجدول رقم (69) تبين أن معظم الإناث لم يؤثر استخدام الفايسبوك في توطيد علاقاتهم مع أقاربهم أكثر من قبل، وهذا يفسره إجابات أغلب الإناث عن الأسئلة السابقة بأنهن لم تقل زيارتهن لأقاربهن بعد استخدامهن الفايسبوك، ولا يكتفين بإرسال التهاني بدل الذهاب إلى أقاربهن، والتواصل المباشر مع أقاربهن كان أكثر من الدردشة عبر الفايسبوك، كل هذا يعني أن علاقاتهم مع أقاربهن وطيدة من قبل ولم يحتجن للفايسبوك كي يوطدها أكثر. بينما الذكور أغلبهم أقرّوا بأن علاقتهم أصبحت وطيدة أكثر مع أقاربهم الذين يتواصلون معهم

عبر الفايسبوك لأنهم عكس الإناث كانت علاقاتهم تتسم بشيء من الفتور حسب إجاباتهم السابقة فجاء الفايسبوك ليوطّدها أكثر من ذي قبل.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين توطيد العلاقة مع الأقارب الذين يتواصلون معهم عبر الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.922 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين توطيد العلاقة مع الأقارب الذين يتواصلون معهم عبر الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1، إذا توجد فروق في توطيد العلاقة مع الأقارب الذين يتواصل معهم عبر الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (70): يمثل توزيع أفراد العينة حول توطيد العلاقة أكثر مع الأقارب الذين يتواصلون معهم عبر الفايسبوك وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	62	44.29%	47	33.57%	31	22.14%	140	100%	140	100%
لا	78	48.75%	53	33.12%	29	18.13%	160	100%	160	100%
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	300	100%
		قيمة كاف مربع= 300		مستوى الدلالة= 0.000		درجة الحرية= 2				

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (70) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين علاقتهم لم تصبح وطيدة أكثر مع أقاربهم الذين يتواصلون معهم عبر الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 48.75%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين علاقتهم لم تصبح وطيدة أكثر مع أقاربهم الذين يتواصلون معهم عبر الفايسبوك 33.12% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين علاقتهم لم تصبح وطيدة أكثر مع أقاربهم الذين يتواصلون معهم عبر الفايسبوك 18.13% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين علاقتهم أصبحت وطيدة أكثر مع أقاربهم الذين يتواصلون معهم عبر الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 44.29%، ونجد نسبة المبحوثين الذين علاقتهم أصبحت وطيدة أكثر مع أقاربهم الذين يتواصلون معهم عبر الفايسبوك 33.57% من ذوي الأعمار من 26

إلى 36 سنة، ثم نجد نسبة المبحوثين الذين علاقتهم أصبحت وطيدة أكثر مع أقاربهم الذين يتواصلون معهم عبر الفايسبوك 22.14% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

حسب أرقام الجدول يتبين أن جميع الفئات العمرية تقاربت فيها نسب الذين أجابوا بالإيجاب أو بالرفض لتوطيد علاقتهم أكثر مع أقاربهم الذين يتواصلون معهم عبر الفايسبوك، أي كل فئة عمرية انقسم أفرادها بين الخيارين بأعداد متقاربة، وهذا يعني أن كل فئة عمرية اختلف أفرادها في مدة استخدام الفايسبوك أو عدد ساعات تصفحه وهو ما يتحكم في اتجاهات الفرد وتأثره باستخدام الفايسبوك، مع اختلاط كل فئة عمرية بين الذكور والإناث.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين توطيد العلاقة أكثر مع الأقارب الذين يتواصل معهم عبر الفايسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 300 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين توطيد العلاقة أكثر مع الأقارب الذين يتواصل معهم عبر الفايسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في توطيد العلاقة مع الأقارب الذين يتواصل معهم عبر الفايسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-3- عرض وتوصيف البيانات المتعلقة بأسئلة المحور الثاني:

اتجاهات المستخدم للفايسبوك وتغير روابط الجيرة والصداقة

1-3-1- لديك صداقات عبر الفايسبوك مع أصدقائك في الواقع:

الجدول رقم (71): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع الأصدقاء في الواقع

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
كلهم	66	22%
أغلبهم	141	47%
بعضهم	93	31%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (71): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب أصدقائهم في الواقع وهم 141 مبحوثاً بنسبة 47%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض أصدقائهم في الواقع وهم

93 مبحوثا بنسبة 31%، ويليهما عدد المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل أصدقائهم في الواقع وهم 66 مبحوثا بنسبة 22%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب أصدقائهم في الواقع، لكن كان من المفروض أن تكون النسبة الأغلب من الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل أصدقائهم، لأن الأصدقاء أولى في توطيد علاقاتهم مع بعضهم وبالتالي استغلال موقع فايسبوك لهذا الغرض. ولعل استخدام الأسماء والصور المستعارة يجعل الأصدقاء متخفين على بعضهم لتكون لهم حرية أكبر في التعليق والنقد على مختلف المنشورات ولا يقعون في الإحراج مع أصدقائهم، لكن هناك ما يقارب ربع المبحوثين لهم صداقات مع كل أصدقائهم في الواقع، وهذا ما يطلق عليها الصداقة الحقيقية التي تستغل كل الوسائل في صالح الصداقة والتواصل الدائم. ونجد كذلك ما يقارب ثلث المبحوثين لديهم صداقات مع بعض أصدقائهم فقط عبر الفايسبوك، وما يمكن استنتاجه أن الفايسبوك لم يكن وسيلة لتوطيد الصداقة الواقعية لكثير من أفراد العينة.

الجدول رقم (72): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع الأصدقاء في الواقع وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
كلهم	30	45.45%	36	54.54%	66	100%
أغلبهم	95	67.38%	46	32.62%	141	100%
بعضهم	3	3.33%	90	96.77%	93	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 107.364		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (72) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب أصدقائهم في الواقع هم ذكور بنسبة 67.38%، بينما نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب أصدقائهم في الواقع من الإناث 32.62%، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض أصدقائهم في الواقع

هم إناث بنسبة 96.77%، بينما نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض أصدقائهم في الواقع من الذكور 3.33%، ونجد كذلك أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل أصدقائهم في الواقع هم إناث بنسبة 54.54%، بينما نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل أصدقائهم في الواقع من الذكور 45.45%.

يتبين من هذا التوزيع أن معظم الذكور لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل أو أغلب أصدقائهم في الواقع، وهذا يدل على أن الذكور أكثر تشبهاً بأصدقائهم الواقعيين وأنهم يبقون على اتصال معهم إما عبر الفايسبوك أو بالاتصال المواجهي، لأن الذكور أكثر تحرراً من الإناث وصداقاتهم تدوم أكثر فبالتالي هم يحافظون عليها. بينما الإناث أغلبهن لديهن صداقات عبر الفايسبوك مع بعض صديقاتهن فقط لأن صداقاتهن معرضة للزوال وخاصة بعد الزواج أو حتى بعد التباعد بسبب تحويل السكن أو مكان الدراسة فبالتالي صداقاتهن أغلبها مؤقتة.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الصداقة عبر الفايسبوك مع الأصدقاء في الواقع والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 107.364 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين الصداقة عبر الفايسبوك مع الأصدقاء في الواقع والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في الصداقة عبر الفايسبوك مع الأصدقاء في الواقع بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (73): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع الأصدقاء في الواقع وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
كلهم	17	25.76%	24	36.36%	25	37.88%	66	100%	
أغلبهم	93	65.96%	33	23.40%	15	10.64%	141	100%	
بعضهم	30	32.26%	43	46.24%	20	21.51%	93	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
		قيمة كاف مربع = 214.904		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (73) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب أصدقائهم في الواقع من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 65.96% بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب أصدقائهم في الواقع 23.40% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب أصدقائهم في الواقع 10.64% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض أصدقائهم في الواقع من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 46.24%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض أصدقائهم في الواقع 32.26% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض أصدقائهم في الواقع 21.51% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل أصدقائهم في الواقع من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بنسبة 37.88%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل أصدقائهم في الواقع 36.36% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل أصدقائهم في الواقع 25.76% لذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة.

بالملاحظة الدقيقة للجدول يتبين أن ذوي الفئات العمرية الأصغر لهم الأغلبية في الخيارين "أغلبهم" و "بعضهم" بينما ذوي الفئات العمرية الأكبر لهم الأغلبية في الخيار "كلهم"، ويمكن تفسير ذلك بأن ذوي الفئات العمرية الأصغر لديهم صداقات كثيرة ويفرقون بينهم من حيث الدرجة ويمكن حتى الاختصاص فيقبلون أو يطلبون صداقات بعضهم ويتغاضون عن البعض الآخر. بينما أصحاب الفئات العمرية الكبيرة يكون عدد أصدقائهم قليل، بعدما غربلت الأيام بقية الأصدقاء، فيحتفظون بالصادق معهم والذين لهم نفس الاهتمام والمشاعر، مما يجعلهم لا يتخلون عنهم حتى عبر المواقع الافتراضية.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الصداقة عبر الفايسبوك مع الأصدقاء في الواقع والسّن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 214.904 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين الصداقة عبر الفايسبوك مع الأصدقاء في الواقع والسّن عند مستوى

معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في الصداقة عبر الفايسبوك مع الأصدقاء في الواقع بين مختلف فئات الأعمار.

1-3-2- جيرانك أصدقاء معك عبر الفايسبوك:

الجدول رقم (74): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع الجيران

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
كلهم	35	11.7%
أغلبهم	101	33.7%
بعضهم	164	54.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (74): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض الجيران وهم 164 مبحوثا بنسبة 54.7%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب الجيران وهم 101 مبحوثا بنسبة 33.7%، يليها عدد المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل الجيران وهم 35 مبحوثا بنسبة 11.7%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أكثر من نصف عينة الدراسة لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض جيرانهم فقط، وثلثهم لديهم صداقات مع أغلب جيرانهم بينما العُشر تقريبا فقط من لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل جيرانهم. وهذا يعني أن أغلب المبحوثين لا يتواصلون في شبكات التواصل الاجتماعي مع جيرانهم، وهذا يرجع إلى نوعية البيئة التي يسكنها كل فرد من عينة الدراسة فالذين يقطنون في الأحياء الحضرية يكونون أقل احتكاكا بجيرانهم أما الذين يقطنون في الأحياء القديمة والأكثر بدوّة تبقى علاقتهم بجيرانهم وطيدة ويعرفون بعضهم جيدا. ومع توسع مدينة الوادي في أحيائها وزيادة الكثافة السكانية انتقلت إلى الطابع الحضري في كثير من أحيائها. ومع أن عينة الدراسة أغلبها من الإناث فإنهن أقل توصالا من الذكور مع الجيران.

الجدول رقم (75): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع الجيران وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
كلهم	30	85.71%	5	14.29%	35	100%
أغلبهم	74	73.27%	27	26.73%	101	100%
بعضهم	24	14.63%	140	85.37%	164	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 177.310 مستوى الدلالة = 0.000 درجة الحرية = 2						

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (75) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض الجيران هم إناث بنسبة 85.37%، بينما نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض الجيران 14.63% من الذكور. في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب الجيران هم ذكور بنسبة 73.27%، ونسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب الجيران 26.73% من الإناث. وفي حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل الجيران هم ذكور بنسبة 85.71%، ونسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل الجيران 14.29% من الإناث.

يتضح من خلال أرقام الجدول أن معظم الذكور لديهم صداقات مع كل أو أغلب جيرانهم، بينما معظم الإناث لديهن صداقات مع بعض جيرانهن فقط. لأن الأغلبية كانت للذكور عند الخيارين "كلهم" و "أغلبهم" بينما الإناث كانت لهن الأغلبية في الخيار "بعضهم"، وهذا منطقي لأن الذكور أكثر احتكاكا بالجيران من الإناث بحكم الحرية في التحرك خارجا والتلاقي معهم مما يجعله نوعا من الصداقة، بينما الإناث قليل فيهن من يخالطن أغلبية جيرانهن بل يكتفين بالقليل منهم والذين يجدن فيهم الألفة والتفاهم.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الصداقة عبر الفايسبوك مع الجيران والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 177.310 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة

إحصائياً بين الصداقة عبر الفايسبوك مع الجيران والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في الصداقة عبر الفايسبوك مع الجيران بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (76): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع الجيران وفق

متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
كلهم	13	37.14%	2	5.71%	20	57.14%	35	100%	
أغلبهم	74	73.27%	10	9.90%	17	16.83%	101	100%	
بعضهم	53	32.32%	88	53.66%	23	14.02%	164	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
قيمة كاف مربع = 214.151		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4					

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (76) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض الجيران من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 53.66%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض الجيران 32.32% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض الجيران 14.02% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب الجيران من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 73.27%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب الجيران 16.83% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب الجيران 9.90% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل الجيران من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بنسبة 57.14%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل الجيران 37.14% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل الجيران 5.71% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

وهذا يوضح أن أغلب أصحاب الفئة العمرية الصغيرة لديهم صداقات مع أغلب جيرانهم بينما أغلب أصحاب الفئة العمرية المتوسطة لديهم صداقات مع بعض جيرانهم، أما الفئة العمرية الكبيرة فقد توزعت بالتقريب بين من لديهم صداقات مع كل جيرانهم ومن لهم صداقات مع بعض جيرانهم، ويرجع ذلك للاختلاف بين الذكور والإناث، فكبار الذكور هم من أقرّ أغلبهم بصداقة كل جيرانهم. أما الأصغر سنًا فقد توزّع أغلبهم بين صداقة أغلبية الجيران أو بعضهم لأنهم يرتبطون مع أصدقائهم من الجيران ولا يخالطون كثيرًا من ليس في سنهم من الجيران إلا الاجتماعي منهم فإنه صديق الجميع.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الصداقة عبر الفايسبوك مع الجيران والسّن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 214.151 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين الصداقة عبر الفايسبوك مع الجيران والسّن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في الصداقة عبر الفايسبوك مع الجيران بين مختلف فئات الأعمار.

1-3-3- الوقت الذي تقضيه بالفايسبوك مع أصدقائك الواقعيين أكثر من الوقت الذي

تقضيه معهم وجها لوجه:

الجدول رقم (77): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان الوقت الذي يقضونه بالفايسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	38	12.7%
أحيانا	160	53.3%
أبدا	102	34%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (77): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يقضون الوقت بالفايسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه وهم 160 مبحوثا بنسبة 53.3%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أبدا ما يقضون الوقت بالفايسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه وهم 102 مبحوثا بنسبة 34%، يليها عدد المبحوثين الذين دائما ما يقضون الوقت بالفايسبوك مع

أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه وهم 38 مبحوثا بنسبة 12.7%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أكثر من نصف المبحوثين أحيانا ما يقضون بالفايسبوك وقتا مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه، ويمكن تفسير ذلك بأن أغلب عينة الدراسة يقضون أوقاتا طويلة في تصفح الفايسبوك مما جعلهم يقضون أحيانا أوقاتا عبر الفايسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم مباشرة (وجها لوجه). زيادة على أن نسبة فاقت عُشر المبحوثين دائما ما يقضون أوقاتا عبر الفايسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه، وهذا مؤشر على تحول العلاقات الاجتماعية بين الأصدقاء من عالم الواقع إلى العالم الافتراضي، رغم أن ما يقارب ثلث المبحوثين نفوا هذه المعادلة إلا أن عددهم يتناقص مع زيادة مدة استخدام الفايسبوك.

الجدول رقم (78): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان الوقت الذي يقضونه بالفايسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	22	57.89%	16	42.11%	38	100%
أحيانا	96	60%	64	40%	160	100%
أبدا	10	9.80%	92	90.20%	102	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 122.368		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (78) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يقضون وقتا بالفايسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه هم ذكور بنسبة 60% بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يقضون وقتا بالفايسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه من الإناث 40%، في حين نجد معظم المبحوثين الذين أبدا ما يقضون وقتا بالفايسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه هم إناث بنسبة 90.20%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يقضون

وقتا بالفيسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه من الذكور 9.80%، ونجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يقضون وقتا بالفيسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه هم ذكور بنسبة 57.89%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يقضون وقتا بالفيسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه من الإناث 42.11%.

بما أن الأغلبية كانت للذكور في الخيارين الأولين أما الخيار الأخير كانت فيه الأغلبية للإناث هذا يعني أن معظم الذكور هم من يقضون أحيانا أو دائما أوقاتا عبر الفيسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه، والعكس صحيح مع الإناث اللاتي معظمهن أجبن بالخيار "أبدا"، أي أنّ الذكور تأثروا بموقع فايسبوك أكثر من الإناث أو أن الإناث ما زلن في بداية المشوار، وربما أن الإناث يفضلن التواصل المباشر مع صديقاتهن ولا يحبذن التواصل عبر الفيسبوك.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين إن كان الوقت الذي يقضيه أفراد العينة بالفيسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 122.368 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين إن كان الوقت الذي يقضيه أفراد العينة بالفيسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في إن كان الوقت الذي يقضيه أفراد العينة بالفيسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (79): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان الوقت الذي يقضونه بالفيسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه وفق متغير السن

البدايل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
دائما	22	57.89%	6	15.79%	10	26.32%	38	100%	
أحيانا	80	50%	52	32.5%	28	17.5%	160	100%	
أبدا	38	37.25%	42	41.18%	22	21.57%	102	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
		قيمة كاف مربع = 195.854		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (79) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أحيانا ما يقضون وقتا بالفيسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 50%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يقضون وقتا بالفيسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه 32.5% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يقضون وقتا بالفيسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه 17.5%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يقضون وقتا بالفيسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 41.18%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يقضون وقتا بالفيسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه 37.25% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يقضون وقتا بالفيسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه 21.57%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يقضون وقتا بالفيسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 57.89%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يقضون وقتا بالفيسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه 26.32% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يقضون وقتا

بالفايسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه 15.79% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

يتضح من الجدول أن جميع الفئات العمرية أغلب أفرادها أحيانا ما يكون الوقت الذي يقضونه بالفايسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه، ثم الخيار الأخير بنسبة أقل، ثم الخيار الأول، أي أن جميع الفئات العمرية توزعوا عبر مختلف الخيارات، إلا في الخيار "دائما" كانت الأغلبية للفئة العمرية الصغيرة ثم الفئة الأكبر سنا أما الفئة العمرية المتوسطة فكان عددهم قليل في هذا الخيار أي أنهم أكثر تواجدا وجها لوجه مع أصدقائهم الواقعيين. وعموما تأثير الفاييسبوك زحف لجميع الفئات العمرية ولو بنسب متفاوتة، ويبقى هذا الاختلاف له العديد من الأسباب منها مدة استخدام الفاييسبوك والجنس وحتى طبيعة الأعمال وكذا الإدمان على تصفح الفاييسبوك اليومي.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين إن كان الوقت الذي يقضيه أفراد العينة بالفايسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه والسّن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 195.854 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين إن كان الوقت الذي يقضيه أفراد العينة بالفايسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه والسّن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في إن كان الوقت الذي يقضيه أفراد العينة بالفايسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه بين مختلف فئات الأعمار.

1-3-4- تلاحظ أن الفاييسبوك سهل عليك الاطلاع على أحوال الجيران:

الجدول رقم (80): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تسهيل الفاييسبوك الاطلاع على أحوال

الجيران

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	56	18.7%
أحيانا	166	55.3%
أبدا	78	26%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (80): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يسهل الفاييسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم وهم 166 مبحوثا بنسبة 55.3%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أبدا ما يسهل الفاييسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم وهم 78 مبحوثا بنسبة 26%، يليها عدد المبحوثين الذين دائما ما يسهل الفاييسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم وهم 56 مبحوثا بنسبة 18.7%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يسهل الفاييسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم أي أن عينة الدراسة في بعض الأحيان يسهل عليهم الفاييسبوك معرفة أخبار جيرانهم عبر مواقع التواصل وأحيانا أخرى يعرفونها في الواقع من خلال العلاقات الاجتماعية التي تربطهم، وهذه الفئة هي التي تغيب أحيانا عن المحيط الاجتماعي للجيران بسبب السفر أو الانشغال بمختلف الأعمال والالتزامات اليومية، وبالتالي يتلقون بعض الأخبار والحوادث من خلال الاطلاع على صفحاتهم عبر الفاييسبوك قبل الرجوع إلى البيت. وهناك كذلك ما يفوق ربع المبحوثين لم يسهل عليهم الفاييسبوك أبدا الاطلاع على أحوال جيرانهم ويمكن أن يكونوا هؤلاء من الذين يتواجدون دائما قرب حيّهم ويسمعون بكل خبر أو حدث حال وقوعه وأغلبهم يكونوا من الإناث، أما القلة الذين دائما يسهل الفاييسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم، هم الذين يتصفحون الفاييسبوك كثيرا ولهم صداقات مع الكثير من جيرانهم ويشاركون في كل المجموعات لبلدتهم حيث أنهم يتطلعون عن كل حدث عبرها قبل السماع به من المصدر مباشرة. وهكذا نلاحظ أن العلاقات الاجتماعية الافتراضية تتوغل شيئا فشيئا لتحل محل العلاقات الاجتماعية الواقعية، إلا أن العادات والتقاليد لمنطقة مدينة الوادي ما زالت تفرض نمط التواصل والتفاعل المباشر في أغلب المناسبات، إضافة إلى أنه مجتمع محافظ يتمسك بتعاليم دينه الذي يحث على صلة الأرحام والتعاون والتضامن في كل المجالات.

الجدول رقم (81): يمثل توزيع أفراد العينة حول تسهيل الفايسبوك الاطلاع على أحوال الجيران وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	24	42.86%	32	57.14%	56	100%
أحيانا	96	57.83%	70	42.17%	166	100%
أبدا	8	10.26%	70	89.74%	78	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 78.449		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (81) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم هم ذكور بنسبة 57.83% بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم من الإناث هي 42.17%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم هم إناث بنسبة 89.74%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم من الذكور هي 10.26%، ونجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم هم إناث بنسبة 57.14%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم من الذكور هي 42.86%.

إذن فأرقام الجدول تبين أن أغلب الذكور أجابوا بالخيار "أحيانا" وهم أكثر من الإناث، أي أن بعض الأحداث يتطلعون عليها عبر صفحات الفايسبوك وبعضها الآخر من خلال تواجدهم بين جيرانهم واحتكاكهم المباشر مع الجيران والأصدقاء، والقليل منهم ذهب للخيارين الآخرين وهذا حسب طبيعة تصفحهم وتواجدهم في الحي الذي يقطنون فيه. أما الإناث فقد توزع أغلبهن بين الخيارين "أحيانا" و "أبدا" بالتساوي فاللواتي أجبن بالخيار "أحيانا" يكن من قلبي الخروج من البيت فيسمعن ببعض الأخبار الجديدة أثناء تصفحن الفايسبوك أحيانا أخرى يأتيهم الخبر من أحد أفراد العائلة أو إحدى الجارات. بينما اللاتي أجبن بالخيار أبدا فهن على تواصل دائم

مع الجيران ويخرجن دائما لتفقد جيرانهن ويكن قليلي التصفح للفايسبوك فالخبر دائما يتلقونه من التلاقي المباشر بالأهل والجيران.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تسهيل الفاييسبوك الاطلاع على أحوال الجيران والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 78.449 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين تسهيل الفاييسبوك الاطلاع على أحوال الجيران والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في تسهيل الفاييسبوك الاطلاع على أحوال الجيران بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (82): يمثل توزيع أفراد العينة حول تسهيل الفاييسبوك الاطلاع على أحوال الجيران وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	12	21.43%	24	42.86%	20	35.71%	56	100%	56	100%
أحيانا	98	59.04%	43	25.90%	25	15.06%	166	100%	166	100%
أبدا	30	38.46%	33	42.31%	15	19.23%	78	100%	78	100%
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	300	100%
		قيمة كاف مربع = 186.383		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4				

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (82) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أحيانا ما يسهل الفاييسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 59.04%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يسهل الفاييسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم 25.90% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يسهل الفاييسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم 15.06%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يسهل الفاييسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 42.31%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يسهل الفاييسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم 38.46% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يسهل الفاييسبوك عليهم الاطلاع على أحوال

جيرانهم 19.23%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، وفي حين نجد كذلك أغلب المبحوثين الذين دائماً ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم هم من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 42.86%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائماً ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم 35.71% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ثم نجد نسبة المبحوثين الذين دائماً ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم 21.43% لذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة.

أي أن ذو الفئة العمرية الصغيرة معظمهم بين الخيارين الأخيرين، لأنهم لا يبتعد أغلبهم عن مدينته وخاصة الإناث منهم مع أنهم كثيرو الحركة وخاصة في أوقات الدراسة فبالتالي يخالطون الجيران والأصدقاء ويسمعون بكل جديد من الواقع قبل التطلع عليه من الفايسبوك. أما أصحاب الفئة العمرية المتوسطة فهم مختلطون بين من يتم دراسته ومن يعمل قريبا من سكنه خاصة الإناث منهم، وفيهم من يعمل مغتربا من الذكور، وبالتالي نجدهم توزعوا بين جميع الخيارات. كذلك الحال مع الفئة العمرية الكبيرة إلا أنهم مالوا أكثر للخيارين الأولين لأنهم وبحكم السن تقل حركتهم في السفر والحضر ويعتمدون أكثر على التطلع من صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عن كل جديد.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تسهيل الفايسبوك الاطلاع على أحوال الجيران والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 186.383 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين تسهيل الفايسبوك الاطلاع على أحوال الجيران والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في تسهيل الفايسبوك الاطلاع على أحوال الجيران بين مختلف فئات الأعمار.

1-3-5- ترى أن الفايسبوك سهل عليك الاطلاع على أحوال أصدقائك وما استجد عندهم:
الجدول رقم (83): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تسهيل الفايسبوك الاطلاع على أحوال الأصدقاء وما استجد عندهم

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	96	32%
أحيانا	164	54.7%
أبدا	40	13.3%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (83): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يسهل الفايسبوك الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم وهم 164 مبحوثا بنسبة 54.7%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين دائما ما يسهل الفايسبوك الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم وهم 96 مبحوثا بنسبة 32%، ويليهما عدد المبحوثين الذين أبدا ما يسهل الفايسبوك الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم وهم 40 مبحوثا بنسبة 13.3% وهي النسبة الأقل.

يتضح بأن الأغلبية من عينة الدراسة يسهل عليهم الفايسبوك بين الحين والآخر الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم، وما يقارب ثلثهم دائما ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم من اخبار، بينما نسبة قليلة منهم لم يسهل عليهم الفايسبوك إطلاقا الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم، وباختصار فما نلاحظه من خلال هذا الجدول والجدول التي سبقته أن هناك تشابها في التوزيع رغم تغير الأسئلة فالأغلبية دائما للخيار "أحيانا" والأقلية للخيارين المتبقين وتتراوح بينما في كل مرة الأغلبية لأحدهما، ويمكن تفسير ذلك أن هذا يرجع لمدى الإدمان واعتماد كل فرد على الفايسبوك في تتبع أخبار ومستجدات كل من يحيطون به من أقارب وجيران وأصدقاء، ومنه نستنتج أن المدمنين على الفايسبوك في عينة الدراسة يتراوحون بين الربع والثلث، والأغلبية منهم متوسطو الاستخدام وقلة منهم مثل المدمنين يستخدمون الفايسبوك في أوقات قليلة.

الجدول رقم (84): يمثل توزيع أفراد العينة حول تسهيل الفايسبوك الاطلاع على أحوال الأصدقاء وما استجد عندهم وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		ذكر	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	25	26.04%	71	73.96%	96	100%
أحيانا	96	58.54%	68	41.46%	164	100%
أبدا	7	17.5%	33	82.5%	40	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%

قيمة كاف مربع = 50.071 مستوى الدلالة = 0.000 درجة الحرية = 2

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (84) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم هم ذكور بنسبة 58.54% بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم من الإناث هي 41.46%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم هم إناث بنسبة 73.96%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم من الذكور هي 26.04%، ونجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم هم إناث بنسبة 82.5%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم من الذكور هي 17.5%.

بما أن الذكور أكثر تحررا والتقاء مع أصدقائهم فقد أجاب أغلبيتهم بالخيار أحيانا، أي أنهم يتابعون ما استجد عند أصدقائهم من خلال التلاقي المباشر معهم إلا في بعض الأحيان عند الأمور الطارئة أو إذا باعدت بينهم ظروف معينة. أما الإناث فقللة التقاتهن لمكوتهن في البيوت، وجدن في الفايسبوك الوسيلة التي يتابعن بها أخبار بعضهن البعض. وتبقى بقية النسب مختلفة حسب ظروف كل فرد وعلاقته مع أصدقائه أو قرب وبعد أصدقائهم عنهم.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تسهيل الفايسبوك الاطلاع على أحوال الأصدقاء وما استجد عندهم والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 50.071 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين تسهيل الفايسبوك الاطلاع على أحوال الأصدقاء وما استجد عندهم والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في تسهيل الفايسبوك الاطلاع على أحوال الأصدقاء وما استجد عندهم بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (85): يمثل توزيع أفراد العينة حول تسهيل الفايسبوك الاطلاع على أحوال الأصدقاء وما استجد عندهم وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
دائماً	29	30.21%	27	28.13%	40	41.67%	96	100%	
أحياناً	108	65.85%	53	32.32%	3	1.83%	164	100%	
أبداً	3	7.5%	20	50%	17	42.5%	40	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
قيمة كاف مربع = 104.053 مستوى الدلالة = 0.000 درجة الحرية = 4									

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (85) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أحياناً ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 65.85%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحياناً ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم 32.32% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحياناً ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم 1.83%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائماً ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بنسبة 41.67%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائماً ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم 30.21% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين دائماً ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم 28.13%، لذوي الأعمار من 26 إلى 36

سنة، ثم نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم هم من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 50%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم 42.5% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم 7.5%، لذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة.

يتضح من خلال الجدول أن أغلبية ذوي الفئة العمرية الصغيرة والمتوسطة أحيانا ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم، وهذا يفسره أنهم كثيرو التلاقي مع بعضهم في الدراسة أو العمل مما يبقيهم على اتصال في أغلب الأوقات لكن أحيانا ما يكون الانقطاع أو بعض الأمور الطارئة التي يكون فيها السبق للفايسبوك لإيصالها، لأن الفئة العمرية الأصغر أكثر التقاءً مع أصدقائهم من الأكبر سنا خاصة في سن العمل للرجال أو المكوث في البيت للنساء. ويبين الجدول أن أغلبية الفئة العمرية من 37 سنة فما فوق دائما ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم، أي أن فيهم المدمنون المعتمدون على الفايسبوك في الاطلاع على مستجدات أصدقائهم، وفيهم المبتعدون على أصدقائهم بسبب بعد مكان العمل أو الزواج بالنسبة للإناث أو الانقطاع عن الدراسة، فيلجؤون لاتباع أخبار الأصدقاء عبر موقع الفايسبوك.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تسهيل الفايسبوك الاطلاع على أحوال الأصدقاء وما استجد عندهم والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 104.053 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين تسهيل الفايسبوك الاطلاع على أحوال الأصدقاء وما استجد عندهم والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في تسهيل الفايسبوك الاطلاع على أحوال الأصدقاء وما استجد عندهم بين مختلف فئات الأعمار.

1-3-6- تفضل تفقد أحوال أصدقائك (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت:

الجدول رقم (86): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تفضيل تفقد أحوال الأصدقاء (في

الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	27	9%
أحيانا	217	72.3%
أبدا	56	18.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (86): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت وهم 217 مبحوثا بنسبة 72.3%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أبدا ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت وهم 56 مبحوثا بنسبة 18.7%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائما ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت وهم 27 مبحوثا بنسبة 9%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت، ويمكن تفسير ذلك بأن أغلبية عينة الدراسة يعتمدون على موقع الفايسبوك في بعض الأحيان لتفقد أحوال أصدقائهم وذلك لاختصار وربح الوقت خاصة في ظل بعد المسافات وزيادة الالتزامات المهنية والأسرية، لأن غلاء المعيشة وزيادة الطلب على الكماليات، وتكلفت الحياة المدنية أكثر من الحياة البدوية تجعل التلاقي حتى بين الأصدقاء يقل وتعرضه الكثير من الصعوبات، فجاءت مواقع التواصل الاجتماعي لتحل محل الالتقاء المباشر. وهناك نسبة من عينة الدراسة لم يحتاجوا لموقع فايسبوك في تفقد أحوال أصدقائهم أي بقوا يعتمدون على الاتصال المواجهي ربما لتفرغهم وقلة التزاماتهم وقلة حتى أصدقائهم. وتبقى قلة من عينة الدراسة يفضلون دائما تفقد أحوال أصدقائهم عبر الفايسبوك اختصارا للوقت، وهم طبعا إما مدمنون على استخدام الفايسبوك أو لكثرة الانشغال عنهم.

الجدول رقم (87): يمثل توزيع أفراد العينة حول تفضيل تفقد أحوال الأصدقاء (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت وفق متغير الجنس

الجنس البدايل	ذكر		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	20	74.07%	7	25.93%	27	100%
أحيانا	101	46.54%	116	53.46%	217	100%
أبدا	7	12.5%	49	87.5%	56	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 79.289		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (87) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت هم إناث بنسبة 53.46%، بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت من الذكور هي 46.54%. ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت هم إناث بنسبة 87.5%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت من الذكور هي 12.5%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت هم ذكور بنسبة 74.07%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت من الإناث هي 25.93%.

يتبين من خلال الجدول أن الأغلبية من الذكور والإناث أحيانا ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت، وهذا ما يفسره ما ذكرناه سابقا أن أغلب عينة الدراسة يتواصلون مع أصدقائهم في الواقع ولم يدمنوا بعد على استخدام الفايسبوك والاتكال عليه في كل الأخبار لمن يحيط بهم، لكن أحيانا ما يحتاجون للتطلع وتفقد أحوال أصدقائهم عبر الفايسبوك حسب الظروف التي يمرون بها. ومن أرقام الجدول يتبين أن نسبة الإناث أكثر من الذكور الذين لم يفضلوا تفقد أحوال أصدقائهم عبر الفايسبوك أي يتواصلون دائما معهم

وجها لوجه. أما الخيار الأول فقد كانت نسبة الذكور أكثر من الإناث والذين يتفقون دائما أحوال أصدقائهم عبر الفايسبوك، وهذا يرجع أكيد لظروف خاصة أو لإدمان على الفايسبوك.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تفضيل تفقد أحوال الأصدقاء (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 79.289 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين تفضيل تفقد أحوال الأصدقاء (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في تفضيل تفقد أحوال الأصدقاء (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (88): يمثل توزيع أفراد العينة حول تفضيل تفقد أحوال الأصدقاء (في الواقع)

عبر الفايسبوك اختصارا للوقت وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
دائما	4	14.81%	3	11.11%	20	74.07%	27	100%	
أحيانا	117	53.92%	76	35.02%	24	11.06%	217	100%	
أبدا	19	33.93%	21	37.5%	16	28.57%	56	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
		قيمة كاف مربع = 302.567		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (88) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 53.92%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت 35.02% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت 11.06%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 37.5%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين

أبدا ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت 33.93% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت 28.57%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، لكن نجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت هم من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بنسبة 74.07%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت 14.81% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت 11.11%، لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

تبين من خلال الجدول أن جميع الفئات العمرية أغلبهم يرون أنه أحيانا ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت، وقلة منهم توزعوا على بقية الخيارات، والظاهر أن هذا التوزيع شبيه بالسؤال السابق، أي أن أغلب عينة الدراسة لا يعتمدون على موقع فايسبوك دائما في تفقد أحوال أصدقائهم لكنهم أحيانا ما تقتضي ظروفهم إلى تفقد أحوالهم عبر الفايسبوك، وكان ذلك مع كل الفئات العمرية، إلا أن ذوي الفئة العمرية من 37 سنة فما فوق كان عدد الذين دائما ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت أكثر من الفئتين العمريتين الأخريين، كما أشرنا آنفا أنهم مرتبطون أكثر من الأصغر سنًا من جانب الارتباطات المهنية أو الأسرية الذي يجعلهم بعيدين عن أصدقائهم ولا يلتقون إلا بعد مدة، فيستغلون الفايسبوك للتواصل معهم.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تفضيل تفقد أحوال الأصدقاء (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت والسّن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 302.567 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين تفضيل تفقد أحوال الأصدقاء (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت والسّن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في تفضيل تفقد أحوال الأصدقاء (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت بين مختلف فئات الأعمار.

1-3-9- ترسل تعليقك على المواضيع التي ينشرها جيرانك عبر الفايسبوك:

الجدول رقم (89): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إرسال التعليقات على المواضيع التي

ينشرها الجيران عبر الفايسبوك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	37	12.3%
أحياناً	129	43%
أبداً	134	44.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (89): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أبداً ما يرسلون التعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك وهم 134 مبحوثاً بنسبة 44.7%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أحياناً ما يرسلون التعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك وهم 129 مبحوثاً بنسبة 43%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائماً ما يرسلون التعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك وهم 37 مبحوثاً بنسبة 12.3%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية عينة الدراسة وما يقارب النصف لا يرسلون تعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك، ونجد كذلك وبعده أقل قليلاً أنهم أحياناً ما يرسلون تعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك ثم قلة منهم فقط من يرسلون التعليقات دائماً على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك، وإن دلّ هذا عن شيء فإنما يدل على أن أفراد العينة قليلو التفاعل مع الجيران لأن أكثر من نصفهم أقروا أن بعض جيرانهم فقط أصدقاء معهم عبر الفايسبوك، أي أن هناك جفاء بين الجيران وهذا ما تولده مظاهر التمدن والتي دخلت لها مدينة الوادي بكثافة السكان والانشغال بالأعمال والمحيط الأسري فقط.

الجدول رقم (90): يمثل توزيع أفراد العينة حول إرسال التعليقات على المواضيع التي ينشرها الجيران عبر الفايسبوك وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	31	83.78%	6	16.22%	37	100%
أحيانا	65	50.39%	64	49.61%	129	100%
أبدا	32	23.88%	102	76.12%	134	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 48.047		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (90) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يرسلون التعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك هم إناث بنسبة 76.12% بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يرسلون التعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك من الذكور هي 23.88%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يرسلون التعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك هم ذكور بنسبة 50.39%، بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يرسلون التعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك من الإناث وهي 49.61%، وفي حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يرسلون التعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك هم ذكور بنسبة 83.78%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يرسلون التعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك من الإناث هي 16.22%.

يوضح الجدول أن أغلب الذين لا يرسلون تعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك من الإناث بينما تساوى تقريبا عددهم في الذين أحيانا ما يرسلون هاته التعليقات، بينما أغلب الذين يرسلون دائما تعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك من الذكور، ويمكن تفسير ذلك أن الإناث أكثر تحفظا من الذكور في إرسال التعليقات لأنهن يخفن أن يتطلع على تعليقاتهن حتى الذكور من أبناء الجيران أو أن تجر لهن بعض المشاكل فأغلبهن

يكتفين بقراءة المنشورات فقط. بينما الذكور أكثر جرأة ويبدون آراءهم في أغلب المواضيع، ومنهم من يحب حتى البروز والتميز بتعليقاته، ويبقى الشاذ والقلة في كل شيء.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين إرسال التعليقات على المواضيع التي ينشرها الجيران عبر الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 48.047 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين إرسال التعليقات على المواضيع التي ينشرها الجيران عبر الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في إرسال التعليقات على المواضيع التي ينشرها الجيران عبر الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (91): يمثل توزيع أفراد العينة حول إرسال التعليقات على المواضيع التي

ينشرها الجيران عبر الفايسبوك وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائماً	13	35.14%	6	16.22%	18	48.65%	37	100%		
أحياناً	77	59.69%	30	23.26%	22	17.05%	129	100%		
أبداً	50	37.31%	64	47.76%	20	14.93%	134	100%		
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%		
		قيمة كاف مربع = 110.144		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4				

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (91) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يرسلون التعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 47.76%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يرسلون التعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك 37.31% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يرسلون التعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك 14.93%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أحياناً ما يرسلون التعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 59.69%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحياناً ما يرسلون التعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك 23.26% من ذوي

الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يرسلون التعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك 17.05%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، وفي حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يرسلون التعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك هم من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بنسبة 48.65% بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يرسلون التعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك 35.14% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يرسلون التعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك 16.32% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

يتضح أن ذوي الفئة العمرية الصغيرة أغلبهم أحيانا ما يرسلون تعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك وأغلبهم ذكور، أما الذين لا يرسلون التعليقات منهم أغلبهم إناث حسب توزيع الجدول السابق، فالأصغر سناً يبتعدون عن النقاشات العامة ويتحفظون من إرسال آرائهم. بينما أغلب الفئة العمرية المتوسطة أقروا بعدم إرسال تعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك، لأن هذه الفئة مختلطة بين الصغار والمرتبطين بالزواج حديثاً وخاصة من الإناث، مما يجعلهم يعزفون عن الظهور والخوض في القضايا العامة والمكشوفة، ويحبذون المجموعات المغلقة والخاصة. في حين توزع أفراد الفئة العمرية الكبيرة بين مختلف الخيارات، أي أنهم أكثر تفاعلاً مع منشورات الجيران، لأن هذه الفئة أغلبها من الذكور وهم بدورهم يميلون إلى الخوض في المنشورات العامة والتي تناقش القضايا المجتمعية المختلفة، إذن فالأكبر سناً من الذكور أكثر تعليقا على منشورات الجيران من الأصغر سناً والإناث.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين إرسال التعليقات على المواضيع التي ينشرها الجيران عبر الفايسبوك والسّن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 110.144 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين إرسال التعليقات على المواضيع التي ينشرها الجيران عبر الفايسبوك والسّن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في إرسال التعليقات على المواضيع التي ينشرها الجيران عبر الفايسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-3-8- قلت زيارتك لأصدقائك في المناسبات وغيرها بعد استخدامك للفايسبوك:

الجدول رقم (92): يوضح توزيع ونسبة العينة حول زيارة الأصدقاء في المناسبات وغيرها

بعد استخدامهم للفايسبوك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	60	20%
لا	240	80%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (92): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين لم تقل زيارتهم لأصدقائهم في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم للفايسبوك وهم 240 مبحوثاً بنسبة 80%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين قلت زيارتهم لأصدقائهم في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم للفايسبوك وهم 60 مبحوثاً بنسبة 20% وهي النسبة الأقل.

يتضح بأن أغلب عينة الدراسة لم تقل زيارتهم لأصدقائهم في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم للفايسبوك، أي أن المبحوثين يتواصلون في الواقع مع أصدقائهم في مختلف المناسبات ولم يؤثر استخدامهم للفايسبوك على ذلك. وهذا مؤشر إيجابي في الحفاظ على تماسك العلاقات الاجتماعية من جانب الصداقة، وقد أقرّ خمس أفراد العينة أنّ زيارتهم لأصدقائهم قلت بعد استخدامهم للفايسبوك وهذا له تأثيره على العلاقات الاجتماعية على المدى البعيد.

الجدول رقم (93): يمثل توزيع أفراد العينة حول زيارة الأصدقاء في المناسبات وغيرها بعد

استخدامهم للفايسبوك وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	38	63.33%	22	36.67%	60	100%
لا	90	37.5%	150	62.5%	240	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 0.580 مستوى الدلالة = 0.000 درجة الحرية = 1						

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (93) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين لم تقل زيارتهم لأصدقائهم في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم الفايسبوك هم إناث بنسبة 62.5% بينما نسبة المبحوثين الذين لم تقل زيارتهم لأصدقائهم في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم الفايسبوك 37.5% من الذكور، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين قلت زيارتهم لأصدقائهم في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم الفايسبوك هم ذكور بنسبة 63.33%، بينما نسبة المبحوثين الذين قلت زيارتهم لأصدقائهم في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم الفايسبوك 36.67% من الإناث.

ما يتبين من خلال الجدول أعلاه أنّ الإناث لم يتأثرن بقدر ما تأثر الذكور في تقليل زيارة الأصدقاء عند مختلف المناسبات بعد استخدامهم الفايسبوك، ويمكن إرجاع ذلك إلى أنّ الإناث أقل استخداماً للفايسبوك من حيث المدة، حيث أنّ الذين استخدموا الفايسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات أغلبهم ذكور، وبالتالي فهم أكثر تأثراً باستخدام الفايسبوك وهذا ما لاحظناه في مختلف الإجابات، مع أنّ الإناث أكثر حساسية من جهة العلاقات بين بعضهن، حيث يبقين على تبادل التواصل والزيارات ولا تتخلى الواحدة منهن على ذلك إلا إذا رأت تقصيراً من الأخرى، بينما الذكور يقدرّون ظروف بعضهم خاصة عند الانشغال بأعمالهم والتزاماتهم المختلفة لأنهم أصحاب النفقة في الأسرة فلا يجدون التفرغ مثل الإناث في القيام بزيارات الأصدقاء في مختلف مناسباتهم. كذلك المدمنون أكثر على استخدام الفايسبوك شيئاً فشيئاً يصبح ليهم نوعاً من التبدّل في الإحساس وبرودة في العلاقات دون أن يشعروا بها. لذلك فالخطر من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عامة، وموقع فايسبوك خاصة هو بلوغ مرحلة الإدمان التي تؤثر عن علاقات المستخدم بمحيطة الاجتماعي دون أن يشعر بهذه الخطورة. بينما الاستخدام العقلاني والمحدود يمكن أن يكون إيجابياً وله آثار حميدة.

ويتضح أنّ هناك علاقة قوية بين زيارة الأصدقاء في المناسبات وغيرها بعد استخدام الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.580 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أنّ هناك علاقة دالة إحصائياً بين زيارة الأصدقاء في المناسبات وغيرها بعد استخدام الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1، إذا توجد فروق في زيارة الأصدقاء في المناسبات وغيرها بعد استخدام الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (94): يمثل توزيع أفراد العينة حول زيارة الأصدقاء في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم للفايسبوك وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	20	33.33%	8	13.33%	32	53.33%	60	100%	60	100%	
لا	120	50%	92	38.33%	28	11.67%	240	100%	240	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	300	100%	
قيمة كاف مربع = 85.714		مستوى الدلالة = 0.000				درجة الحرية = 2					

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (94) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين لم تقل زيارتهم لأصدقائهم في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم للفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 50%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم تقل زيارتهم لأصدقائهم في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم للفايسبوك 38.33% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم تقل زيارتهم لأصدقائهم في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم للفايسبوك 11.67% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين قلت زيارتهم لأصدقائهم في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم للفايسبوك من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بنسبة 53.33%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين قلت زيارتهم لأصدقائهم في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم للفايسبوك 33.33% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بينما نجد نسبة المبحوثين الذين قلت زيارتهم لأصدقائهم في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم للفايسبوك 13.33% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

تبقى النسب المئوية في توزيع الخيارات بين الفئات العمرية غير دقيقة ولا يمكن الأخذ بأرقامها مباشرة، وذلك لعدم تساوي عدد أفراد عينة الدراسة في كل فئة، لذلك لا بد من قراءة الأرقام ومراعاة تلك الفروق في التفسير وقد أشرنا إلى هذا سابقا. وبالتالي فالنظرة العامة للجدول أن أغلب أفراد الفئة العمرية الصغيرة والمتوسطة لم تقل زيارتهم لأصدقائهم في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم للفايسبوك، أما أغلبية الفئة العمرية الكبيرة قلت زيارتهم لأصدقائهم في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم للفايسبوك، وكما أشرنا سابقا أن الأكبر سنا هم الأكثر ارتباطا بمختلف

الالتزامات المهنية والعائلية ويكونون أقل تفرغاً لجلسات الأصدقاء وزياراتهم، فطالما كان الهاتف حلاً لهم في كثير من المناسبات، والآن حلت محله مواقع التواصل الاجتماعي بتطبيقاتها المختلفة، ليرسلوا عبرها تهانيمهم أو تعازيهم واعتذاراتهم في شكل رسالة كتابية أو صوتية أو حتى تواسلاً بالصوت أو الصوت والصورة معاً.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين زيارة الأصدقاء في المناسبات وغيرها بعد استخدام الفايسبوك والسّن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 85.714 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين زيارة الأصدقاء في المناسبات وغيرها بعد استخدام الفايسبوك والسّن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في زيارة الأصدقاء في المناسبات وغيرها بعد استخدام الفايسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-3-9- تشعّر أن علاقتك مع أصدقائك بعد استخدامك الفايسبوك:

الجدول رقم (95): يوضح توزيع ونسبة العينة حول العلاقة مع الأصدقاء بعد استخدام

الفايسبوك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
قويت	90	30%
ضعفت	31	10.3%
بقت على حالها	179	59.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (95): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين علاقتهم مع أصدقائهم بعد استخدامهم للفايسبوك بقيت على حالها وهم 179 مبحوثاً بنسبة 59.7%، وهي النسبة الأعلى يليها عدد المبحوثين الذين علاقتهم مع أصدقائهم بعد استخدامهم للفايسبوك وهم 90 مبحوثاً بنسبة 30%، ويليهما عدد المبحوثين الذين ضعفت علاقتهم مع أصدقائهم بعد استخدامهم للفايسبوك وهم 31 مبحوثاً بنسبة 10.3%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح من أرقام الجدول أن استخدام أغلب عينة البحث للفايسبوك لم يؤثّر على العلاقة بينهم وبين أصدقائهم، لكن ما يقارب ثلثهم تأثرت علاقتهم وقويت عن ذي قبل، وحوالي العشر منهم ضعفت علاقتهم بعد استخدامهم للفايسبوك، ونستنتج من ذلك بأن استخدام الفاييسبوك لم

يؤثر سلبا على العلاقات بين الأصدقاء لدى عينة البحث إلا قلة منهم، بل أثر إيجابا على كثير منهم بأن قويت علاقتهم مع أصدقائهم، إذن فاستخدام الفايسبوك لا يغير في علاقات الصداقة عند أغلب أفراد عينة الدراسة.

الجدول رقم (96): يمثل توزيع أفراد العينة حول العلاقة مع الأصدقاء بعد استخدام الفايسبوك وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
قويت	80	%88.89	10	%11.11	90	%100
ضعفت	11	%35.48	20	%64.52	31	%100
بقت على حالها	37	%20.67	142	79.33 %	179	%100
المجموع	128	42.7 %	172	57.3 %	300	100%
قيمة كاف مربع = 272.503		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (96) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين علاقتهم مع أصدقائهم بعد استخدامهم للفايسبوك بقيت على حالها هم إناث بنسبة %79.33 بينما نسبة المبحوثين الذين علاقتهم مع أصدقائهم بعد استخدامهم للفايسبوك بقيت على حالها من الذكور هي %20.67 في حين نجد أغلب المبحوثين الذين قويت علاقتهم مع أصدقائهم بعد استخدامهم للفايسبوك هم ذكور بنسبة %88.89، بينما نسبة المبحوثين الذين قويت علاقتهم مع أصدقائهم بعد استخدامهم للفايسبوك من الإناث هي %11.11، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين ضعفت علاقتهم مع أصدقائهم بعد استخدامهم للفايسبوك هم إناث بنسبة %64.52، بينما نسبة المبحوثين الذين ضعفت علاقتهم مع أصدقائهم بعد استخدامهم للفايسبوك من الذكور هي %35.48.

لقد حدّد هذا الجدول توزيع تأثر علاقة الصداقة بعد استخدام الفايسبوك لدى عينة الدراسة بين الذكور والإناث، حيث بيّن أن أغلب الذين بقت علاقتهم على حالها ولم تتغير من الإناث وكذلك بالنسبة للذين ضعفت علاقتهم. أما أغلب الذين قويت علاقتهم بعد استخدامهم للفايسبوك طبعاً من الذكور، ويمثلون كذلك أغلبية الذكور. ونستطيع أن نقول وعلى ضوء الجداول السابقة أن هذا الجدول أوصلنا إلى نتيجة متناقضة، فإجابات الذكور خلال الجداول السابقة كانت تقود

إلى التأثير السلبي للفايسبوك عليهم ولكن كانت نتيجة هذا الجدول العكس تماما، ما دام أنّ علاقتهم قوية فهذا تأثير إيجابي. أما الإناث فالنتيجة منطقية بأن أغلبيتهن بقت علاقتهم على حالها. إذن فاستخدام الفاييسبوك له تأثير إيجابي على علاقة الذكور بأصدقائهم حسب استجابات أغلب عينة الدراسة، أما الإناث فلم يؤثر في علاقة أغلبهن.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين العلاقة مع الأصدقاء بعد استخدام الفاييسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 272.503 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين العلاقة مع الأصدقاء بعد استخدام الفاييسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في العلاقة مع الأصدقاء بعد استخدام الفاييسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (97): يمثل توزيع أفراد العينة حول العلاقة مع الأصدقاء بعد استخدام الفاييسبوك وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
قوية	51	56.67%	17	18.89%	22	24.44%	90	100%			
ضعفت	11	35.48%	03	9.68%	17	54.84%	31	100%			
بقت على حالها	78	43.58%	80	44.69%	21	11.73%	179	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
		قيمة كاف مربع = 231.764				مستوى الدلالة = 0.000				درجة الحرية = 4	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (97) نلاحظ أن أغلب المبحوثين علاقتهم مع أصدقائهم بعد استخدامهم للفايسبوك بقيت على حالها من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 44.69% بينما نجد نسبة المبحوثين الذين علاقتهم مع أصدقائهم بعد استخدامهم للفايسبوك بقيت على حالها 43.58% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين علاقتهم مع أصدقائهم بعد استخدامهم للفايسبوك بقيت على حالها 11.73%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين علاقتهم مع أصدقائهم بعد استخدامهم للفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 56.67%، بينما نجد نسبة المبحوثين

الذين قويت علاقتهم مع أصدقائهم بعد استخدامهم للفايسبوك 24.44% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ثم نجد نسبة المبحوثين الذين قويت علاقتهم مع أصدقائهم بعد استخدامهم للفايسبوك 18.89%، لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، وفي حين نجد أغلب المبحوثين الذين ضعفت علاقتهم مع أصدقائهم بعد استخدامهم للفايسبوك هم من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بنسبة 54.84%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين ضعفت علاقتهم مع أصدقائهم بعد استخدامهم للفايسبوك 35.48% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين ضعفت علاقتهم مع أصدقائهم بعد استخدامهم للفايسبوك 9.68% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

بما أننا استنتجنا عموماً أن استخدام الفاييسبوك لدى أغلب عينة الدراسة لم يؤثر على علاقتهم بأصدقائهم، مع أن هناك تأثير إيجابي وآخر سلبي عند البعض منهم. ففي هذا التوزيع حسب الفئات العمرية وضح أن ذوي الفئة العمرية الصغيرة والمتوسطة أغلب أفرادها توزعوا بين الخيارين "بقيت على حالها" و "قويت"، إذن فهاتان الفئتان العمريتان لم يؤثر استخدام الفاييسبوك في علاقة أفرادها بأصدقائهم في الغالب. أما ذوي الفئة العمرية من 37 سنة فما فوق، فإن الذين قالوا بالخيار "ضعفت" ما يقارب ثلث الفئة، فهذا يدل على تأثير نسبة معتبرة من هذه الفئة سلبياً من علاقتهم بأصدقائهم بعد استخدام الفاييسبوك، لأنهم اعتمدوا عليه حتى قلت زيارتهم والتقاءهم وجهاً لوجه مع أصدقائهم، وهذا ما يضعف العلاقة لأن التلاقي المباشر لا تعوضه أي وسيلة مهما كانت تفاعلية فالتفاعل المواجهي يبقى سيد العلاقات.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين العلاقة مع الأصدقاء بعد استخدام الفاييسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 231.764 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين العلاقة مع الأصدقاء بعد استخدام الفاييسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في العلاقة مع الأصدقاء بعد استخدام الفاييسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-3-10- تشعُر أن علاقتك مع جيرانك بعد استخدامك الفاييسبوك:

الجدول رقم (98): يوضح توزيع ونسبة العينة حول العلاقة مع الجيران بعد استخدام الفاييسبوك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
قويت	48	16%
ضعفت	34	11.3%
بقت على حالها	218	72.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (98): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم للفايسبوك بقيت على حالها وهم 218 مبحوثاً بنسبة 72.7%، وهي النسبة الأعلى يليها عدد المبحوثين الذين قويت علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم للفايسبوك وهم 48 مبحوثاً بنسبة 16%، ويليهما عدد المبحوثين الذين ضعفت علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم للفايسبوك وهم 34 مبحوثاً بنسبة 11.3%، وهي النسبة الأقل.

ومنه يتضح بأن أغلبية عينة الدراسة علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم للفايسبوك بقيت على حالها، وهناك ما يقارب السُدس منهم علاقتهم قويت مع جيرانهم بع استخدامهم الفاييسبوك، وحوالي العُشر ضعفت علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم الفاييسبوك. وعموماً يمكن القول بأن الفاييسبوك لم يؤثر على غالبية عينة الدراسة، ونلاحظ الفرق أن مع الأصدقاء الذين قويت علاقتهم قرابة ضعف عدد الذين قويت مع جيرانهم، أي أن استخدام الفاييسبوك له تأثير إيجابي مع العلاقة بين الأصدقاء أكثر من العلاقة مع الجيران ويمكن تفسير ذلك الطريقة التفاعلية بين الأصدقاء عند التواصل عبر الفاييسبوك أكثر حيوية ومصداقية من التي يتبادلونها مع الجيران، وتكون أكثر من حيث طول المدة أو عدد المرات. ويبقى الجيران علاقتهم سطحية والتلاقي معهم متكرر وبالتالي فتواصل الفاييسبوك بينهم يعتبر امتداداً لهذا الواقع ولا يمكن أن يغير فيه إلا في حالات خاصة كمنقص الجلسات السهرات مع بعضهم والاعتزال وراء شاشات الهاتف عند بعض الشباب.

الجدول رقم (99): يمثل توزيع أفراد العينة حول العلاقة مع الجيران بعد استخدام الفايسبوك وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
قويت	39	81.25%	9	18.75%	48	100%
ضعفت	31	91.18%	3	8.82%	34	100%
بقت على حالها	58	26.61%	160	73.39%	218	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 101.995		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (99) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم للفايسبوك بقيت على حالها هم إناث بنسبة 73.39% بينما نسبة المبحوثين الذين علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم للفايسبوك بقيت على حالها من الذكور هي 26.61% في حين نجد أغلب المبحوثين الذين قويت علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم للفايسبوك هم ذكور بنسبة 81.25%، بينما نسبة المبحوثين الذين قويت علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم للفايسبوك من الإناث هي 18.75%، ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين ضعفت علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم للفايسبوك هم ذكور بنسبة 91.18%، بينما نسبة المبحوثين الذين ضعفت علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم للفايسبوك من الإناث هي 8.82%.

يتبين من أرقام الجدول أن الإناث علاقتهم مع الجيران أكثر استقراراً، فمعظمهن علاقتهم بقيت على حالها بعد استخدامهن للفايسبوك وقلة ضعيفة ممن قويت أو ضعفت علاقتهم. أما أغلب الذين قويت أو ضعفت علاقتهم من الذكور وهم أكثر من ثلثهم. ويمكن تفسير ذلك أن الذين كانوا لا يجالسون جيرانهم نظراً لعدم تفرغهم فوجدوا في الفايسبوك فضاء للتواصل والتفاعل فأحسوا بأن علاقتهم قويت معهم. أما الذين كانوا يجالسونهم ويتفاعلون مباشرة معهم، ثم انسحبوا إلى مجالسة هواتفهم يحسون أن علاقتهم ضعفت حتى ولو تواصلوا معهم عبر الفايسبوك. أما الإناث فعلاقتهم مستقرة ويحافظن عن المسافة مع كل جارة يخالطنها.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين العلاقة مع الجيران بعد استخدام الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 101.995 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين العلاقة مع الجيران بعد استخدام الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في العلاقة مع الجيران بعد استخدام الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (100): يمثل توزيع أفراد العينة حول العلاقة مع الجيران بعد استخدام الفايسبوك وفق متغير السن

البدايل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
قويت	20	41.67%	9	18.75%	19	39.58%	48	100%	
ضعفت	4	11.77%	10	29.41%	20	58.82%	34	100%	
بقيت على حالها	116	53.21%	81	37.16%	21	9.63%	218	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
قيمة كاف مربع = 90.592		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4					

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (100) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم للفايسبوك بقيت على حالها من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 53.21% بينما نجد نسبة المبحوثين الذين علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم للفايسبوك بقيت على حالها 37.16% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم للفايسبوك بقيت على حالها 9.63%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم للفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 41.67%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين قويت علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم للفايسبوك 39.58% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين قويت علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم للفايسبوك 18.75%، لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين ضعفت علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم للفايسبوك هم من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بنسبة

58.82%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين ضعفت علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم للفيسبوك 29.41% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين ضعفت علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم للفيسبوك 11.77% لذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة.

بنظرة عامة للجدول نلاحظ أن ذوي الفئة العمرية من 15 إلى 25 سنة أغلبهم لم يتأثروا باستخدام الفيسبوك في علاقتهم مع جيرانهم، حيث بقيت على حالها، وإن تأثر بعضهم فإن أغلبيتهم تأثرهم إيجابي بأن قويت علاقتهم بجيرانهم، أما ذوي الفئة العمرية من 26 إلى 36 سنة فإن تأثرهم نسبي قليلا حيث زاد عدد من ضعفت علاقتهم أكثر من الفئة الأولى والأغلبية دوما ممن بقيت علاقتهم على حالها. أما ذوي الفئة العمرية الأكبر فقد كانوا أكثر تأثراً، حيث انقسموا تقريبا إلى ثلاثة، ثلث بقيت علاقتهم بجيرانهم على حالها بعد استخدامهم للفيسبوك، وثلث منهم ضعفت علاقتهم بينما الثلث الباقي قويت علاقتهم حسب إجاباتهم. ويكونون طبعاً حسب الجدول السابق للتوزيع حسب متغير الجنس من الذكور.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين العلاقة مع الجيران بعد استخدام الفيسبوك والسّن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 90.592 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين العلاقة مع الجيران والسّن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في العلاقة مع الجيران بعد استخدام الفيسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-3-11- تفضل العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائك بدل العلاقات عبر الفيسبوك:

الجدول رقم (101): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع

الأصدقاء بدل العلاقات عبر الفيسبوك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	60	20%
أحياناً	218	72.7%
أبداً	22	7.3%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (101): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك وهم 218 مبحوثا بنسبة 72.7% وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين دائما ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك وهم 60 مبحوثا بنسبة 20%، ويليهما عدد المبحوثين الذين أبدا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك وهم 22 مبحوثا بنسبة 7.3%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلب عينة الدراسة أحيانا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك، وخمس منهم يفضلون العلاقات المباشرة. بينما قلّة منهم من فضّل العلاقات عبر الفايسبوك بدل العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم، وهذا مؤشّر على أن عينة الدراسة تعود أغلبهم وفي بعض الأحيان على التواصل والتفاعل غير المباشر عبر موقع فايسبوك، وهذا يدل على بدء انسحاب علاقاتهم من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي، ويرجع ذلك إلى كثرة الانشغال لدى الإنسان المعاصر لزيادة متطلبات الحياة والميول إلى الرفاهية، والتي تتطلب العمل لساعات أطول، فأصبح الوقت مستهلك أكثر من قبل، يكون ذلك على حساب الجلوس مع من يحيط بالفرد من أقارب وأصدقاء وجيران، وتؤدي به إلى البحث عما يختصر عليه الوقت حتى على حساب علاقاته الاجتماعية.

الجدول رقم (102): يمثل توزيع أفراد العينة حول تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائك بدل العلاقات عبر الفايسبوك وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	50	83.33%	10	16.67%	60	100%
أحيانا	76	34.86%	142	65.14%	218	100%
أبدا	2	9.09%	20	90.91%	22	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 69.285		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (102) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك هم إناث بنسبة 65.14% بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك من الذكور 34.86%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك من الإناث 16.67%، وفي حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك هم إناث بنسبة 90.91%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك من الذكور 9.09%.

يتبين من خلال الجدول أن أغلب الذكور أحيانا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك، لكن نسبة كبيرة منهم يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة، واثنان منهم فقط لا يفضلون العلاقات المباشرة عن العلاقات عبر الفايسبوك مع أصدقائهم. بينما الإناث رغم أن أغليبتهم أحيانا ما يفضلن العلاقات التقليدية المباشرة مع صديقاتهن بدل العلاقات عبر الفايسبوك إلا أن عشرة منهن فقط يفضلن دائما العلاقات التقليدية المباشرة وعشرون منهن لا يفضلن العلاقات التقليدية المباشرة بدل العلاقات عبر الفايسبوك. أي أن نسبة معتبرة من الذكور يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك إلا أن الانشغال يحتم عليهم التواصل عبر الفايسبوك، بينما الإناث وجدن في غالب الأحيان تفضيل العلاقات عبر الفايسبوك لأن المكوث في البيت عودهن على التواصل عبر الفايسبوك، وأصبح بديلا لديهن عن التواصل المباشر.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع الأصدقاء بدل العلاقات عبر الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 69.285 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع الأصدقاء بدل العلاقات عبر الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2 إذا

توجد فروق في تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع الأصدقاء بدل العلاقات عبر الفيسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (103): يمثل توزيع أفراد العينة حول تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع الأصدقاء بدل العلاقات عبر الفيسبوك وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
دائماً	29	48.33%	8	13.33%	23	38.33%	60	100%	
أحيانا	108	49.54%	88	40.37%	22	10.09%	218	100%	
أبداً	3	13.64%	4	18.18%	15	68.18%	22	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
قيمة كاف مربع = 146.282		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4					

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (103) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أحيانا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفيسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 49.54%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفيسبوك 40.37% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفيسبوك 10.09%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين دائماً ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفيسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 48.33%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائماً ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفيسبوك 49.54% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين دائماً ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفيسبوك 13.33%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، وفي حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبداً ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفيسبوك هم من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بنسبة 68.18%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبداً ما

يفضّلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك 18.18% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك 13.64% لذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة.

في أغلب التوزيعات حسب متغيّر السن نجد تقارب بين الفئة العمرية الصغيرة والمتوسطة أي من 15 إلى 36 سنة، ونجد الفئة العمرية من 37 سنة فما فوق تخالفهم. ففي هذا الجدول أصحاب هذه الفئة العمرية الأخيرة أغلبهم يفضلون دائما العلاقات التقليدية المباشرة مع الأصدقاء بدل العلاقات عبر الفايسبوك، وكذلك أغلب الذين لا يفضلون أبدا العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك. بينما أغلب ذوي الأعمار من 15 إلى 36 سنة أحيانا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك وقلة منهم توزعوا بين الخيارين الآخرين إذا ما أخذنا بالاعتبار أن أغلب أفراد عينة الدراسة منهم.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع الأصدقاء بدل العلاقات عبر الفايسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 146.282 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة بدل العلاقات عبر الفايسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة بدل العلاقات عبر الفايسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-3-12- تفضل العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانك بدل العلاقات عبر الفايسبوك:

الجدول رقم (104): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع

جيرانك بدل العلاقات عبر الفايسبوك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	110	36.7%
أحيانا	164	54.7%
أبدا	26	8.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (104): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك وهم 164 مبحوثا بنسبة 54.7% وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين دائما ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك وهم 110 مبحوثا بنسبة 36.7%، ويليهما عدد المبحوثين الذين أبدا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك وهم 26 مبحوثا بنسبة 8.7%، وهي النسبة الأقل.

من الواضح أن غالبية عينة الدراسة يفضلون أحيانا العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك، لكن حتى نسبة الذين يفضلون دائما العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك تعتبر مرتفعة أكثر من تفضيلها مع الأصدقاء، حيث أقرّ بذلك أكثر من ثلث المبحوثين، ويمكن تفسير ذلك أن علاقات الجيرة تعرف قريبا مكانيا أكثر من قرب الأصدقاء فهم يلتقون حتى عفويا وفي أي وقت فاللقاء المباشر لا يكلف التنقل أو العناء فهم يفضلونه عن التواصل الافتراضي. لكن الأصدقاء يكونون في أماكن متفرقة وقد يكلف الوصول إليهم الجهد والوقت فكان التفضيل أقل نسبة من الجيرة. وهناك قلة لا يفضلون أبدا العلاقات التقليدية المباشرة لأنهم أدمنوا الفايسبوك وأصبحوا يرونه البديل لهاته العلاقات لتوفيره الوقت في ظل الانشغالات الواسعة أو العزلة التي اعتادوها.

الجدول رقم (105): يمثل توزيع أفراد العينة حول تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع الجيران بدل العلاقات عبر الفايسبوك وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	102	92.73%	8	7.27%	110	100%
أحيانا	22	13.41%	142	86.59%	164	100%
أبدا	4	15.38%	22	84.62%	26	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 177.969	مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (105) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك هم إناث بنسبة 86.59%، بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك من الذكور 13.41%. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك هم ذكور بنسبة 92.73%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك الإناث 7.27%، ونجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك هم إناث بنسبة 84.62%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك من الذكور 15.38%.

يتبين من خلال الجدول أنّ الذكور أغلبيتهم إن لم نقل معظمهم يفضلون دائما العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك، أما الإناث فمعظمهن يفضلن أحيانا العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهن بدل العلاقات عبر الفايسبوك، وهذا طبعا يفسره طبيعة كل جنس وخاصة في مجتمع مدينة الوادي، حيث لا يخرجن الإناث كثيرا لتفقد جاراتهن أو الجلوس دون حاجة، فبذلك العلاقات عبر الفايسبوك وجدوا فيها قضاء الحوائج في ستر بدل التنقل والخروج. أما الذكور فلا حرج في خروجهم ومجالسة جيرانهم سواء في نظر المجتمع أو الدين، وبالتالي يفضلون العلاقات المباشرة التي يجدون فيها ما لا يجدونه في التواصل الوسيطي كالجلسات الجماعية التي يحضرها مختلف أطياف المجتمع خاصة كبار السن الذين لا يستخدمون الفايسبوك فالعلاقات معهم لا تتم إلا وجها لوجه.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع الجيران بدل العلاقات عبر الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 69.285 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع الجيران بدل العلاقات عبر الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2 إذا توجد فروق في تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع الجيران بدل العلاقات عبر الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (106): يمثل توزيع أفراد العينة حول تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع الجيران بدل العلاقات عبر الفايسبوك وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	63	57.27 %	19	17.27 %	28	25.46 %	110	100 %		
أحيانا	74	45.12 %	80	48.78 %	10	6.1 %	164	100 %		
أبدا	3	11.54 %	1	3.85 %	22	84.62 %	26	100 %		
المجموع	140	46.7 %	100	33.3 %	60	20 %	300	100 %		
		قيمة كاف مربع = 225.450		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4				

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (106) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أحيانا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 48.78%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك 45.12% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك 6.1% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 57.27%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك 25.46% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك 17.27% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة. وفي حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك هم من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بنسبة 84.62%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يفضلون العلاقات

التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك 11.54% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك 3.85% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

من خلال الجدول يتّضح أن أغلب ذوي الفئة الصغيرة يفضلون أحيانا العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك، وهناك نسبة كبيرة من تقارب النصف من أفراد هذه الفئة يفضلون دائما العلاقات التقليدية المباشرة، وثلاثة فقط لا يفضلون أبدا العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك. وذوي الفئة العمرية المتوسطة كذلك غالبيتهم يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك، وبعض منهم يفضلون دائما العلاقات المباشرة، وواحد فقط لا يفضلها أبدا. بينما ذوي الفئة العمرية الكبيرة فإن أغلبهم يفضلون دائما العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك وهناك نسبة كبيرة منهم تفوق ثلث أفراد هذه الفئة لا يفضلون أبدا هذه العلاقات التقليدية عن العلاقات عبر الفايسبوك، وعشرة منهم أحيانا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفايسبوك. إذن فأغلب الفئات العمرية الأصغر يفضلون أحيانا العلاقات المباشرة مع جيرانهم، ونسبة معتبرة منهم يفضلونها دائما، فهم بهذا يقرّون بأفضلية العلاقات المباشرة لكن الالتزامات المختلفة تحتم عليهم تفضيل العلاقات عبر الفايسبوك اختصارا للوقت. بينما الفئة العمرية الأكبر انقسمت بين الذين يفضلون العلاقات المباشرة مع جيرانهم وهم الأغلب وبين من لا يفضلها، أي أنهم يفضلون العلاقات عبر الفايسبوك، وهذا يرجع لمدى انشغال كل فئة منهم فالذين يتوفر لهم الوقت لطبيعة عملهم يفضلون التفاعل المباشر، بينما المنشغلون أغلب أوقاتهم فقد وجدوا الحل في التفاعل مع جيرانهم عبر الفايسبوك، لأن هذا يجعلهم يقومون بالدورين معا قبل أن يتفرغون من التزاماتهم المختلفة.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع الجيران بدل العلاقات عبر الفايسبوك والسّن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 225.450 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع الجيران بدل العلاقات عبر الفايسبوك والسّن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا

توجد فروق في تفضيل العلاقات التقليدية المباشرة مع الجيران بدل العلاقات عبر الفيسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-4- عرض وتوصيف البيانات المتعلقة بأسئلة المحور الثالث:

اتجاهات المستخدم للفيسبوك وتغير روابط زملاء العمل أو الدراسة

1-4-1- لديك صداقات عبر الفيسبوك لزملائك في العمل:

الجدول رقم (107): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الصداقة عبر الفيسبوك مع زملاء العمل

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
كلهم	61	20.3%
أغلبهم	113	37.7%
بعضهم	126	42%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (107): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفيسبوك مع بعض زملائهم في العمل وهم 126 مبحوثا بنسبة 42%، وهي النسبة الأعلى يليها عدد المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفيسبوك مع أغلب زملائهم في العمل وهم 113 مبحوثا بنسبة 37.7%، ويليهما عدد المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفيسبوك مع كل زملائهم في العمل وهم 61 مبحوثا بنسبة 20.3%، وهي النسبة الأقل.

يتضح من الجدول أنّ الصداقة مع زملاء العمل لدى عينة الدراسة نسبية نوعا ما، فقلّة منهم صادقوا كل زملائهم في العمل وأغلبهم صادقوا بعض أو أغلب زملائهم. لأن زمالة العمل ليست كالصداقة، حيث ترجع إلى درجة التفاهم وتقارب وجهات النظر ليستمر التواصل بينهم حتى خارج مكان العمل، إذا كان العمل دائما، أمّا الذين يعملون في الأعمال المؤقتة أو المتنقلة فإن صداقاتهم تكون قليلة، لأن تلاقيهم عابر وغير مستقر، وترتفع نسبة الصداقات عند الذين يعملون في المؤسسات العمومية أو الخاصة التي تعرف دواما في سيرورتها مثل المؤسسات التعليمية والإدارات العمومية سواء الخدماتية أو الاقتصادية أو الشركات الخواص. لذلك وجدنا

هذا التباين في إقامة الصداقات لدى عينة البحث، وسوف تبين الجداول القادمة بعض تصنيفات هذا الاختلاف حسب متغيري الجنس والسّن.

الجدول رقم (108): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل وفق متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكر		البدائل
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%100	61	%47.54	29	%52.46	32	كلهم
%100	113	%85.84	97	%14.16	16	أغلبهم
%100	126	%36.51	46	%63.49	80	بعضهم
100%	300	57.3 %	172	42.7 %	128	المجموع
درجة الحرية=2		مستوى الدلالة=0.000		قيمة كاف مربع = 62.270		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (108) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في العمل هم ذكور بنسبة 63.49%، بينما نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في العمل 36.51% من الإناث، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في العمل هم إناث بنسبة 85.84%، بينما نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في العمل 14.16% من الذكور، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في العمل هم ذكور بنسبة 52.46%، بينما نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في العمل 47.54% من الإناث.

توضّح أرقام الجدول أغلب الذكور لديهم صداقات مع بعض زملائهم في العمل، بينما الإناث أغلبهن لديهن صداقات مع أغلب زميلاتهن في العمل، ويمكن تفسير ذلك بأن الإناث أماكن عملهن تكون في أغلب الأحيان مستقرة ودائمة، كالمؤسسات التعليمية والإدارات العمومية الخدماتية مثل البلدية والدائرة والولاية وغيرها، مما يتيح لهن الفرصة بالتلاقي المستمر ثم التعارف وتكوين الصداقات ولو عبر مواقع التواصل الاجتماعي. بينما الذكور يعملون إلى جانب تلك المؤسسات المستقرة يعملون كذلك في ورشات متنقلة وغير قارة مثل ورشات البناء والفلاحة

وسياقة المركبات وغيرها، حيث يتعارف الفرد منهم في كل مرة على مجموعة جديدة، مما يجعلها زمالة عابرة يتجاهلونهم حتى لو وجدوا صفحاتهم عبر الفايسبوك.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 62.270 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (109): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
كلهم	32	52.46%	21	34.43%	8	13.11%	61	100%	61	100%
أغلبهم	28	24.78%	55	48.67%	30	26.55%	113	100%	113	100%
بعضهم	80	63.49%	24	19.05%	22	17.46%	126	100%	126	100%
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	300	100%

درجة الحرية=4

مستوى الدلالة=0.000

قيمة كاف مربع=39.670

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (109) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في العمل من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 63.49% بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في العمل 19.05% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في العمل 17.46% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في العمل من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 48.67%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في العمل 26.55% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم

في العمل 24.78% لذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في العمل من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 52.46%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في العمل 34.43% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في العمل 13.11% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

نستنتج من الجدول أن أغلب ذوي الفئة العمرية الصغيرة لديهم صداقات مع بعض زملائهم في العمل، بينما ذوي الفئة العمرية المتوسطة والكبيرة أغلبهم لديهم صداقات مع أغلب أصدقائهم، مع وجود نسب أقل في الخيارين الآخرين. ويمكن تفسير ذلك بأن الأصغر سنا مازالت أعمالهم مؤقتة ويتنقلون بين مختلف الوظائف باعتبارهم جدد في ميدان الشغل، فتجدهم متعاقدين مؤقتين أو يسدون نقصا في منصب لوقت قصير، مما يجعلهم لا يقيمون علاقات تستحق التواصل بعدها. بينما الأكبر سنا نجدهم قد استقروا في مناصب دائمة ومؤسسات مستقرة تجعلهم في تواصل دائم مع نفس الأشخاص، مما يكوّن بينهم علاقات يحافظون عليها خارج أماكن العمل، خاصة في ظل توفر وسائل التواصل الاجتماعي التي تتيح التواصل حتى للبعيد عن بعضهم كالذين يعملون في شركات بترولية بعيدة عن مناطق سكنهم، والعمال مختلفون في السكن كذلك بين الولايات أو بين البلديات داخل الولاية الواحدة. فكلها ظروف تجعل التواصل مع زملاء العمل يدوم أو يتوقف.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 39.670 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل بين مختلف فئات الأعمار.

1-4-2- لديك صداقات عبر الفايسبوك لزملائك في الدراسة:

الجدول رقم (110): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	البدايل
20.3%	61	كلهم
35.3%	106	أغلبهم
44.3%	133	بعضهم
100%	300	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (110): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في الدراسة وهم 133 مبحوثا بنسبة 44.3%، وهي النسبة الأعلى يليها عدد المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في الدراسة وهم 106 مبحوثا بنسبة 35.3%، ويليهما عدد المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في الدراسة وهم 61 مبحوثا بنسبة 20.3%، وهي النسبة الأقل.

يتقارب توزيع هذا الجدول مع الجدول رقم (107) الذي يوزع استجابات أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل، حيث أغلبهم لديهم صداقات مع بعض الزملاء، وهذا أمر منطقي لأن زميل الدراسة يشمل كل أفراد القسم الذي كان يدرس فيه، لذلك نجد قلة منهم لديهم صداقة مع كل زملائهم، وهم الاجتماعيون الذين يخالطون كل من يحتكون به وبالتالي يبقون معروفون لدى زملائهم حتى بعد نهاية الدراسة فيطلبون صداقتهم لمجرد رؤية صورهم أو أسمائهم على ملفهم الشخصي لموقع فايسبوك. أما الأغلبية فيكتفون بمخالطة بعض الزملاء الذين أعجبوا بشخصيتهم وتقاربت وجهات نظرهم معهم، ويختلف عدد الزملاء في الكثرة والقلة حسب شخصية كل فرد من أفراد عينة الدراسة، فيصادق إما بعضهم أو أغلبهم، لأن هنالك الانطوائيون الذين لا يكثرون المخالطة فيكتفون بالقلّة حتى أيام الدراسة. ورغم هذا التوزيع فإن الفايسبوك قد أتاح الفرصة للزملاء بالتلاقي من جديد وإقامة علاقات ولو افتراضية فإنها تفتح المجال ربما لصداقات دائمة تنتقل إلى العلاقات التقليدية المباشرة.

الجدول رقم (111): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		ذكر	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
كلهم	32	52.46%	29	47.54%	61	100%
أغلبهم	9	8.49%	97	91.51%	106	100%
بعضهم	87	65.41%	46	34.59%	133	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 81.135 مستوى الدلالة = 0.000 درجة الحرية = 2						

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (111) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في الدراسة هم ذكور بنسبة 65.41%، بينما نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في الدراسة 34.59% من الإناث، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في الدراسة هم إناث بنسبة 91.51%، بينما نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في الدراسة 8.49% من الذكور، ونجد أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في الدراسة هم ذكور بنسبة 52.46%، بينما نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في الدراسة 47.54% من الإناث.

مثل زمالة العمل فإن أغلب الذكور لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملاء الدراسة، بينما الإناث لديهن صداقات مع أغلب زميلات الدراسة، وعدد الذين لديهم صداقات مع كل زملائهم متقاربة بين الجنسين، ويمكن تفسير هذا التوزيع بأن الإناث يمثلن القلة في أغلب أطوار الدراسة وبالتالي يقمن تعارف وارتباطات مع أغلب زميلاتهن وهن أكثر محافظة على علاقات الزمالة من الذكور، لذلك نجدهن يصادقن أغلب زميلاتهن عبر الفايسبوك، مع أن واجهة ملفهن الشخصي تقريبا كلهن بأسماء مستعارة أو مموهة مع صور مختلفة غير صورتهن. وهذا ما يدل على أنهن يخبرن بعضهن عن هاتهن الأسماء فيطلبن من بعضهن الصداقة.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 81.135 بمستوى الدلالة تساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (112): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء في الدراسة وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
كلهم	27	44.26%	16	26.23%	18	29.51%	61	100%			
أغلبهم	26	24.53%	60	56.60%	20	18.87%	106	100%			
بعضهم	87	65.41%	24	18.05%	22	16.54%	133	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
		قيمة كاف مربع = 53.025				مستوى الدلالة = 0.000				درجة الحرية = 4	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (112) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في الدراسة من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 65.41%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في الدراسة 18.05% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في الدراسة 16.54% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في الدراسة من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 56.60%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في الدراسة 24.53% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في الدراسة 18.87% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في الدراسة من

ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 44.26%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في الدراسة 29.51% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في الدراسة 26.23% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

يتضح من الجدول أن أغلب ذوي الفئة العمرية الصغيرة لديهم صداقات مع بعض زملاء الدراسة، ويمكن أن يرجع ذلك للعدد الهائل من الطلاب اليوم ومن النادر أن يصادق الفرد عبر الفايسبوك كل من درس معه، فيكتفون بالمقربين إليهم وقت الدراسة سواء حسب الجهة التي يسكنون فيها أو حسب أصحاب الطباع والذهنية الذين يتوافقون معهم. ونجد أغلب ذوي الفئة العمرية المتوسطة لديهم صداقات مع أغلب زملاء الدراسة، وهذا لأنهم مختلطون بالأجيال الأقدم والذين كانوا أقل عدداً، فيتقربون من أغلب زملائهم ويبنون معهم علاقات. أما ذوي الفئة العمرية الكبيرة فقد تقارب العدد بين كل الخيارات، لأن التزاماتهم تختلف فالكثير منهم يصادقون كل زملائهم ومنهم من يصادق أغلبهم أو بعضهم، فأيام دراستهم صارت ذكريات.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 53.025 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق بين مختلف فئات الأعمار.

1-4-3- تتجاهل بعض زملائك في العمل عند تصفحك الفايسبوك ولا تطلب صداقتهم:

الجدول رقم (113): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تجاهل بعض زملاء العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تطلب صداقتهم

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	53	17.7%
أحياناً	158	52.7%
أبداً	89	29.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (113) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم وهم 158 مبحوثا بنسبة 52.7%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أبدا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم وهم 89 مبحوثا بنسبة 29.7%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائما ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم وهم 53 مبحوثا بنسبة 17.7%، وهي النسبة الأقل.

يتبين من خلال الجدول أن النسبة الأغلب من عينة الدراسة يتجاهلون أحيانا مرور زملاء لهم في العمل عبر الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم، وما يقارب الثلث لا يتجاهلونهم أبدا، ونسبة قليلة منهم تفوق السدس يتجاهلون دائما مرور صور زملائهم في العمل عبر الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم. ويرجع ذلك إلى طبائع كل فرد ودرجة تفاهمه مع زملائه في العمل، وعموما فطلب الصداقات أكثر من التجاهل وهذا شيء إيجابي لتوسع العلاقات الاجتماعية التي تربط أواصر المجتمع وتحافظ على تماسكه، فالعلاقات الافتراضية خير من عدم وجود علاقات.

الجدول رقم (114): يمثل توزيع أفراد العينة حول تجاهل بعض الزملاء في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تطلب صداقتهم وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	27	50.94%	26	49.06%	53	100%
أحيانا	34	21.52%	124	78.48%	158	100%
أبدا	67	75.28%	22	24.72%	89	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 69.070		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (114) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم هم إناث بنسبة 78.48% بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم من الذكور 21.52%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما

يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم هم ذكور بنسبة 75.28%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم من الإناث 24.72%، ونجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم هم ذكور بنسبة 50.94%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم من الإناث 49.06%.

يتضح من خلال الجدول أن أغلب الذكور لا يتجاهلون أبدا بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك بل يطلبون صداقتهم، هذا لأن أغلب الذكور يهتمون بعلاقات العمل وقيمون علاقات طيبة معهم، لأن العمل بالنسبة للذكور أهم شيء في مستقبلهم حيث يضمن لهم لقمة عيشهم ويوفر لهم متطلبات حياتهم. ونجد في الجدول أن أغلب الإناث يتجاهلن أحيانا بعض زميلاتهن في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا يطلبن صداقتهن، لأن العمل بالنسبة لأغلب الإناث ثانوي وليس أساسي كالذكور، ويشغلن كثيرا في أعمال مؤقتة، لذلك هن أقل اهتماما بعلاقات العمل من الذكور فيقدمن أغلبهن على تجاهل بعض زميلاتهن ولا يطلبن صداقتهن عبر الفايسبوك، لأنهن يعلمن أنهن علاقة عابرة فلا يكثرن الاختلاط بالغربيات واللاتي لا يعرفنهن معرفة جيدة.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تجاهل بعض الزملاء في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 69.070 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين تجاهل بعض الزملاء في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في تجاهل بعض الزملاء في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (115): يمثل توزيع أفراد العينة حول تجاهل بعض الزملاء في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تطلب صداقتهم وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	18	33.96%	16	30.19%	19	35.85%	53	100%		
أحيانا	55	34.81%	83	52.53%	20	12.66%	158	100%		
أبدا	67	75.28%	1	1.12%	21	23.60%	89	100%		
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%		
		قيمة كاف مربع = 116.776		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4				

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (115) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 52.53%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم 34.81% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم 12.66%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 75.28%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم 23.60% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم 1.12%، لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة. ونجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم هم من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بنسبة 35.85%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم 33.96% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يتجاهلون بعض

زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم 30.19% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

من خلال الجدول تبين أن أغلب ذوي الفئة العمرية الصغيرة لا يتجاهلون أبداً بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك بل يطلبون صداقتهم، يمكن تفسير هذا بأن الأصغر سنًا ما زالوا اندفاعيين ولا يزنون الأمور كثيرا، فيقيمون علاقات حتى مع الغرباء فما بالك بالذين يعرفونهم وتلاقوا معهم. أما ذوي الفئة المتوسطة فأغلبهم أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم، لأن هذه الفئة مختلطة بين الصغار والكبار ويعرفون بعض الاستقرار في أعمالهم، وبدأوا يقدرون الأمور فيعرفون من يتجاهلونه ومن لا يتجاهلونه، أما الفئة الأكبر سنا فقد تساوت تقريبا عندهم جميع الخيارات. لأنهم أكثر تفهما لمن يقبلون ومن يرفضون، وتختلف ارتباطاتهم وأعمالهم لذلك توزعت خياراتهم.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تجاهل بعض الزملاء في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 116.776 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين تجاهل بعض الزملاء في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في تجاهل بعض الزملاء في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم بين مختلف فئات الأعمار.

1-4-4- تتجاهل بعض زملائك في الدراسة عند تصفحك الفايسبوك ولا تطلب صداقتهم:

الجدول رقم (116): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند

تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	52	17.3%
أحيانا	155	51.7%
أبدا	93	31%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (116): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم وهم 155 مبحوثا بنسبة 51.7%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أبدا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ويطلبون صداقتهم وهم 93 مبحوثا بنسبة 31%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائما ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم وهم 52 مبحوثا بنسبة 17.3%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية عينة الدراسة أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم، وما يقارب ثلثهم لا يتجاهلون أبدا ذلك، وسُدسهم تقريبا دائما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم وهذا التوزيع يقارب التوزيع مع زملاء العمل. ونفس ذلك أن العلاقات تختلف في المستوى حتى بين الأصدقاء، لذلك يتجاهل أغلب المبحوثين بعض زملائهم في الدراسة عند تصفح الفايسبوك لأن علاقتهم معهم سطحية أو قد تكون علاقة عدم تفاهم أو حتى عداوة، لأن الزميل يبقى زميل مهما كان مستوى العلاقة، وتختلف طبائع الناس بين مسالم أو اجتماعي وبين عدواني، وبالتالي تختلف ردود أفعالهم تجاه زملائهم بين التقارب والتنافر.

الجدول رقم (117): يمثل توزيع أفراد العينة حول تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم وفق متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكر		البدائل
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
100%	52	51.92%	27	48.08%	25	دائما
100%	155	80%	124	20%	31	أحيانا
100%	93	22.58 %	21	77.42%	72	أبدا
100%	300	57.3 %	172	42.7 %	128	المجموع
درجة الحرية=2		مستوى الدلالة=0.000		قيمة كاف مربع= 76.816		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (117) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم هم إناث بنسبة 80%، بينما

نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم من الذكور 20%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ويطلبون صداقتهم هم ذكور بنسبة 77.42%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ويطلبون صداقتهم من الإناث 22.58%، ونجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم هم إناث بنسبة 51.92%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم من الذكور 48.08%.

من خلال الجدول يتضح أن أغلب الذكور لا يتجاهلون أبدا بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ويطلبون صداقتهم، بينما الإناث أغلبهن يتجاهلن أحيانا بعض زميلاتهن في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا يطلبن صداقاتهن، هذا إذا سلّمنا أنهن لا يدخلن في علاقات زمالة مع الذكور، لأن كما أشرنا أن مجتمع مدينة الوادي رغم دخول بعض الثقافات والتصرفات الغربية عليه، إلا أنه مازال محافظا في كثير من الأمور خاصة ما يتعلق باختلاط الذكور مع الإناث في العلاقات والصداقات. وحتى الإناث مع بعضهن ليست كل علاقات الزمالة بينهن إيجابية فقد تختلط أحيانا بالغيرة أو العداوة بينهن فيحدث التجاهل وعدم الرغبة في الصداقة عبر الفايسبوك. بينما الذكور أقل غيرة وحساسية بين بعضهم من الإناث فلذلك يقدم أكثرهم على طلب صداقة من يصادفهم من زملائهم.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 76.816 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (118): يمثل توزيع أفراد العينة حول تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تطلب صداقتهم وفق متغير السن

البدايل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائماً	29	55.77%	4	7.69%	19	36.54%	52	100%		
أحيانا	40	25.81%	94	60.64%	21	13.55%	155	100%		
أبداً	71	76.34%	2	2.15%	20	21.51%	93	100%		
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%		
		قيمة كاف مربع = 123.247		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4				

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (118) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 60.64%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم 25.81% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم 13.55% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبداً ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك بل يطلبون صداقتهم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 76.34%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبداً ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك بل يطلبون صداقتهم 21.51% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق ونجد نسبة المبحوثين الذين أبداً ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك بل يطلبون صداقتهم 2.15% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة. وفي حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائماً ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 55.77%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائماً ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم 36.54% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين

الذين دائما ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم 7.69% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

إذا قارنا نتائج هذا الجدول بالجدول رقم (15) الذي يخص زملاء العمل نجد أن النتائج متقاربة، حيث أقرّ أغلب ذوي الفئة الصغيرة بأنهم لا يتجاهلون أبداً، وهذا لأنهم حديثي العهد بالدراسة وما زالوا يعرفونهم، وهم عفويون أيضاً، بينما أغلب الفئة العمرية المتوسطة قالوا بالخيار أحياناً، أي حسب حالة العلاقة أو الخلفية التي يحملونها على ذلك الزميل وهم أكثر تحفظاً من الأصغر سناً، بينما كما ذكرنا من قبل عن الفئة العمرية الكبيرة قد مضى وقت عن دراستهم فيختلف انطباعهم عن زملائهم لذلك تساوت تقريباً خياراتهم حسب اختلاف حالاتهم وطبائعهم ومكانة كل زميل عندهم.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم والسّن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 123.247 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم والسّن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4 إذا توجد فروق في تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم بين مختلف فئات الأعمار.

1-4-5- حدث وأن صادقت زميلا لك في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك:

الجدول رقم (119): يوضح توزيع ونسبة العينة حول صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	144	48%
لا	156	52%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (119): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وهم 156 مبحوثا بنسبة 52%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وهم 144 مبحوثا بنسبة 48% وهي النسبة الأقل.

نستنتج من الجدول أن عينة الدراسة تقريبا انقسمت بالنصف بين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وبين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك. وهذا يبين أن التفاعل عبر الفايسبوك له دور في إحداث الصداقات بين زملاء العمل، رغم أن الكثيرين لم يؤدي بهم هذا التفاعل لإحداث صداقة، لكن يبقى مؤشرا خاصة للمستعدين لإقامة صداقات وليس بينهم أي خلفيات أو سوء تفاهم.

الجدول رقم (120): يمثل توزيع أفراد العينة حول صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	122	84.72%	22	15.28%	144	100%
لا	6	3.85%	150	96.15%	156	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة فاي = 0.898		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 1		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (120) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك هم إناث بنسبة 96.15% بينما نسبة المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك 3.85% من الذكور، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك هم ذكور بنسبة 84.72%، بينما نسبة المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك 15.28% من الإناث.

لقد كانت صداقة الذكور لزملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك واضحة، على عكس الإناث التي عرفت هذه الصداقة عزوفاً عند أغلبهن، يمكن تفسير ذلك كما أشرنا سابقاً، أن الذكور أكثر إقداماً لإقامة الصداقات عبر الفايسبوك خاصة مع الذين تعرفوا عليهم في الواقع، وزملاء العمل أقرب للصداقة بعد مخالطة بعضهم بالتواصل عبر الفايسبوك، فتتحول الزمالة إلى صداقة، لأن التقارب المتواصل حتى إن كان وسيطياً يحدث صداقة إذا توافقت الرؤى وانسجمت النفوس. أما الإناث دائماً متحفّظات لصداقة من لا يعرفنه كثيراً وخاصة المتزوجات، لأنهن يدركن جيداً أن الصداقة لها تبعات مثل التزاور في المناسبات والتقارب الدائم، وأغلب الإناث ليست لهن كل الحرية في التصرف ويخفن من رفض أوليائهن أو أزواجهن هاته الصداقة أو تلك.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.898 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1، إذا توجد فروق في صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (121): يمثل توزيع أفراد العينة حول صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	60	41.67%	52	36.11%	32	22.22%	144	100%			
لا	80	51.28%	48	30.77%	28	17.95%	156	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
قيمة كاف مربع = 284.615		مستوى الدلالة = 0.000		درجة							
الحرية = 2											

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (121) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 51.28%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك 30.77% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك 17.95% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 41.67%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك 36.11% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك 22.22% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

يتبين من خلال الجدول أن أغلب ذوي الفئة العمرية الأصغر لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك، وقد تحكم في ذلك غالبية الإناث في هذه الفئة. أما ذوي الفئة العمرية المتوسطة فقد تساوى تقريبا عدد المبحوثين بين الخيارين وكذلك بالنسبة لأصحاب الفئة العمرية الكبيرة، وبالتالي فقد تحكم التوزيع في هذا الجدول توجه الذكور والإناث، وتبقى خلاصة القول أن التوزيع بين الخيارين تقارب عند كل الفئات العمرية.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك والسّن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 284.615 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك والسّن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-4-6- حدث وأن صادقت زميلاً لك في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك:

الجدول رقم (122): يوضح توزيع ونسبة العينة حول صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	155	51.7%
لا	145	48.3%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (122): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وهم 155 مبحوثاً بنسبة 51.7%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وهم 145 مبحوثاً بنسبة 48.3% وهي النسبة الأقل.

على عكس صداقة زملاء العمل التي فاق فيها عدد الذين لم يصادقوا زملائهم قليلاً، أما بالنسبة لزملاء الدراسة فقد فاق عدد الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك، ولكن العدد متقارب كذلك. ويمكن تفسير ذلك بأن المبحوثين يتواصلون في الواقع مع زملائهم في الدراسة، ويكون أغلبهم من جهة واحدة ويعرفون بعضهم وبالتالي تؤدي كثرة التلاقي واقعيًا وافتراضياً إلى التقارب والصداقة، على عكس زملاء العمل قد يكون مكان السكن والعيش بعيداً عن مكان العمل فلا يتلاقون مباشرة إلا في مكان العمل، فيكونون أقل احتكاكاً وتفاعلاً.

الجدول رقم (123): يمثل توزيع أفراد العينة حول صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	123	79.35%	32	20.65%	155	100%
لا	5	3.49%	140	96.51%	145	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة فاي = 0.834	مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 1			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (123) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك هم ذكور بنسبة 79.35% بينما نسبة المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك 20.65% إناث، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك هم إناث بنسبة 96.51%، بينما نسبة المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك 3.49% ذكور.

دائماً الذكور أكثر إقداماً في الصداقات، وقد أقرّ أغلبهم حسب توزيع هذا الجدول كذلك أنهم حدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر فاييسبوك، فالذكور وخاصة الأصغر سناً يكون أصدقائهم أكثر بحكم التقارب بينهم لأوقات طويلة في أماكن الدراسة واللعب كذلك. بينما الإناث يتحفظن من كثرة الصداقات إلا مع قريبات لهن أو جارات في غالب الأحيان.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.834 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1، إذا توجد فروق في صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (124): يمثل توزيع أفراد العينة حول صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	68	43.87%	54	34.84%	33	21.29%	155	100%			
لا	72	49.66%	46	31.72%	27	18.62%	145	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
قيمة كاف مربع = 248.943		مستوى الدلالة = 0.000		درجة							
الحرية = 2											

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (124) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 43.87%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك 34.84% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك 21.29% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد كذلك أغلبية المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 49.66%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك 31.72% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك 18.62% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

من خلال توزيع الجدول يتضح أن أغلبية ذوي الفئة العمرية الصغيرة لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك، ويرجع ذلك لكثرة الإناث بفارق كبير على الذكور في هذه الفئة، وقد أوضحنا في الجدول السابق سبب عزوف الإناث عن كثرة الصداقات. وتبين من خلال الجدول أن أغلب ذوي الفئتان العمريتان الأكبر سنا صادقوا، وهذا لأن الذكور لهم الأغلبية في الفئة الأكبر سنا، وفي الأوساط سنا أغلب الإناث اللاتي صادقن مع كل الذكور.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 248.943 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين هذه الصداقة والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-4-7- تفاعل مع زملائك في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم في الواقع:

الجدول رقم (125): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	61	20.3%
أحياناً	147	49%
أبداً	92	30.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (125): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحياناً ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 147 مبحوثاً بنسبة 49% وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أبداً ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 92 مبحوثاً بنسبة 30.7%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائماً ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 61 مبحوثاً بنسبة 20.3%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين أحياناً ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع، ويمكن تفسير ذلك بأن عينة الدراسة في بعض الأحيان يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر مثلاً في حالات العطل أو في المهمات السفرية أو دراسة بعض المشاكل أو أمور تخص العمل تكون استثنائية فهم يبقون على تواصل لدراساتها والخوض فيها. أما الذين تفاعلهم في الواقع أكثر هذا بحكم التواجد الدائم في مكان

العمل ولوقت طويل. والقلّة الذين يتفاعلون عبر الفايسبوك أكثر يمكن لخصوصية عملهم وعدم التلاقي كثيرا مكان العمل فبعد الراحة يتواصلون لمعرفة أحوال بعضهم وما استجد عندهم.

الجدول رقم (126): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	29	47.54%	32	52.46%	61	100%
أحيانا	42	28.57%	105	71.43%	147	100%
أبدا	57	61.96%	35	38.04%	92	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 26.526		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (126) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع هم إناث بنسبة 71.43% بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع من الذكور 28.57%. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع هم ذكور بنسبة 61.96%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع من الإناث 38.04%. ونجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع هم إناث بنسبة 52.46%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع من الذكور 47.54%.

يتبين من خلال الجدول أن الذكور أكثر تفاعلا مع زملائهم في العمل بالواقع أكثر من تفاعل الإناث، واللاتي يتفاعلن مع زميلاتهن في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهن معهن في الواقع، ويمكن إرجاع ذلك إلى تفرغ الذكور بعد العمل إلى قضاء بعض الحاجيات خارج المنزل أو الجلوس مع الأقارب والأصدقاء والجيران ويتركون التواصل مع زملاء العمل عند

الرجوع للعمل إلا في بعض الحالات، بينما الإناث بعد الرجوع من العمل يجدن أنفسهن بين جدران البيت، فبعد القيام بلوازم البيت تتصفح الفايسبوك لتجد الصديقات وزميلات العمل يتبادلن المنشورات، فتدخل معهن لتبادل الحديث عن ظروف العمل وما جرى لكل واحدة يوم العمل، فالإناث أكثر رغبة من الذكور في إعادة الأحداث ورواية قصص بعضهن لبعض خاصة عن حوادث الدراسة والعمل والمناسبات العامة.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 26.526 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (127): يمثل توزيع أفراد العينة حول التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير السن

البدايل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائماً	36	59.02%	10	16.39%	15	24.59%	61	100%		
أحياناً	47	31.97%	75	51.02%	25	17.01%	147	100%		
أبداً	57	61.96%	15	16.30%	20	21.74%	92	100%		
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%		
		قيمة كاف مربع = 49.993		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4				

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (127) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحياناً ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 51.02%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحياناً ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 31.97% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحياناً ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل

عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 17.01% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 61.96% بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 21.74% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 16.30%، لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، وفي حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 59.02%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 24.59% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 16.39% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

يتضح من الجدول أن أغلب ذوي الفئة العمرية الأصغر تفاعلهم مع زملائهم في العمل واقعا أكثر من تفاعلهم معهم عبر الفاييسبوك، ويمكن أن يرجع ذلك إلى أن الأصغر سنا أعمالهم مؤقتة فلا يرتبطون مع زملاء العمل كثيرا. مع أن أصدقاءهم كثر فيتفرغون لهم خارج أوقات العمل. بينما نجد أن أغلب الفئتين العمريتين الأكبر سنا أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع، وهذا حسب ظروف العمل وكذلك لصدقتهم لبعضهم، لأن الأكبر سنا أعمالهم تكون مستقرة أكثر من صغار السن لذلك فارتباطاتهم مع زملاء العمل أكثر حيث يبقون أحيانا في تواصل حتى بعد نهاية وقت العمل.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 49.993 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4

إذا توجد فروق في التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع بين مختلف فئات الأعمار.

1-4-8- تفاعل مع زملائك في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلك معهم في

الواقع

الجدول رقم (128): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان التفاعل مع الزملاء في

الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	57	19%
أحيانا	153	51%
أبدا	90	30%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (128) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 153 مبحوثا بنسبة 51% وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أبدا ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 90 مبحوثا بنسبة 30%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائما ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 57 مبحوثا بنسبة 19%، وهي النسبة الأقل.

يتضح بأن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع، أي أنّ عينة الدراسة في بعض الأحيان يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك، أما تفاعلهم في الواقع يكون أكثر بحكم التلاقي شبه الدائم في مكان الدراسة. وما يقارب ثلث عينة الدراسة تفاعلهم دائما في الواقع أكثر من تفاعلهم عبر الفايسبوك، وقلة تفاعلهم عبر الفايسبوك أكثر، ومنه فتفاعل المبحوثين واقعا أكثر لكن يحتاجون من حين لآخر التواصل والتفاعل عبر الفايسبوك.

الجدول رقم (129): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل مع الزملاء في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائماً	29	50.88%	28	49.12%	57	100%
أحياناً	42	27.45%	111	72.54%	153	100%
أبداً	57	63.33%	33	36.67%	90	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 31.765		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (129) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحياناً ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع هم إناث بنسبة 72.54% بينما نسبة المبحوثين الذين أحياناً ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع من الذكور 27.45%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبداً ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع هم ذكور بنسبة 63.33%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبداً ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع من الإناث 36.67%، ونجد أغلب المبحوثين الذين دائماً ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع هم ذكور بنسبة 50.88%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائماً ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع من الإناث 49.12%.

لقد تقارب توزيع استجابات أفراد عينة الدراسة في نسبة التفاعل عبر الفايسبوك والواقع بين الذكور والإناث وحتى في التوزيع العام، وهذا يرجع كما أشرنا سابقاً، إلى مكوث الإناث في البيت وقلة تنقلهم بعد انتهاء الدوام، بينما الذكور يلتقون مع زملائهم حتى بعد الدراسة أو يتفرغون للعب خارجاً مع أصدقائهم أو التفرغ لحاجيات العائلة.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين التفاعل مع الزملاء في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 31.765 بمستوى

الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين هذا التفاعل والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في هذا التفاعل بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (130): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل مع الزملاء في الدراسة عبر الفاييسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير السن

البدايل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
دائماً	30	52.63%	7	12.28%	20	35.09%	57	100%	
أحيانا	53	34.64%	81	52.94%	19	12.42%	153	100%	
أبداً	57	63.33%	12	13.33%	21	23.33%	90	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
قيمة كاف مربع = 63.222		مستوى الدلالة = 0.000				درجة الحرية = 4			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (130) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 52.94%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 34.64% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 12.42% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبداً ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 63.33% بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبداً ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 23.33% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبداً ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 13.33%، لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة. ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين دائماً ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 52.63%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين

دائماً ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 35.09% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين الذين دائماً ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 12.28% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

يتضح من الجدول أن أغلب ذوي الفئة العمرية الأصغر تفاعلهم مع زملائهم في الدراسة واقعياً أكثر من تفاعلهم معهم عبر الفايسبوك، ويمكن أن يرجع ذلك إلى أن الأصغر سناً يتفرغون بعد الدراسة للعب وملاقة الأصدقاء أو أن زملاء الدراسة هم أصدقاء لهم أيضاً فيتلاقون مباشرة ولا يحتاجون كثيراً للتواصل عبر الفايسبوك. بينما نجد أن أغلب الفئة العمرية المتوسطة أحياناً ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع، وهذا حسب ظروف الدراسة من ناحية القرب والبعد وكذلك لصداقتهم لبعضهم. أما الفئة العمرية الأكبر سناً تساوى تقريباً توزيعهم بين مختلف الخيارات لأن حالاتهم تختلف وخاصة أنهم غادروا معظمهم مقاعد الدراسة، فهناك من يبقون في تواصل مع الفايسبوك دائماً لأن الانشغالات أو البعد مكانياً يحول دون التلاقي، ومنهم الجيران أو الأصدقاء الذين يتواصلون تواملاً مباشراً أكثر ومنهم أحياناً بين هذا وذاك.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين التفاعل مع الزملاء في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 63.222 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين التفاعل مع الزملاء في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4 إذا توجد فروق في التفاعل مع الزملاء في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع بين مختلف فئات الأعمار.

1-4-9- قَرَبُ الفايَسبوك من زملائك في العمل:

الجدول رقم (131): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان قد قَرَبُ الفايَسبوك بين زملاء العمل

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	171	75%
لا	129	43%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (131): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين قَرَبُهم الفايَسبوك من زملائهم في العمل وهم 171 مبحوثاً بنسبة 57%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لم يقَرَبُهم الفايَسبوك من زملائهم في العمل وهم 129 مبحوثاً بنسبة 43% وهي النسبة الأقل.

إن المتتبع لنتائج الجداول السابقة حول علاقات زملاء العمل والدراسة يستنتج تأثيرات الفايَسبوك الإيجابية في تحقيق التقارب بين الزملاء، وما قد وافقت استجابات أغلب أفراد عينة البحث ذلك، لأن التواصل الدائم ينتج عنه التقارب في الأحاسيس والعلاقات وبما أن المبحوثين يتواصلون مع زملائهم في العمل تواملاً مباشراً إضافة إلى التواصل عبر الفايَسبوك، فقد أحدث ذلك تقارباً لأن تواصل الفايَسبوك لا ينقطع حتى في العطل أو عند الانقطاع عن العمل. وهناك نسبة كبيرة من المبحوثين لم يقَرَبُهم الفايَسبوك، وهم المتحفظون من هذه العلاقات أو الذين لا يقيمون صداقات عبر الفايَسبوك مع زملائهم أصلاً.

الجدول رقم (132): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد قرب الفايَسبوك بين زملاء

العمل وفق متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكر		الجنس	البدايل
تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة		
171	100%	52	30.41%	119	69.59%		نعم
129	100%	120	93.02%	9	6.98%		لا
300	100%	172	57.3%	128	42.7%		المجموع
درجة الحرية=1		مستوى الدلالة=0.000		قيمة فاي=0.749			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (132) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في العمل هم ذكور بنسبة 69.59% بينما نسبة المبحوثين الذين قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في العمل من الإناث 30.41%، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في العمل هم إناث بنسبة 93.02%، بينما نسبة المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في العمل 6.98% هم ذكور.

يتّضح من خلال الجدول أن معظم الذكور قد قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في العمل، بينما الإناث أغلبهن لم يقربهن الفايسبوك من زميلاتهن في العمل، وقد لاحظنا هذا الفرق من الجداول السابقة لهذا المؤشر، وعللنا ذلك بأنهن يتحفظن في طلبات الصداقة وفي التّواصل خارج أوقات العمل، بينما الذكور يتواصل أغلبهم بكل عفوية ويقيمون الصداقات عبر الفايسبوك مع الذين يعرفونهم وفي أحيان كثيرة حت مع الذين لا يعرفونهم، وبالتالي يحدث هذا التّواصل التقريب في العلاقات بينما من لا يتواصلون تبقى علاقاتهم حسب ما هم عليه في الواقع.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تقرب الفايسبوك من الزملاء في العمل والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.749 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين تقرب الفايسبوك بين الزملاء في العمل والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1 إذا توجد فروق في تقرب الفايسبوك بين الزملاء في العمل بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (133): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد قرّب الفايسبوك بين الزملاء في العمل وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	98	57.31%	42	24.56%	31	18.13%	171	100%		
لا	42	32.56%	58	44.96%	29	22.48%	129	100%		
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%		
قيمة كاف مربع = 212.729		مستوى الدلالة = 0.000		درجة						
				الحرية = 2						

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (133) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في العمل من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 57.31%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في العمل 24.56% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في العمل 18.13% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في العمل من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 44.96%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في العمل 32.56% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في العمل 22.48% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

يتبين من خلال الجدول أن أغلب ذوي الفئة العمرية الأصغر قد قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في العمل لأن الشباب أكثر ارتباطاً في العلاقات مع زملائهم خاصة قبل الزواج. في حين نجد أغلب ذوي الفئة العمرية المتوسطة لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في العمل، مع أن نسبة كبيرة منهم قد قرّبهم لأن في هذه الفئة يختلط المتزوجون مع العازبين وبالتالي نجد فيهم المتفرغين للعلاقات الخارجية ومن يتحفظ منها كالإناث أو من الذكور الذين لا يرغبون في توسيع علاقاتهم. وكذلك ذوي الفئة العمرية الكبيرة قد تساوى تقريباً عدد الذين قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في العمل مع الذين لم يقربهم، وهذا يرجع كذلك إلى تحفظ الإناث منهم في العلاقات مع الزملاء، أو إلى ارتباط كبار الذكور بزملاء العمل إلى حد الصداقة تقريباً أو القلة منهم الذين يبتعدون عن المخالطات ولا يميلون إلى كثرة الصداقات.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تقريب الفايسبوك من الزملاء في العمل والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 212.729 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين تقريب الفايسبوك من الزملاء في العمل والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في تقريب الفايسبوك من الزملاء في العمل بين مختلف فئات الأعمار.

1-4-10- قريّب الفاييسبوك من زملائك في الدراسة:

الجدول رقم (134): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان قد قريّب الفاييسبوك بين الزملاء في الدراسة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	193	64.3%
لا	107	35.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (134): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين قريّبهم الفاييسبوك من زملائهم في الدراسة وهم 193 مبحوثاً بنسبة 64.3%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لم يقريّبهم الفاييسبوك من زملائهم في الدراسة وهم 107 مبحوثاً بنسبة 35.7% وهي النسبة الأقل.

ويتضح من خلال الجدول بأن زمالة الدراسة أقوى علاقة من زمالة العمل لدى عينة الدراسة حيث زاد عدد الذين قريّبهم الفاييسبوك من زملائهم في الدراسة ليلبغ قرابة ثلثي المبحوثين، ويمكن تفسير ذلك بأن زمالة الدراسة لدى الإناث أكثر ميولاً من زمالة العمل، وأنهن أكثر تفرّغاً مدّة الدراسة لصغر سنّهن وعدم ارتباطهن بالزواج، وكذلك علاقات الزمالة يحن لها الكبار لأنها تذكّرهم بالصغر والدراسة فيعودون إلى التواصل معهم وربط علاقات من جديد معهم وخاصة عند الذكور، إذن فالفايسبوك يُحيّ العلاقات القديمة بين زملاء الدراسة.

الجدول رقم (135): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد قريّب الفاييسبوك بين زملاء الدراسة وفق متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكر		البدائل
تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
193	100%	72	37.31%	121	62.69%	نعم
107	100%	100	93.46%	7	6.54%	لا
300	100%	172	57.3%	128	42.7%	المجموع
درجة الحرية=1		مستوى الدلالة=0.000		قيمة كاف مربع=0.642		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (135) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة هم ذكور بنسبة 62.69% بينما نسبة المبحوثين الذين قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة 37.31% من الإناث، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة هم إناث بنسبة 93.46%، بينما نسبة المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة 6.54% من الذكور.

كما أوضحنا خلال الجدول السابق لقد زاد عدد الإناث في تقرب الفايسبوك من زملاء الدراسة مقارنة بعددهن في التقرب من زمالة العمل بـ 20 مبحوثاً، بينما عدد الذكور ثابت تقريباً حيث زاد عددهم كذلك بـ 2 فقط، كما ذكرنا أن أغلب الذكور يقدمون على إقامة العلاقات وتجديد التعارف دون تحفظ أو خوف، بينما الإناث يحافظن على دائرة تعارف ضيقة بالنسبة لهن، وبالتالي أغلبهن لا يرون في تقرب الفايسبوك من زميلاتهن.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تقرب الفايسبوك بين الزملاء في الدراسة والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.642 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين تقرب الفايسبوك بين الزملاء في الدراسة والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1 إذا توجد فروق في تقرب الفايسبوك بين الزملاء في الدراسة بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (136): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد قرّب الفايسبوك بين زملاء الدراسة وفق متغير السن

البدائل	السن		من 26 إلى 36 سنة		من 15 إلى 25 سنة		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	110	56.99%	52	26.94%	193	100%	
لا	30	28.04%	48	44.86%	107	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	300	100%	
قيمة كاف مربع = 191.439 مستوى الدلالة = 0.000 درجة الحرية = 2							

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (136) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 56.99%، بينما نجد نسبة

المبحوثين الذين قربهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة 26.94% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين قربهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة 16.06% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 44.86%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة 28.04% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة 27.10% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

من خلال الجدول يتضح أن أغلب ذوي الفئة العمرية الصغيرة قد قرب الفايسبوك بينهم وبين زملائهم في الدراسة، لأن الأصغر سنا معظمهم يتواصلون مع زملائهم في الدراسة سواء كان ذكورا أم إناث لأن أغلبهم ما زالوا يزاولون الدراسة، حيث يعزز الفايسبوك تواصلهم وبالتالي تقاربهم أكثر. بينما الفئتان العمريتان المتوسطة والكبيرة تقارب عدد الذين قربهم الفايسبوك من زملاء الدراسة وبين من لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم وهذا للاختلاف بين الذكور والإناث، وبين من يزاول الدراسة ومن انقطع عنها.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تقرب الفايسبوك بين زملاء الدراسة والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 191.439 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين تقرب الفايسبوك بين زملاء الدراسة والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في تقرب الفايسبوك بين زملاء الدراسة بين مختلف فئات الأعمار.

1-4-11- أحدث تفاعلك عبر الفايسبوك مع زملائك في العمل مشاكل وعدادات:

الجدول رقم (137): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان قد أحدث التفاعل عبر

الفايسبوك مع زملاء العمل مشاكل وعدادات

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	35	11.7%
أحيانا	104	34.7%
أبدا	161	53.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (137) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أبدا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات وهم 161 مبحوثا بنسبة 53.7%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أحيانا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات وهم 104 مبحوثا بنسبة 34.7%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائما ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات وهم 35 مبحوثا بنسبة 11.7%، وهي النسبة الأقل.

يتضح من الجدول أن أغلبية المبحوثين أبدا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات، وهذا يدل على أن عينة الدراسة لديهم علاقات طيبة مع زملائهم في العمل وبالتالي لم يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مشاكل وعداوات. لكن ما يزيد عن ثلث المبحوثين أحيانا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات، وقلة منهم دائما ما يحدث ذلك التفاعل مشاكل وعداوات، وهذا يفسره الاختلاف في الطباع ومدى تقبل الآخر عند التماور والتفاوض في موضوع ما.

الجدول رقم (138): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد أحدث التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل مشاكل وعداوات وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	25	71.43%	10	28.57%	35	100%
أحيانا	93	89.42%	11	10.58%	104	100%
أبدا	10	6.21%	151	93.79%	161	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 259.789		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (138) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات هم إناث بنسبة 93.79% بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات من الذكو 6.21%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك

مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات هم ذكور بنسبة 89.42%، بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات من الإناث 10.58%، ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين دائما ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات هم ذكور بنسبة 71.43% بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات من الإناث 28.57%.

من خلال أرقام الجدول يتبين أن الذكور هم من يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات أكثر من الإناث، أما الإناث فأغلبهن لم يحدث بينهن وزميلاتهن مشاكل وعداوات بسبب التفاعل عبر الفايسبوك، وهذا طبعا لأن الذكور أكثر احتكاكا وتوصلا مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك، وهذا التواصل الدائم لا محالة يفضي بين الحين والآخر إلى تصادم في الآراء بينما الإناث أقل تفاعلا أو منعدم عند الكثيرات منهن مما، يتركز الفايسبوك إلا لتبادل التهاني أو نقل أخبار بينهن.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع الزملاء في العمل يحدث مشاكل وعداوات والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 259.789 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع الزملاء في العمل يحدث مشاكل وعداوات والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع الزملاء في العمل يحدث مشاكل وعداوات بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (139): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن أحدث التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء 10ذ العمل مشاكل وعداوات وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
دائما	15	42.86%	13	37.14%	7	20%	35	100%			
أحيانا	43	41.35%	35	33.65%	26	25%	104	100%			
أبدا	82	50.93%	52	32.30%	27	16.77%	161	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
قيمة كاف مربع = 296.007		مستوى الدلالة = 0.000				درجة الحرية = 4					

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (139) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أبدا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 50.93%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات 32.30% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات 16.77%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات من 15 إلى 25 سنة بنسبة 41.35%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات من 36 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات 25% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. ونجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات هم كذلك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 42.86%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات 37.14% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات 20% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

نلاحظ من خلال الجدول رغم الاختلاف في العدد بين مختلف فئات الأعمار إلا أن الأغلبية من كل فئة لم يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات، يليها عدد المبحوثين الذين أحيانا ما أحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات، ثم تليها النسبة الأقل من كل فئة من الذين دائما أحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات، وهذا إن دلّ عن شيء فإنما يدلّ على قلة حدوث المشاكل والعداوات بين مختلف الفئات العمرية بسبب التفاعل عبر الفايسبوك. وبما أن الفايسبوك فضاء للتفاعل الجماعي وخاصة في الجماعات المختلفة أو عند الردود على المناشير، فإن المتفاعلين خلاله يحسبون ألف حساب لما يكتبون أو يقولون لأنهم مراقبون من كل المتتبعين لذلك الموضوع أو غيره، وبالتالي هذا الاحترام المتبادل عبر الفضاء الأزرق يجعل المتفاعلين فيه أقل خصاما وتصادما بين بعضهم.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل في إحداث مشاكل وعداوات والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 296.007 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين هذا التفاعل عبر الفايسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل في إحداث مشاكل وعداوات بين مختلف فئات الأعمار.

1-4-12- أحدث تفاعلك عبر الفايسبوك مع زملائك في الدراسة مشاكل وعداوات:

الجدول رقم (140): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان قد أحدث التفاعل عبر

الفايسبوك مع زملاء الدراسة مشاكل وعداوات

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	33	11%
أحيانا	91	30.3%
أبدا	176	58.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (140) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أبدا لم يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات وهم 176 مبحوثا بنسبة 58.7%، وهي

النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أحيانا ما يحدث تفاعلهم عبر الفيسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات وهم 91 مبحوثا بنسبة 30.3%، ويليها عدد المبحوثين الذين دائما ما يحدث تفاعلهم عبر الفيسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات وهم 33 مبحوثا بنسبة 11%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح من خلال بيانات الجدول أن التفاعل عبر الفيسبوك بين أغلب أفراد عينة البحث مع زملائهم في الدراسة لم يحدث مشاكل وعداوات، مع أن هناك قلة أحدث معهم هذا التفاعل دائما مشاكل وعداوات، وهناك ما يقارب الثلث منهم أحيانا ما يحدث معهم التفاعل عبر الفيسبوك بين زملائهم مشاكل وعداوات. ويمكن تفسير ذلك بأن عينة الدراسة لديهم علاقات طيبة مع زملائهم في الدراسة بالتالي لا يحدث تفاعلهم عبر الفيسبوك معهم إلى مشاكل وعداوات سوى بعضا منهم لطباعهم الحادة أو لبعض المشاكل العابرة التي قد تحدث حتى مع التفاعل المباشر. حيث يمكن اعتبار الفيسبوك الوسيلة التي جمعت الزملاء بعد تفرقهم وربطتهم ببعضهم عند الابتعاد عن بعضهم، فرغم وجود بعض السلبيات فإن الإيجابيات أكثر حسب إحياء العلاقات وتوطيدها إلى صداقات.

الجدول رقم (141): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد أحدث التفاعل عبر الفيسبوك مع زملاء الدراسة مشاكل وعداوات وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	30	90.91%	3	9.09%	33	100%
أحيانا	81	89.01%	10	10.99%	91	100%
أبدا	17	9.66%	159	90.34%	176	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 204.375		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (141) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يحدث تفاعلهم عبر الفيسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات هم إناث بنسبة 90.34%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يحدث تفاعلهم عبر الفيسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات

من الذكور 9.66%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات هم ذكور بنسبة 89.01%، بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات من الإناث 10.99%، ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين دائما ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات هم ذكور بنسبة 90.91%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات من الإناث 9.09%.

يتبين من خلال الجدول أن الذكور قد أحدث التفاعل عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات، مقابل قلة من الإناث من أحدث عندهن هذا التفاعل مشاكل وعداوات بين زميلاتهن في الدراسة، لأن الذكور أكثر صداقات وتفاعلا عبر الفايسبوك مع بعضهم وكثرة التفاعل والاحتكاك يولد التشاحن سواء قليل أو كثير، أما الإناث فقلة مخالطتهن للبعيدات عنهن والاحتفاظ بالصدقات القريبات أو الجارات يكن في تقاهم واحترام بينهن.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة وإحداثه لمشاكل وعداوات والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 204.375 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين هذا التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة وإحداثه لمشاكل وعداوات والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة وإحداثه لمشاكل وعداوات بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (142): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن قد أحدث التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة مشاكل وعداوات وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
دائما	28	84.85%	3	9.09%	2	6.06%	33	100%	
أحيانا	28	30.77%	40	43.95%	23	25.28%	91	100%	
أبدا	84	47.73%	57	32.38%	35	19.89%	176	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
قيمة كاف مربع = 241.558		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4					

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (142) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 47.73%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات 32.38% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات 19.89%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 43.95%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات 30.77% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات 25.28% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 84.85%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات 9.09% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات 6.06% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

رغم اختلاف عدد توزيع أفراد عينة الدراسة في كل فئة من الفئات العمرية إلا أن الأغلبية من كل فئة لم يحدث التفاعل مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك مشاكل وعداوات، أي أن الذين أحدث معهم هذا التفاعل مشاكل لم يجتمعوا في فئة واحدة سوى الذين قالوا بالخيار دائما كان معظمهم من الفئة العمرية الصغيرة، هذا لأن أصحاب هذه الفئة يضمنون الصغار الاندفاعيين الذين لا يقدرّون الرأي الآخر وأحيانا يريدون فرض وجودهم وآرائهم على الآخرين، أما ذوي الفئات العمرية الأكبر فقد قل عدد الذين أحدث التفاعل عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل أو عداوات، وهذا لأنهم من الكبار الذين يقدرّون آراء غيرهم ويتقبلون الرأي الآخر، زيادة على أن ارتباطاتهم محدودة وتكون أقل من الصغار في ذلك.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة في إحداث مشاكل وعداوات والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 241.558 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة في إحداث مشاكل وعداوات والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة في إحداث مشاكل وعداوات بين مختلف فئات الأعمار.

1-4-13- تفاعلك عبر الفايسبوك مع زملائك في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلك معهم في الواقع:

الجدول رقم (143): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	53	17.7%
أحيانا	110	36.7%
أبدا	137	45.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (143): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أبدا ما تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 137 مبحوثا بنسبة 45.7%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أحيانا ما تفاعلهم عبر الفايسبوك مع

زملائهم في العمل يكون أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 110 مبحوثا بنسبة 36.7%، يليها عدد المبحوثين الذين دائما ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 53 مبحوثا بنسبة 17.7%، وهي النسبة الأقل.

يتضح من خلال الجدول بأن أغلبية المبحوثين تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل لا يكون أبدا أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع، لكنهم أقل من النصف، وأكثر من نصف المبحوثين أقروا بأنه أحيانا أو دائما يكون التفاعل مع زملائهم عبر الفايسبوك أكثر صراحة وجرأة، ويمكن تفسير ذلك بأن اختفاء اللقاء المباشر ينزع عن الإنسان الاحتشام الزائد في الرد، فيكون الإنسان أكثر جرأة ويصرح بأشياء لا يستطيع قولها عند التقابل وجها لوجه، أما الصرحاء فإنهم لا يحتاجون للتخفي خاصة الذين لديهم علاقات وطيدة في الواقع مع زملائهم في العمل.

الجدول رقم (144): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	47	88.68%	6	11.32%	53	100%
أحيانا	74	67.27%	36	32.73%	110	100%
أبدا	7	5.11%	130	94.89%	137	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 202.447		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (144) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أبدا ما التفاعل عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع هم إناث بنسبة 94.89% بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما التفاعل عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع من الذكور بنسبة 5.11%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أحيانا تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من

تفاعلهم معهم في الواقع هم ذكور بنسبة 67.27%، بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع من الإناث بنسبة 32.73%، ونجد أغلب المبحوثين الذين دائما تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع هم ذكور بنسبة 88.68%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع من الإناث 11.32%.

يتبين من خلال الجدول أن الذكور أكثر جرأة وصراحة مع زملائهم في العمل عند تفاعلهم عبر الفايسبوك، أما الإناث فلم يكن تفاعلهم عبر الفايسبوك أكثر جرأة وصراحة من التفاعل معهم في الواقع، ويمكن أن يرجع هذا الاختلاف إلى أن الذكور يتعاملون مع بعضهم في الواقع بشيء من التوقير والاحتشام بينما التفاعل عبر الفايسبوك أتاح لهم الفرصة ليعبروا عن حقيقة ما بداخلهم بعيدا عن أعين زملائهم ومواجهتهم، بينما الإناث يصارحن بعضهن ولا تتخلى الواحدة منهن على حقها بالدفاع أو الهجوم حتى تظهر في موطن قوة لأن الغيرة بينهن تجعل كل واحدة جريئة وصريحة في كل الأمور.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 202.447 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (145): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير السن

البدايل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
دائما	9	16.98%	16	30.19%	28	52.83%	53	100%	
أحيانا	46	41.82%	38	34.54%	26	23.64%	110	100%	
أبدا	85	62.04%	46	33.58%	6	4.38%	137	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
		قيمة كاف مربع = 231.243		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (145) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أبدا لم يكن تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 62.04%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا لم يكن تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 33.58% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا لم يكن تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 4.38% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 41.82%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 34.54% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 23.64%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، وفي حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع هم من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بنسبة 52.83%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 30.19% من ذوي الأعمار من 26

إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين دائماً ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 16.98% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة.

يتضح من خلال الجدول أن الأصغر سناً أكثر صراحة وجرأة في الواقع مع زملائهم في العمل، وأحياناً يكون عند بعضهم الصراحة والجرأة عبر الفايسبوك أكثر من الواقع، بينما الأكبر سناً عكس ذلك، ويمكن إرجاع ذلك أن الشباب لا يبالون كثيراً بمشاعر زملائهم إذا تأذوا من صراحتهم معهم فالمهم عندهم هو إثبات ذاته والتعصب لرأيه، بينما الكبار يتغاضون عن زلات بعضهم ولا يميلون إلى التجريح عندما يتفاعلون وجهاً لوجه، ويجدون في التخفي وراء صفحات الفايسبوك رغبتهم في الصراحة وتوصيل ما لم يستطيعوا قوله عند التفاعل مباشرة.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 231.243 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع بين مختلف فئات الأعمار.

1-4-14- تفاعلك عبر الفايسبوك مع زملائك في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلك معهم في الواقع:

الجدول رقم (146): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع

زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	60	20%
أحياناً	123	41%
أبداً	117	39%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (146) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين أحيانا ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 123 مبحوثا بنسبة 41%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أبدا لم يكن تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 117 مبحوثا بنسبة 39%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائما ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 60 مبحوثا بنسبة 20% وهي النسبة الأقل.

يتضح من خلال معطيات الجدول أن الفايسبوك سهل لزملاء الدراسة المصارحة بينهم لأن أكثر من نصفهم قالوا بأن الفايسبوك إما أحيانا أو دائما يكون التفاعل عبره أكثر صراحة وجرأة من الواقع، لأن أغلب زملاء الدراسة يحترمون بعضهم لأنهم دائمي التلاقي بينهم وفيهم الكثير تكون بينهم قرابة أو جيرة، فيخجلون من بعض المصارحة والجرأة وجها لوجه معهم، لكن الكتابة وراء صفحات الفايسبوك يقلل هذا الاحتشام ويوحون بما في صدورهم ولو بالتلميح. ونجد نسبة كبيرة أقرت أن التفاعل عبر الفايسبوك لم يكن أكثر صراحة وجرأة مع زملائهم من تفاعلهم معهم في الواقع، وهم الأقل استخداما للفايسبوك أو الصرحاء واقعيا، فلا يغيّر فيهم إن تخفوا وراء صفحات الفايسبوك.

الجدول رقم (147): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	48	80%	12	20%	60	100%
أحيانا	73	59.35%	50	40.65%	123	100%
أبدا	7	5.98%	110	94.02%	117	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 175.700	مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (147) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع هم ذكور بنسبة 59.35% بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع من الإناث 40.65%. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا لم يكن تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع هم إناث بنسبة 94.02%، بينما نسبة المبحوثين الذين لم يكن تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع من الذكور 5.98%، ونجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع هم ذكور بنسبة 80%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع من الإناث 20%.

لقد تقارب توزيع هذا الجدول مع الجدول الذي يوزع هذا المتغير مع زملاء العمل، حيث أثر التفاعل عبر الفايسبوك في الذكور ليكونوا أكثر صراحة وجرأة مع زملائهم من التفاعل معهم في الواقع، بينما أغلب الإناث لم يكن التفاعل عبر الفايسبوك مع زميلاتهن أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع، أي أنهن صريحات مع زميلاتهن حتى في الواقع وقد فسرنا هذا التباين بين الجنسين في الجدول رقم (144).

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين ما إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 175.700 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين ما إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق فيما إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (148): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير السن

البدايل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
دائما	40	66.67%	2	3.33%	18	30%	60	100%	
أحيانا	56	45.53%	44	35.77%	23	18.70%	123	100%	
أبدا	44	37.61%	54	46.15%	19	16.24%	117	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
قيمة كاف مربع = 218.794		مستوى الدلالة = 0.000				درجة الحرية = 4			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (148) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أحيانا ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 45.53%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 35.77% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 18.70% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا لم يكن تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 46.15%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا لم يكن تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 37.61% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يكن تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 16.24% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. وفي حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائما تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 66.67%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 30% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، بينما نجد

نسبة المبحوثين الذين دائماً تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 3.33% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

لقد توزّع ذوي الفئة العمرية الأصغر بين مختلف الخيارات مع أغلبية لمن أجابوا بالخيار "أحياناً"، بينما أغلب ذوي الفئة العمرية المتوسطة لم يكن التفاعل عبر الفايسبوك عندهم أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع، أي أنهم يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة بكل صراحة في الواقع، أما ذوي الفئة العمرية الكبيرة فقد أجاب أغلبهم أنه أحياناً يكون التفاعل عبر الفايسبوك أكثر صراحة وجرأة مع زملائهم الدراسة من التفاعل معهم في الواقع، أي أنهم يتصارعون فيما بينهم لكن في بعض القضايا تتطلب الصراحة أن يكونوا غير متقابلين وجهاً لوجه لأنهم يخجلون من ذلك.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 218.794 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع بين مختلف فئات الأعمار.

1-4-15- شُكِّلت مع زملائك في العمل مجموعة عبر الفايسبوك:

الجدول رقم (149): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع

الزملاء في العمل

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	170	56.7%
لا	130	43.3%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (149) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين شكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك وهم 170 مبحوثاً بنسبة 56.7%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد

المبحوثين الذين لم يشكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك وهم 130 مبحوثاً بنسبة 43.3% وهي النسبة الأقل.

يتضح من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين شكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك، ويمكن تفسير ذلك بأن المبحوثين يتواصلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك، فهم يحتاجون إلى معرفة كل جديد حول عملهم ويتفاهمون فيما بينهم على كل خطوة يقدمون عليها لتوحيد كلمتهم، وبالتالي يشكّلون مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك. وهذا يبين الخدمات التي يقدمها الفايسبوك في تشكيل المجموعات ذات الاهتمام المشترك، وهي من الميزات الهامة لتطبيق الفايسبوك التي استقطب بها المستخدمين. وهناك نسبة كبيرة من عينة البحث لم يشكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك، وربما يرجع ذلك لعدم الاستقرار في العمل، أو لتحفظات الإناث من الاشتراك في هاته المجموعات.

الجدول رقم (150): يوضح العمل وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		ذكر	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	127	74.71%	43	25.29%	170	100%
لا	1	0.77%	129	99.23%	130	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 0.741 مستوى الدلالة = 0.000 درجة الحرية = 1						

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (150) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين شكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك هم ذكور بنسبة 74.71% بينما نسبة المبحوثين الذين شكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك من الإناث 25.29%، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يشكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك هم إناث بنسبة 99.23%، بينما نسبة المبحوثين الذين لم يشكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك من الذكور 0.77%.

الواضح من معطيات الجدول أن معظم الذكور إن لم نُقل كلهم مشاركين في مجموعات مع زملائهم في العمل، بينما أغلبية الإناث لم يشكلن أو يشاركون في مجموعات مع زملاء العمل، وهذا يفسره طبيعة الجنسين في المجتمع المسلم أن الإناث يتجنبن الاختلاط مع الذكور حتى في المجموعات الافتراضية، بينما الذكور يفضلون الانضمام لمثل هذه المجموعات.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تشكيل مع زملاء العمل مجموعة عبر الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.741 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1 إذا توجد فروق في تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (151): يمثل توزيع أفراد العينة حول تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	72	42.35%	57	33.53%	41	24.12%	170	100%			
لا	68	52.31%	43	33.08%	19	14.61%	130	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
		قيمة كاف مربع = 208.848				مستوى الدلالة = 0.000				درجة الحرية = 2	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (151) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين شكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 42.35%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين شكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك 33.53% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين شكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك 24.12% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. ونجد كذلك أغلبية المبحوثين الذين لم يشكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 52.31%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يشكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك 33.08% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة،

ونجد نسبة المبحوثين الذين لم يشكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك 14.61% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

نلاحظ من خلال الجدول أن الأغلبية في كل فئة عمرية قد شكّلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك ولكن بنسب مختلفة، وهم من الذكور طبعاً حسب توزيع الجدول السابق، مما يدل على أن جميع الفئات العمرية تشارك في مجموعات العمل، لما تقدمه هذه المجموعات من معلومات على المستجدات التي تخص العمل أو الزملاء.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع زملاء في العمل والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 208.848 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع زملاء في العمل والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع زملاء في العمل بين مختلف فئات الأعمار.

1-4-16- شُكِّلَت مع زملائك في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك:

الجدول رقم (152): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع الزملاء في الدراسة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	190	63.3%
لا	110	36.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (152) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين شكّلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك وهم 190 مبحوثاً بنسبة 63.3%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لم يشكلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك وهم 110 مبحوثاً بنسبة 36.7% وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين شكّلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك ويمكن تفسير ذلك بأن المبحوثين الذين يزاولون الدراسة هم من الفئة الغالبة لعينة البحث،

وبالتالي كان عدد الذين شكّلوا مجموعات عبر الفايسبوك أكثر من زملاء العمل لأن الأصغر سناً أكثر تعاملًا بوسائل الاتصال الحديثة من الفئة الأكبر منهم وخاصة الذكور، وفي السنوات الأخيرة بدأت الإناث ينخرطن في المجموعات الخاصة بهن ثم حتى في المجموعات العامة والتي دوماً تشترط الاحترام في التعليقات وعدم التجريح أو الإهانة أو حتى اللغو، فيحـكفون من يتعدى على بنود المجموعة، وأكد سيزداد عدد الإناث في الانخراط وتشكيل المجموعات لأنها تجعل الفرد على علم بمستجدات الدراسة أو العمل وبالتالي إدراك أي جديد أو طارئ في أوانه.

الجدول رقم (153): يمثل توزيع أفراد العينة حول تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع الزملاء في الدراسة وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	118	62.11%	72	37.89%	190	100%
لا	10	9.09%	100	90.91%	110	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة فاي = 0.656		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 1		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (153) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين شكّلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك هم ذكور بنسبة 62.11%، بينما نسبة المبحوثين الذين شكّلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك 37.89% من الإناث. في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يشكّلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك هم إناث بنسبة 90.91%، بينما نسبة المبحوثين الذين لم يشكّلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك 9.09% من الذكور.

إنّ فالذكور دائماً أكبر نسبة من الإناث في تشكيل المجموعات عبر الفايسبوك بين زملاء العمل والدراسة، لأن الذكور بطبيعتهم أكثر طلاقة وحرية من الإناث خاصة في المجتمعات المسلمة، لأن الإناث ملزمات بعدم الاختلاط الذي قد يؤدي إلى تجاوزات، لذلك نجد الكثير منهن يبتعدن عن الاختلاط مع الذكور حتى في المجموعات الافتراضية، خاصة المتزوجات

حتى لا تكتشف هويتهم من خلال التعليقات التي قد ينتج عنها مضايقات من طرف بعض الذكور الذين كان معهم تعارف سابقا.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تشكيل مع زملاء في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.656 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين تشكيل مع زملاء في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1 إذا توجد فروق في تشكيل مع زملاء في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (154): يمثل توزيع أفراد العينة حول تشكيل مع زملاء في الدراسة مجموعة

عبر الفايسبوك وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	107	56.32%	50	26.31%	33	17.37%	190	100%		
لا	33	30%	50	45.45%	27	24.55%	110	100%		
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%		
		قيمة كاف مربع = 192.344		مستوى الدلالة = 0.000		درجة				

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (154) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين شكلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 56.32% بينما نجد نسبة المبحوثين الذين شكلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك 26.31% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين شكلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك 17.37% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يشكلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 45.45%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يشكلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك 30% من ذوي الأعمار من 15 إلى

25 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يشكلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك 24.55% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

نلاحظ من خلال معطيات الجدول واستنادا إلى الجدول الذي قبله أن ذوي الفئة العمرية الأصغر أغلبهم شكّلوا مجموعات مع زملائهم في الدراسة بما فيهم النسبة الكبيرة من الإناث، مما يبين أن الجيل الجديد من الإناث أكثر تحررا من سابقه فيما يخص الانخراط في المجموعات الافتراضية وربما قد يؤدي حتى للواقعية منها وهو ما نلاحظه وفي تزايد مستمر، فالعولمة أثرت بشكل مباشر وغير مباشر. ونجد من خلال الجدول أن النسب متطابقة عند الفئة العمرية الوسطى ومتقاربة عند الفئة الأكبر، وهذا لقلة مشاركتهم في تشكيل المجموعات وخاصة الإناث منهم، زيادة على ذلك فيهم من غادر الدراسة منذ وقت طويل، ولم تكن توجد وقتئذ المجموعات الافتراضية، ولم يفكروا في جمع زملائهم القدامى في الدراسة حاليا.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تشكيل مع زملاء في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 192.344 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين تشكيل مع زملاء في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في تشكيل مع زملاء في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-4-17- الفايسبوك زاد من توطد علاقتك بزملاء العمل:

الجدول رقم (155): يوضح توزيع ونسبة العينة حول ما إن قد زاد الفايسبوك من توطد

العلاقتك بزملاء العمل

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	160	53.3%
لا	140	46.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (155) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء العمل وهم 160 مبحوثا بنسبة 53.3%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين

الذين لم يزد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء العمل وهم 140 مبحوثًا بنسبة 46.7% وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين زاد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء العمل، ويمكن تفسير ذلك بأن المبحوثين يتواصلون مع زملائهم في العمل بشكل مستمر عبر الفايسبوك في المجموعة المخصّصة لهم أو عبر الخاص في صفحاتهم، مما أدى إلى توطيد علاقتهم ببعض، لأن الفايسبوك سهل التواصل عبره لجميع المشاركين وبشتى الطرق، لأن التواصل والتقارب المستمر يوطد العلاقة بين المتواصلين، لأنهم يصبحون على دراية بكل جديد بينهم حتى على مستوى الحياة الخاصة فينتج عنه التزاور والتضامن فيما بينهم. أما لم توطّد علاقتهم فقد يكونون غير منخرطين في المجموعات مع زملائهم، أو من الذين يفضلون الانعزال وعدم المخالطة وخاصة الإناث والجدول الموالي يوضح ذلك.

الجدول رقم (156): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن قد زاد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء العمل وفق متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكر		الجنس
		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	البدائل
%100	160	%32.5	52	%67.5	108	نعم
%100	140	%85.71	120	%14.29	20	لا
100%	300	57.3 %	172	42.7 %	128	المجموع
درجة الحرية=1		مستوى الدلالة=0.000		قيمة كاف مربع= 0.807		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (156) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين زاد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء العمل هم ذكور بنسبة 67.5% بينما نسبة المبحوثين الذين زاد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء العمل 32.5% من الإناث، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء العمل هم إناث بنسبة 85.71%، بينما نسبة المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء العمل 14.29% هم ذكور.

يتبين من خلال الجدول أن أغلب الذكور قد زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملائهم في العمل، على العكس من الإناث اللاتي أغلبهن لم يزد الفايسبوك من توطد علاقتهن بزميلاتهن، وقد فسرنا هذا الاختلاف بين مشاركة الذكور والإناث في التفاعلات المختلفة عبر الفايسبوك ومنها تشكيل المجموعات.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء العمل والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.807 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء العمل والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1 إذا توجد فروق في زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء العمل بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (157): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن قد زاد الفايسبوك من توطد العلاقة بزملاء العمل وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	106	66.25%	20	12.5%	34	21.25%	160	100%			
لا	34	24.29%	80	57.14%	26	18.57%	140	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
قيمة كاف مربع = 235.714		مستوى الدلالة = 0.000		درجة							

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (157) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء العمل من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 66.25%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء العمل 21.25% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. بينما نجد نسبة المبحوثين الذين زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء العمل 12.5% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء العمل من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 57.14%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء

العمل 24.29% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء العمل 18.57% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

يتضح من خلال الجدول أن الفئة الأصغر أغلبهم قد وُطد الفايسبوك من علاقتهم بزملائهم في العمل، لأنهم أكثر تواصلًا عبر الفايسبوك وكما أشاروا بمشاركة أغلبهم في المجموعات المهنية بينهم بما فيهم الإناث. بينما الفئة العمرية المتوسطة أغلبهم لم يزد الفايسبوك من توطيد علاقتهم بزملائهم، لأن أغلب هذه الفئة إناث وهن أقل تفاعلًا عبر الفايسبوك من الذكور فلذلك لا يؤثر الفايسبوك في علاقتهم. ونجد أغلب الفئة الأكبر والتي أغلبها ذكور قد زاد الفايسبوك من توطيد علاقتهم بزملائهم في العمل عند أغلبهم.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء العمل والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 235.714 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء العمل والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء العمل بين مختلف فئات الأعمار.

1-4-18- الفايسبوك زاد من توطد علاقتك بزملاء الدراسة:

الجدول رقم (158): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان قد زاد الفايسبوك من توطد

العلاق بين زملاء الدراسة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	172	57.3%
لا	128	42.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (158) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة وهم 172 مبحوثًا بنسبة 57.3%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة وهم 128 مبحوثًا بنسبة 42.7% وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين زاد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء الدراسة، ويمكن تفسير ذلك بأن المبحوثين يتواصلون مع زملائهم في الدراسة بشكل مستمر ودائم عبر صفحات الفيسبوك والمجموعات الدراسية فيما بينهم مما أدى إلى توطيد علاقتهم، وقد كان العدد أكبر من الذين توطدت علاقتهم مع زملاء العمل، لأن التواصل بين المتدربين أصبح من الأمور الضرورية خاصة على مستوى طلبة الجامعة لتتبع كل جديد، والتواصل بينهم وإفادة بعضهم بعض يقرب بينهم ويجعلهم دائمي التواصل مما يوطّد علاقتهم.

الجدول رقم (159): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن قد زاد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء الدراسة وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	120	69.77%	52	30.23%	172	100%
لا	8	6.25%	120	93.75%	128	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 0.744		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 1		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (159) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين زاد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء الدراسة هم ذكور بنسبة 69.77%، بينما نسبة المبحوثين الذين زاد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء الدراسة 30.23% من الإناث، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء الدراسة هم إناث بنسبة 93.75%، بينما نسبة المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء الدراسة 6.25% من الذكور.

بيّن توزيع هذا الجدول كذلك أن معظم الذكور قد زاد الفايسبوك من توطيد علاقتهم بزملائهم في الدراسة، بينما الإناث فأغلبهن لم يزد الفايسبوك من توطيد علاقتهم بزميلاتهن في الدراسة، لأن الذكور أكثر تواسلاً مع زملائهم، وهم كذلك أكثر استقراراً من الإناث، حيث يبقى الذكور غالباً في سكن واحد، بينما يتفرقن الإناث بعد الزواج إلى أماكن عدة، وبالتالي يبتعدن عن زميلاتهن ويصعب البحث عنهن والتلاقي حتى عبر الفايسبوك إلا من باب الصدفة.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء الدراسة والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.744 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء الدراسة والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1 إذا توجد فروق في زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء الدراسة بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (160): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن قد زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	105	61.05%	32	18.60%	35	20.35%	172	100%			
لا	35	27.34%	68	53.13%	25	19.53%	128	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
قيمة كاف مربع = 211.047		درجة الحرية = 2		مستوى الدلالة = 0.000				درجة			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (160) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 61.05%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة 20.35% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين الذين زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة 18.60% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 53.13%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة 27.34% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة 19.53% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب ذوي الفئة العمرية الأصغر قد زاد الفايسبوك من توطيد علاقتهم بزملاء الدراسة، لأنهم الأكثر تواصلًا عبر الفايسبوك وأنهم ما زال أغلبهم يزاول الدراسة أو حديثي العهد بمغادرة الدراسة، حيث يبقون على تواصل في المجموعات التي أنشأوها حتى بعد مغادرة الدراسة. بينما نجد أغلب ذوي الفئة العمرية الوسطى لم يزد الفايسبوك من توطيد علاقتهم بزملائهم في الدراسة، لأن أغلبهم من الإناث واللاتي تواصلهن قليل ومشاركتهن في المجموعات عبر الفايسبوك كذلك ناقصة خاصة الأكبر سنا منهن. ونجد أغلب الفئة العمرية الأكبر قد زاد الفايسبوك من توطيد علاقتهم، هذا لأن الذكور هم الأغلب فيها وهم يتواصلون دائما عبر الفايسبوك وقد شكلوا مجموعات للتواصل مع زملائهم.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء الدراسة والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 211.047 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء الدراسة والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء الدراسة بين مختلف فئات الأعمار.

1-4-19- دامت علاقتك بزملاء لك كانوا في العمل بسبب الفايسبوك:

الجدول رقم (161): يوضح توزيع ونسبة العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل

بسبب الفايسبوك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	190	63.3%
لا	110	36.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (161) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك وهم 190 مبحوثا بنسبة 63.3%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك وهم 110 مبحوثا بنسبة 36.7% وهي النسبة الأقل.

يتضح بأن أغلبية المبحوثين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفيسبوك ويمكن تفسير ذلك بأن المبحوثين بقوا على تواصل عبر الفيسبوك مع زملائهم الذين غادروا العمل، أو إن غادروا هم العمل، لأن التواصل المستمر وتتبع أخبار بعضهم يُديم العلاقة وقد تتطور إلى صداقة أو نسب بسبب التفاعل الدائم والتقرب في معرفة حياة بعضهم الشخصية.

الجدول رقم (162): يمثل توزيع أفراد العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب

الفيسبوك وفق متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكر		البدائل
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%100	190	%37.89	72	%62.11	118	نعم
%100	110	%90.91	100	%9.09	10	لا
100%	300	57.3 %	172	42.7 %	128	المجموع
درجة الحرية=1		مستوى الدلالة=0.000		قيمة كاف مربع= 0.656		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (162) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفيسبوك هم ذكور بنسبة 62.11%، بينما نسبة المبحوثين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفيسبوك 37.89% من الإناث، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفيسبوك هم إناث بنسبة 90.91%، بينما نسبة المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفيسبوك 9.09% من الذكور.

يتبين من خلال الجدول أن أغلبية الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفيسبوك من الذكور بينما أغلبية الإناث لم يكن الفيسبوك سببا في دوام علاقتهم بزميلات لهن كن في العمل، هذا لأن الذكور يقيمون علاقات مع زملاء العمل أكثر من الإناث وهم أكثر انخراطا في مجموعات العمل أكثر من الإناث، بينما الإناث لا تهمن زمالة العمل كثيرا، وقد ينسون من يعملون معهم بمجرد مغادرة مؤسسة العمل.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.656 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1 إذا توجد فروق في دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (163): يمثل توزيع أفراد العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفايسبوك وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	110	57.89%	48	25.26%	32	16.84%	190	100%	
لا	30	27.27%	52	47.27%	28	25.46%	110	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
		قيمة كاف مربع = 192.344		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (163) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 57.89%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك 25.26% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك 16.84% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 47.27%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك 27.27% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك 25.46% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

لقد كانت الفئة العمرية الأصغر متأثرة دائماً بالتفاعل عبر الفايسبوك، حيث أقرّ أغلبهم هذه المرة كذلك بأنهم قد دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك، لأنه كما

أشرنا سابقا أن التواصل والتفاعل الدائم عبر الفايسبوك هو الذي ينتج التأثيرات المختلفة من اتصال بعدي ومنه إلى الاستمرارية في التقارب، بينما نجد الفئتين العمريتين الوسطى والكبرى تتقارب النسب بين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك، وبين الذين لم تدم لهم علاقة بسبب الفايسبوك، لأن الأكبر سنا يميلون إلى العلاقات المباشرة أكثر من العلاقات الافتراضية وخاصة الإنانث، لأنهن يرين أن التواصل الدائم يؤدي إلى التسبب وكثرة العلاقات التي يرفضها الأب أو الزوج، وبالتالي لم يتأثرن كثيرا في علاقات الزمالة عبر الفايسبوك.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفايسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 192.344 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفايسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفايسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-4-20- دامت علاقتك بزملاء لك كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك:

الجدول رقم (164): يوضح توزيع ونسبة العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	212	70.7%
لا	88	29.3%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (164): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك وهم 212 مبحوثا بنسبة 70.7%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك وهم 88 مبحوثا بنسبة 29.3% وهي النسبة الأقل.

يتضح من خلال الجدول بأن أغلبية المبحوثين والذي فاق الثلثين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك ويمكن تفسير ذلك بأن المبحوثين يتواصلون مع زملائهم

في الدراسة باستمرار مما أدى إلى دوام العلاقات بينهم، وأن الدراسة تستقطب العلاقات بين الزملاء أكثر من العمل خاصة عند الفئات العمرية الأصغر، وأن علاقات الدراسة تستهوي الإناث كذلك لأنهن ما زلن متفرغات إلى هاته العلاقات قبل الانشغال بالزواج والأسرة.

الجدول رقم (165): يمثل توزيع أفراد العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفايبيوك وفق متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكر		الجنس	البدائل
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
%100	212	%43.40	92	%56.60	120		نعم
%100	88	%90.91	80	%9.09	8		لا
100%	300	57.3 %	172	42.7 %	128		المجموع
درجة الحرية=1		مستوى الدلالة=0.000		قيمة كاف مربع= 0.556			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (165) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايبيوك هم ذكور بنسبة 56.60%، بينما نسبة المبحوثين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايبيوك 43.40% من الإناث، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايبيوك هم إناث بنسبة 90.91%، بينما نسبة المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايبيوك 9.09% من الذكور.

كما أشرنا في التفسير بيانات الجدول السابق أن الإناث تستهوين علاقات الدراسة أكثر من علاقات العمل، فمقارنة بجدول دوام علاقات العمل حسب متغير الجنس نجد عدد الذكور مستقر، لكن عدد الإناث زاد بنسبة معتبرة، أما الذكور فيميلون لكل العلاقات المهنية والدراسية وغيرها، وعموما فقد جدد الفايبيوك العلاقات وزاد في دوامها بسبب التواصل والتفاعل الدائمين لكلا الجنسين والذكور بنسبة أكبر.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفايبيوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.556 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن

هناك علاقة دالة إحصائية بين دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1 إذا توجد فروق في دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (166): يمثل توزيع أفراد العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	109	51.42%	72	33.96%	31	14.62%	212	100%	
لا	31	35.23%	28	31.82%	29	32.95%	88	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
قيمة كاف مربع = 202.744		مستوى الدلالة = 0.000		درجة					

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (166) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 51.42% بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك 33.96% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك 14.62% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. ونجد كذلك أغلبية المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 35.23%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك 32.95% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك 31.82% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

من الواضح خلال الجدول وبزيادة عدد الإناث في الإجابة بنعم لدوام العلاقة مع زملاء لهم كانوا في الدراسة، نجد أغلب كل الفئات العمرية قد دامت علاقتهم بزملاء لهم كان في الدراسة بسبب التواصل عبر الفايسبوك ولو أن النسب مختلفة بينهم وذلك لاختلاف عدد

المبحوثين في كل فئة وعدد الذكور والإناث فيها. ومنه فالفايسبوك قد أثر في مختلف الفئات العمرية بدوام العلاقة بين الزملاء بعد الدراسة، حيث أن كل ذوي الفئات العمرية يحثون إلى علاقات الزمالة والمحافظة عليها لأنها تذكرهم بالطفولة وأيام التحرر من الالتزامات التي أصبحت تثقل كاهلهم.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفاييسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 202.744 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفاييسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفاييسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-4-21- تشعر بالتذمر من استخدام الفاييسبوك وتفكر في اعتزاله:

الجدول رقم (167): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الشعور بالتذمر من استخدام الفاييسبوك والتفكير باعتزاله

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	51	17%
أحياناً	175	58.3%
أبداً	74	24.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (167) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحياناً ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفاييسبوك ويفكرون باعتزاله وهم 175 مبحوثاً بنسبة 58.3%، وهي النسبة الأعلى يليها عدد المبحوثين الذين أبداً ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفاييسبوك ويفكرون باعتزاله وهم 74 مبحوثاً بنسبة 24.7%، ويليها عدد المبحوثين الذين دائماً ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفاييسبوك ويفكرون باعتزاله وهم 51 مبحوثاً بنسبة 17%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين أحياناً ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفاييسبوك ويفكرون باعتزاله، بينما الربع منهم تقريباً لا يفكر في ذلك، ونسبة قليلة منهم دائماً يتذمرون من الفاييسبوك ويفكرون في اعتزاله، ويمكن تفسير ذلك بأن الكثير من عينة الدراسة يشعرون أحياناً بالتضايق

من الفايسبوك لأنه يستهلك كثيرا من وقتهم لتتبع المستجدات المختلفة والعلاقات البعيدة على حساب وقت جلوسهم مع عائلاتهم والتزاماتهم الأسرية المختلفة. ونرجع هذا الاختلاف في الآراء في التذمر من الفايسبوك والتفكير في اعتزاله إلى الاختلاف في طريقة الاستخدام، فالمرشدون في استخدامه ويتحكمون في ذلك لا يشعرون بهذا التذمر. بينما الغارقون في استخدامه وأدمنوا عليه يجدون التضايق من أسرهم ويشعرون بالتقريب في علاقاتهم الأسرية.

الجدول رقم (168): يمثل توزيع أفراد العينة حول الشعور بالتذمر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزاله وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	40	78.43%	11	21.57%	51	100%
أحيانا	77	44%	98	56%	175	100%
أبدا	11	14.86%	63	85.14%	74	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 123.728		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (168) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله هم إناث بنسبة 56% بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله من الذكور 44%. ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله هم إناث بنسبة 85.14%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله من الذكور 14.86%. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله هم ذكور بنسبة 78.43% بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله من الإناث 21.57%.

يتضح من خلال رؤية عامة للجدول أن الذكور أكثر تذمرا وتفكيرا في اعتزال الفايسبوك من الإناث. وهذا إن دلّ على شيء فإنّما يدل على أن الذكور يستخدمون الفايسبوك بشكل مفرط

ولو على حساب الأهل، بينما الإناث أقل استخداماً خاصة في أوقات تجمع العائلة والالتزامات العائلية حسب ما أقرّوه في الإجابات السابقة. لأن الإناث لا يستطعن التعسف ويقمن بتلبية أمر آبائهن أو أزواجهن وحتى أبنائهن، وبالتالي ويصفح الفايسبوك في أوقات فراغهن، بينما الذكور بحكم قوامتهم في الأسرة وشعورهم بالإمارة على من حولهم من الأسرة وخاصة الكبار، يقومون بتصفح الفايسبوك متجاهلين واجبههم في تفقد أحوال عائلاتهم والجلوس معهم، لكن حتى وإن تجاهلوا هذا علنا ففي داخلهم تأنيب لضمائرهم عن هذا التقصير.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الشعور بالتدّمّر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزله والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 123.728 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين الشعور بالتدّمّر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزله والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في الشعور بالتدّمّر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزله بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (169): يمثل توزيع أفراد العينة حول الشعور بالتدّمّر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزله وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائماً	30	58.82%	3	5.88%	18	35.29%	51	100%		
أحياناً	69	39.43%	86	49.14%	20	11.43%	175	100%		
أبداً	41	55.41%	11	14.86%	22	29.73%	74	100%		
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%		
		قيمة كاف مربع = 284.255		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4				

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (169) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أحياناً ما يشعرون بالتدّمّر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزله من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 49.14%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحياناً ما يشعرون بالتدّمّر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزله 39.43% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين أحياناً ما يشعرون بالتدّمّر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزله 11.43% لذوي الأعمار من 37

سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 55.41%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله 29.73% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله 14.86% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة. ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين دائما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 58.82%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله 35.29% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين الذين دائما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله 5.88% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

يتبين من خلال الجدول أن أغلب ذوي الفئة العمرية الصغيرة أحيانا يتذمرون من الفايسبوك ويفكرون في اعتزاله ونسبة معتبرة منهم لا يفكرون في ذلك والنسبة الأقل دائما يتذمرون ويفكرون في الاعتزال، بينما معظم الفئة العمرية الوسطى أحيانا ما يتذمرون من الفايسبوك ويفكرون في اعتزاله. ونلاحظ أن الفئة العمرية الأكبر توزع اختياريهم بالتقارب بين مختلف البدائل. وهذا يبين أن مختلف الفئات العمرية يتذمرون من استخدام الفايسبوك ويفكرون في اعتزاله لكن بنسب مختلفة، ترجع للاختلاف بين الجنسين كما لاحظنا في الجدول السابق، وإلى مستوى استخدام الفايسبوك عند مختلف الفئات العمرية.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الشعور بالتذمر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزاله والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 284.255 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين الشعور بالتذمر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزاله والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في الشعور بالتذمر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزاله بين مختلف فئات الأعمار.

1-5- عرض وتوصيف البيانات المتعلقة بأسئلة المحور الثالث:

اتجاهات المستخدم للفايسبوك وتغير روابط زملاء العمل أو الدراسة

1-5-1- لديك صداقات عبر الفاييسبوك لزملائك في العمل:

الجدول رقم (170): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الصداقة عبر الفاييسبوك مع زملاء

العمل

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
كلهم	61	20.3%
أغلبهم	113	37.7%
بعضهم	126	42%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (170): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفاييسبوك مع بعض زملائهم في العمل وهم 126 مبحوثا بنسبة 42%، وهي النسبة الأعلى يليها عدد المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفاييسبوك مع أغلب زملائهم في العمل وهم 113 مبحوثا بنسبة 37.7%، ويليهما عدد المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفاييسبوك مع كل زملائهم في العمل وهم 61 مبحوثا بنسبة 20.3%، وهي النسبة الأقل.

يتضح من الجدول أنّ الصداقة مع زملاء العمل لدى عينة الدراسة نسبية نوعا ما، فقلة منهم صادقوا كل زملائهم في العمل وأغلبهم صادقوا بعض أو أغلب زملائهم. لأن زمالة العمل ليست كالصداقة، حيث ترجع إلى درجة التفاهم وتقارب وجهات النظر ليستمر التواصل بينهم حتى خارج مكان العمل، إذا كان العمل دائما، أمّا الذين يعملون في الأعمال المؤقتة أو المتنقلة فإن صداقاتهم تكون قليلة، لأن تلاقيهم عابر وغير مستقر، وترتفع نسبة الصداقات عند الذين يعملون في المؤسسات العمومية أو الخاصة التي تعرف دواما في سيرورتها مثل المؤسسات التعليمية والإدارات العمومية سواء الخدماتية أو الاقتصادية أو الشركات الخواص. لذلك وجدنا هذا التباين في إقامة الصداقات لدى عينة البحث، وسوف تبين الجداول القادمة بعض تصنيفات هذا الاختلاف حسب متغيري الجنس والسّن.

الجدول رقم (171): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		مجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
كلهم	32	52.46%	29	47.54%	61	100%
أغلبهم	16	14.16%	97	85.84%	113	100%
بعضهم	80	63.49%	46	36.51%	126	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 62.270 مستوى الدلالة = 0.000 درجة الحرية = 2						

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (171) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في العمل هم ذكور بنسبة 63.49%، بينما نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في العمل 36.51% من الإناث، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في العمل هم إناث بنسبة 85.84%، بينما نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في العمل 14.16% من الذكور، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في العمل هم ذكور بنسبة 52.46%، بينما نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في العمل 47.54% من الإناث.

توضّح أرقام الجدول أغلب الذكور لديهم صداقات مع بعض زملائهم في العمل، بينما الإناث أغلبهن لديهن صداقات مع أغلب زميلاتهن في العمل، ويمكن تفسير ذلك بأن الإناث أماكن عملهن تكون في أغلب الأحيان مستقرة ودائمة، كالمؤسسات التعليمية والإدارات العمومية الخدماتية مثل البلدية والدائرة والولاية وغيرها، مما يتيح لهن الفرصة بالتلاقي المستمر ثم التعارف وتكوين الصداقات ولو عبر مواقع التواصل الاجتماعي. بينما الذكور يعملون إلى جانب تلك المؤسسات المستقرة يعملون كذلك في ورشات متنقلة وغير قارة مثل ورشات البناء والفلاحة وسيارة المركبات وغيرها، حيث يتعارف الفرد منهم في كل مرة على مجموعة جديدة، مما يجعلها زمالة عابرة يتجاهلونهم حتى لو وجدوا صفحاتهم عبر الفايسبوك.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 62.270 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (172): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
كلهم	32	52.46%	21	34.43%	8	13.11%	61	100%	
أغلبهم	28	24.78%	55	48.67%	30	26.55%	113	100%	
بعضهم	80	63.49%	24	19.05%	22	17.46%	126	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
		قيمة كاف مربع = 39.670		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (172) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في العمل من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 63.49% بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في العمل 19.05% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في العمل 17.46% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في العمل من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 48.67%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في العمل 26.55% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في العمل 24.78% لذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في العمل من ذوي الأعمار من 15 إلى 25

سنة بنسبة 52.46%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في العمل 34.43% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في العمل 13.11% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

نستنتج من الجدول أن أغلب ذوي الفئة العمرية الصغيرة لديهم صداقات مع بعض زملائهم في العمل، بينما ذوي الفئة العمرية المتوسطة والكبيرة أغلبهم لديهم صداقات مع أغلب أصدقائهم، مع وجود نسب أقل في الخيارين الآخرين. ويمكن تفسير ذلك بأن الأصغر سنا مازالت أعمالهم مؤقتة ويتنقلون بين مختلف الوظائف باعتبارهم جدد في ميدان الشغل، فتجدهم متعاقدين مؤقتين أو يسدون نقصا في منصب لوقت قصير، مما يجعلهم لا يقيمون علاقات تستحق التواصل بعدها. بينما الأكبر سنا نجدهم قد استقروا في مناصب دائمة ومؤسسات مستقرة تجعلهم في تواصل دائم مع نفس الأشخاص، مما يكوّن بينهم علاقات يحافظون عليها خارج أماكن العمل، خاصة في ظل توفر وسائل التواصل الاجتماعي التي تتيح التواصل حتى للبعيدين عن بعضهم كالذين يعملون في شركات بترولية بعيدة عن مناطق سكنهم، والعمال مختلفون في السكن كذلك بين الولايات أو بين البلديات داخل الولاية الواحدة. فكلها ظروف تجعل التواصل مع زملاء العمل يدوم أو يتوقف.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 39.670 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل بين مختلف فئات الأعمار.

1-5-2- لديك صداقات عبر الفايسبوك لزملائك في الدراسة:

الجدول رقم (173): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	البدايل
20.3%	61	كلهم
35.3%	106	أغلبهم
44.3%	133	بعضهم
100%	300	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (173): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في الدراسة وهم 133 مبحوثا بنسبة 44.3%، وهي النسبة الأعلى يليها عدد المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في الدراسة وهم 106 مبحوثا بنسبة 35.3%، ويليهما عدد المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في الدراسة وهم 61 مبحوثا بنسبة 20.3%، وهي النسبة الأقل.

يتقارب توزيع هذا الجدول مع الجدول رقم (107) الذي يوزع استجابات أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل، حيث أغلبهم لديهم صداقات مع بعض الزملاء، وهذا أمر منطقي لأن زميل الدراسة يشمل كل أفراد القسم الذي كان يدرس فيه، لذلك نجد قلة منهم لديهم صداقة مع كل زملائهم، وهم الاجتماعيون الذين يخالطون كل من يحتكون به وبالتالي يبقون معروفون لدى زملائهم حتى بعد نهاية الدراسة فيطلبون صداقتهم لمجرد رؤية صورهم أو أسمائهم على ملفهم الشخصي لموقع فايسبوك. أما الأغلبية فيكتفون بمخالطة بعض الزملاء الذين أعجبوا بشخصيتهم وتقاربت وجهات نظرهم معهم، ويختلف عدد الزملاء في الكثرة والقلة حسب شخصية كل فرد من أفراد عينة الدراسة، فيصادق إما بعضهم أو أغلبهم، لأن هنالك الانطوائيون الذين لا يكثرون المخالطة فيكتفون بالقلة حتى أيام الدراسة. ورغم هذا التوزيع فإن الفايسبوك قد أتاح الفرصة للزملاء بالتلاقي من جديد وإقامة علاقات ولو افتراضية فإنها تفتح المجال ربما لصداقات دائمة تنتقل إلى العلاقات التقليدية المباشرة.

الجدول رقم (174): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		ذكر	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
كلهم	32	52.46%	29	47.54%	61	100%
أغلبهم	9	8.49%	97	91.51%	106	100%
بعضهم	87	65.41%	46	34.59%	133	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 81.135 مستوى الدلالة = 0.000 درجة الحرية = 2						

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (174) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في الدراسة هم ذكور بنسبة 65.41%، بينما نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في الدراسة 34.59% من الإناث، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في الدراسة هم إناث بنسبة 91.51%، بينما نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في الدراسة 8.49% من الذكور، ونجد أغلبية المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في الدراسة هم ذكور بنسبة 52.46%، بينما نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في الدراسة 47.54% من الإناث.

مثل زمالة العمل فإن أغلب الذكور لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملاء الدراسة، بينما الإناث لديهن صداقات مع أغلب زميلات الدراسة، وعدد الذين لديهم صداقات مع كل زملائهم متقاربة بين الجنسين، ويمكن تفسير هذا التوزيع بأن الإناث يمثلن القلة في أغلب أطوار الدراسة وبالتالي يقمن تعارف وارتباطات مع أغلب زميلاتهن وهن أكثر محافظة على علاقات الزمالة من الذكور، لذلك نجدهن يصادقن أغلب زميلاتهن عبر الفايسبوك، مع أن واجهة ملفهن الشخصي تقريبا كلهن بأسماء مستعارة أو مموهة مع صور مختلفة غير صورتهن. وهذا ما يدل على أنهن يخبرن بعضهن عن هاتهن الأسماء فيطلبن من بعضهن الصداقة.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 81.135 بمستوى الدلالة تساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (175): يمثل توزيع أفراد العينة حول الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء في الدراسة وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
كلهم	27	44.26%	16	26.23%	18	29.51%	61	100%			
أغلبهم	26	24.53%	60	56.60%	20	18.87%	106	100%			
بعضهم	87	65.41%	24	18.05%	22	16.54%	133	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
		قيمة كاف مربع = 53.025				مستوى الدلالة = 0.000				درجة الحرية = 4	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (175) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في الدراسة من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 65.41%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في الدراسة 18.05% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في الدراسة 16.54% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في الدراسة من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 56.60%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في الدراسة 24.53% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب زملائهم في الدراسة 18.87% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في الدراسة من

ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 44.26%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في الدراسة 29.51% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع كل زملائهم في الدراسة 26.23% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

يتضح من الجدول أن أغلب ذوي الفئة العمرية الصغيرة لديهم صداقات مع بعض زملاء الدراسة، ويمكن أن يرجع ذلك للعدد الهائل من الطلاب اليوم ومن النادر أن يصادق الفرد عبر الفايسبوك كل من درس معه، فيكتفون بالمقربين إليهم وقت الدراسة سواء حسب الجهة التي يسكنون فيها أو حسب أصحاب الطباع والذهنية الذين يتوافقون معهم. ونجد أغلب ذوي الفئة العمرية المتوسطة لديهم صداقات مع أغلب زملاء الدراسة، وهذا لأنهم مختلطون بالأجيال الأقدم والذين كانوا أقل عدداً، فيتقربون من أغلب زملائهم ويبنون معهم علاقات. أما ذوي الفئة العمرية الكبيرة فقد تقارب العدد بين كل الخيارات، لأن التزاماتهم تختلف فالكثير منهم يصادقون كل زملائهم ومنهم من يصادق أغلبهم أو بعضهم، فأيام دراستهم صارت ذكريات.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 53.025 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين الصداقة عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق بين مختلف فئات الأعمار.

1-5-3- تتجاهل بعض زملائك في العمل عند تصفحك الفايسبوك ولا تطلب صداقتهم:

الجدول رقم (176): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تجاهل بعض زملاء العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تطلب صداقتهم

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	53	17.7%
أحياناً	158	52.7%
أبداً	89	29.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (176) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم وهم 158 مبحوثا بنسبة 52.7%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أبدا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم وهم 89 مبحوثا بنسبة 29.7%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائما ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم وهم 53 مبحوثا بنسبة 17.7%، وهي النسبة الأقل.

يتبين من خلال الجدول أن النسبة الأغلب من عينة الدراسة يتجاهلون أحيانا مرور زملاء لهم في العمل عبر الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم، وما يقارب الثلث لا يتجاهلونهم أبدا، ونسبة قليلة منهم تفوق السدس يتجاهلون دائما مرور صور زملائهم في العمل عبر الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم. ويرجع ذلك إلى طبائع كل فرد ودرجة تفاهمه مع زملائه في العمل، وعموما فطلب الصداقات أكثر من التجاهل وهذا شيء إيجابي لتوسع العلاقات الاجتماعية التي تربط أواصر المجتمع وتحافظ على تماسكه، فالعلاقات الافتراضية خير من عدم وجود علاقات.

الجدول رقم (177): يمثل توزيع أفراد العينة حول تجاهل بعض الزملاء في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تطلب صداقتهم وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	27	50.94%	26	49.06%	53	100%
أحيانا	34	21.52%	124	78.48%	158	100%
أبدا	67	75.28%	22	24.72%	89	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 69.070		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (177) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم هم إناث بنسبة 78.48% بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم من الذكور 21.52%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما

يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم هم ذكور بنسبة 75.28%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم من الإناث 24.72%، ونجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم هم ذكور بنسبة 50.94%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم من الإناث 49.06%.

يتضح من خلال الجدول أن أغلب الذكور لا يتجاهلون أبدا بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك بل يطلبون صداقتهم، هذا لأن أغلب الذكور يهتمون بعلاقات العمل وقيمون علاقات طيبة معهم، لأن العمل بالنسبة للذكور أهم شيء في مستقبلهم حيث يضمن لهم لقمة عيشهم ويوفر لهم متطلبات حياتهم. ونجد في الجدول أن أغلب الإناث يتجاهلن أحيانا بعض زميلاتهن في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا يطلبن صداقتهن، لأن العمل بالنسبة لأغلب الإناث ثانوي وليس أساسي كالذكور، ويشغلن كثيرا في أعمال مؤقتة، لذلك هن أقل اهتماما بعلاقات العمل من الذكور فيقدمن أغلبهن على تجاهل بعض زميلاتهن ولا يطلبن صداقتهن عبر الفايسبوك، لأنهن يعلمن أنهن علاقة عابرة فلا يكثرن الاختلاط بالغربيات واللاتي لا يعرفنهن معرفة جيدة.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تجاهل بعض الزملاء في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 69.070 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين تجاهل بعض الزملاء في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في تجاهل بعض الزملاء في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (178): يمثل توزيع أفراد العينة حول تجاهل بعض الزملاء في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تطلب صداقتهم وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة		
دائما	18	33.96%	16	30.19%	19	35.85%	53	100%		
أحيانا	55	34.81%	83	52.53%	20	12.66%	158	100%		
أبدا	67	75.28%	1	1.12%	21	23.60%	89	100%		
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%		
قيمة كاف مربع = 116.776		مستوى الدلالة = 0.000				درجة الحرية = 4				

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (178) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 52.53%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم 34.81% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم 12.66%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 75.28%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم 23.60% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم 1.12%، لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة. ونجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم هم من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بنسبة 35.85%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم 33.96% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يتجاهلون بعض

زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم 30.19% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

من خلال الجدول تبين أن أغلب ذوي الفئة العمرية الصغيرة لا يتجاهلون أبداً بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك بل يطلبون صداقتهم، يمكن تفسير هذا بأن الأصغر سنًا ما زالوا اندفاعيين ولا يزنون الأمور كثيرا، فيقيمون علاقات حتى مع الغرباء فما بالك بالذين يعرفونهم وتلاقوا معهم. أما ذوي الفئة المتوسطة فأغلبهم أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم، لأن هذه الفئة مختلطة بين الصغار والكبار ويعرفون بعض الاستقرار في أعمالهم، وبدأوا يقدرون الأمور فيعرفون من يتجاهلونه ومن لا يتجاهلونه، أما الفئة الأكبر سنا فقد تساوت تقريبا عندهم جميع الخيارات. لأنهم أكثر تفهما لمن يقبلون ومن يرفضون، وتختلف ارتباطاتهم وأعمالهم لذلك توزعت خياراتهم.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تجاهل بعض الزملاء في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 116.776 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين تجاهل بعض الزملاء في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في تجاهل بعض الزملاء في العمل عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم بين مختلف فئات الأعمار.

1-5-4- تتجاهل بعض زملائك في الدراسة عند تصفحك الفايسبوك ولا تطلب صداقتهم:

الجدول رقم (179): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند

تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	52	17.3%
أحيانا	155	51.7%
أبدا	93	31%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (179): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم وهم 155 مبحوثا بنسبة 51.7%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أبدا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ويطلبون صداقتهم وهم 93 مبحوثا بنسبة 31%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائما ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم وهم 52 مبحوثا بنسبة 17.3%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية عينة الدراسة أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم، وما يقارب ثلثهم لا يتجاهلون أبدا ذلك، وسُدسهم تقريبا دائما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم وهذا التوزيع يقارب التوزيع مع زملاء العمل. ونفس ذلك أن العلاقات تختلف في المستوى حتى بين الأصدقاء، لذلك يتجاهل أغلب المبحوثين بعض زملائهم في الدراسة عند تصفح الفايسبوك لأن علاقتهم معهم سطحية أو قد تكون علاقة عدم تفاهم أو حتى عداوة، لأن الزميل يبقى زميل مهما كان مستوى العلاقة، وتختلف طبائع الناس بين مسالم أو اجتماعي وبين عدواني، وبالتالي تختلف ردود أفعالهم تجاه زملائهم بين التقارب والتنافر.

الجدول رقم (180): يمثل توزيع أفراد العينة حول تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم وفق متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكر		البدائل
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
100%	52	51.92%	27	48.08%	25	دائما
100%	155	80%	124	20%	31	أحيانا
100%	93	22.58 %	21	77.42%	72	أبدا
100%	300	57.3 %	172	42.7 %	128	المجموع
درجة الحرية=2		مستوى الدلالة=0.000		قيمة كاف مربع= 76.816		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (180) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم هم إناث بنسبة 80%، بينما

نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم من الذكور 20%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ويطلبون صداقتهم هم ذكور بنسبة 77.42%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ويطلبون صداقتهم من الإناث 22.58%، ونجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم هم إناث بنسبة 51.92%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم من الذكور 48.08%.

من خلال الجدول يتضح أن أغلب الذكور لا يتجاهلون أبدا بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ويطلبون صداقتهم، بينما الإناث أغلبهن يتجاهلن أحيانا بعض زميلاتهن في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا يطلبن صداقاتهن، هذا إذا سلمنا أنهن لا يدخلن في علاقات زمالة مع الذكور، لأن كما أشرنا أن مجتمع مدينة الوادي رغم دخول بعض الثقافات والتصرفات الغربية عليه، إلا أنه مازال محافظا في كثير من الأمور خاصة ما يتعلق باختلاط الذكور مع الإناث في العلاقات والصداقات. وحتى الإناث مع بعضهن ليست كل علاقات الزمالة بينهن إيجابية فقد تختلط أحيانا بالغيرة أو العداوة بينهن فيحدث التجاهل وعدم الرغبة في الصداقة عبر الفايسبوك. بينما الذكور أقل غيرة وحساسية بين بعضهم من الإناث فلذلك يقدم أكثرهم على طلب صداقة من يصادفهم من زملائهم.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 76.816 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (181): يمثل توزيع أفراد العينة حول تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تطلب صداقتهم وفق متغير السن

البدايل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	29	55.77%	4	7.69%	19	36.54%	52	100%		
أحيانا	40	25.81%	94	60.64%	21	13.55%	155	100%		
أبدا	71	76.34%	2	2.15%	20	21.51%	93	100%		
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%		
		قيمة كاف مربع = 123.247		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4				

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (181) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 60.64%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم 25.81% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم 13.55% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك بل يطلبون صداقتهم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 76.34%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك بل يطلبون صداقتهم 21.51% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق ونجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك بل يطلبون صداقتهم 2.15% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة. وفي حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 55.77%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم 36.54% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين

الذين دائما ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم 7.69% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

إذا قارنا نتائج هذا الجدول بالجدول رقم (15) الذي يخص زملاء العمل نجد أن النتائج متقاربة، حيث أقرّ أغلب ذوي الفئة الصغيرة بأنهم لا يتجاهلون أبداً، وهذا لأنهم حديثي العهد بالدراسة وما زالوا يعرفونهم، وهم عفويون أيضاً، بينما أغلب الفئة العمرية المتوسطة قالوا بالخيار أحياناً، أي حسب حالة العلاقة أو الخلفية التي يحملونها على ذلك الزميل وهم أكثر تحفظاً من الأصغر سناً، بينما كما ذكرنا من قبل عن الفئة العمرية الكبيرة قد مضى وقت عن دراستهم فيختلف انطباعهم عن زملائهم لذلك تساوت تقريباً خياراتهم حسب اختلاف حالاتهم وطبائعهم ومكانة كل زميل عندهم.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم والسّن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 123.247 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم والسّن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4 إذا توجد فروق في تجاهل بعض الزملاء في الدراسة عند تصفح الفايسبوك ولا تُطلب صداقتهم بين مختلف فئات الأعمار.

1-5-5- حدث وأن صادقت زميلاً لك في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك:

الجدول رقم (182): يوضح توزيع ونسبة العينة حول صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل

عبر الفايسبوك

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	144	48%
لا	156	52%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (182): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وهم 156 مبحوثاً بنسبة 52%، وهي النسبة

الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وهم 144 مبحوثا بنسبة 48% وهي النسبة الأقل.

نستنتج من الجدول أن عينة الدراسة تقريبا انقسمت بالنصف بين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وبين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك. وهذا يبين أن التفاعل عبر الفايسبوك له دور في إحداث الصداقات بين زملاء العمل، رغم أن الكثيرين لم يؤدي بهم هذا التفاعل لإحداث صداقة، لكن يبقى مؤشرا خاصة للمستعدين لإقامة صداقات وليس بينهم أي خلفيات أو سوء تفاهم.

الجدول رقم (183): يمثل توزيع أفراد العينة حول صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	122	84.72%	22	15.28%	144	100%
لا	6	3.85%	150	96.15%	156	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة فاي = 0.898		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 1		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (183) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك هم إناث بنسبة 96.15% بينما نسبة المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك 3.85% من الذكور، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك هم ذكور بنسبة 84.72%، بينما نسبة المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك 15.28% من الإناث.

لقد كانت صداقة الذكور لزملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك واضحة، على عكس الإناث التي عرفت هذه الصداقة عزوفا عند أغلبهن، يمكن تفسير ذلك كما أشرنا سابقا، أن الذكور أكثر إقداما لإقامة الصداقات عبر الفايسبوك خاصة مع الذين تعرفوا عليهم

في الواقع، وزملاء العمل أقرب للصدقة بعد مخالطة بعضهم بالتواصل عبر الفايسبوك، فتتحول الزمالة إلى صداقة، لأن التقارب المتواصل حتى إن كان وسيطياً يحدث صداقة إذا توافقت الرؤى وانسجمت النفوس. أما الإناث دائماً متحفظات لصداقة من لا يعرفنه كثيرا وخاصة المتزوجات، لأنهن يدركن جيدا أن الصداقة لها تبعات مثل التزاور في المناسبات والتقارب الدائم، وأغلب الإناث ليست لهن كل الحرية في التصرف ويخفن من رفض أوليائهن أو أزواجهن هاته الصداقة أو تلك.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.898 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1، إذا توجد فروق في صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (184): يمثل توزيع أفراد العينة حول صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	60	41.67%	52	36.11%	32	22.22%	144	100%		
لا	80	51.28%	48	30.77%	28	17.95%	156	100%		
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%		
قيمة كاف مربع = 284.615		مستوى الدلالة = 0.000		درجة						

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (184) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 51.28%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك 30.77% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك

17.95% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 41.67%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك 36.11% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك 22.22% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

يتبين من خلال الجدول أن أغلب ذوي الفئة العمرية الأصغر لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك، وقد تحكّم في ذلك غالبية الإناث في هذه الفئة. أما ذوي الفئة العمرية المتوسطة فقد تساوى تقريبا عدد المبحوثين بين الخيارين وكذلك بالنسبة لأصحاب الفئة العمرية الكبيرة، وبالتالي فقد تحكّم التوزيع في هذا الجدول توجه الذكور والإناث، وتبقى خلاصة القول أنّ التوزيع بين الخيارين تقارب عند كل الفئات العمرية.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك والسّن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 284.615 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك والسّن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في صداقة زملاء العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-5-6- حدث وأن صادقت زميلاً لك في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك:

الجدول رقم (185): يوضح توزيع ونسبة العينة حول صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	155	51.7%
لا	145	48.3%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (185): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وهم 155 مبحوثاً بنسبة 51.7%، وهي النسبة

الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وهم 145 مبحوثا بنسبة 48.3% وهي النسبة الأقل.

على عكس صداقة زملاء العمل التي فاق فيها عدد الذين لم يصادقوا زملائهم قليلا، أما بالنسبة لزملاء الدراسة فقد فاق عدد الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك، ولكن العدد متقارب كذلك. ويمكن تفسير ذلك بأن المبحوثين يتواصلون في الواقع مع زملائهم في الدراسة، ويكون أغلبهم من جهة واحدة ويعرفون بعضهم وبالتالي تؤدي كثرة التلاقي واقعيًا وافتراضيا إلى التقارب والصداقة، على عكس زملاء العمل قد يكون مكان السكن والعيش بعيدا عن مكان العمل فلا يتلاقون مباشرة إلا في مكان العمل، فيكونون أقل احتكاكا وتفاعلا.

الجدول رقم (186): يمثل توزيع أفراد العينة حول صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وفق متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكر		الجنس
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
100%	155	20.65%	32	79.35%	123	نعم
100%	145	96.51%	140	3.49%	5	لا
100%	300	57.3 %	172	42.7 %	128	المجموع
		درجة الحرية=1		مستوى الدلالة=0.000		قيمة فاي= 0.834

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (186) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك هم ذكور بنسبة 79.35% بينما نسبة المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك 20.65% إناث، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك هم إناث بنسبة 96.51%، بينما نسبة المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك 3.49% ذكور.

دائماً الذكور أكثر إقداماً في الصداقات، وقد أقرّ أغلبهم حسب توزيع هذا الجدول كذلك أنّهم حدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر فايسبوك، فالذكور وخاصة الأصغر سناً يكون أصدقاؤهم أكثر بحكم التقارب بينهم لأوقات طويلة في أماكن الدراسة واللعب كذلك. بينما الإناث يتحفظن من كثرة الصداقات إلا مع قريبات لهن أو جارات في غالب الأحيان.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.834 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1، إذا توجد فروق في صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (187): يمثل توزيع أفراد العينة حول صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	68	43.87%	54	34.84%	33	21.29%	155	100%			
لا	72	49.66%	46	31.72%	27	18.62%	145	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
		قيمة كاف مربع = 248.943				مستوى الدلالة = 0.000				درجة	
		الحرية = 2									

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (187) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 43.87%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك 34.84% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك 21.29% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد كذلك أغلبية المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء

لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 49.66%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك 31.72% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك 18.62% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

من خلال توزيع الجدول يتضح أن أغلبية ذوي الفئة العمرية الصغيرة لم يحدث وأن صدقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك، ويرجع ذلك لكثرة الإناث بفارق كبير على الذكور في هذه الفئة، وقد أوضحنا في الجدول السابق سبب عزوف الإناث عن كثرة الصداقات. وتبين من خلال الجدول أن أغلب ذوي الفئتان العمريتان الأكبر سنا صادقوا، وهذا لأن الذكور لهم الأغلبية في الفئة الأكبر سنا، وفي الأوساط سنا أغلب الإناث اللاتي صادقن مع كل الذكور.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 248.943 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين هذه الصداقة والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في صداقة زملاء الدراسة بسبب التفاعل عبر الفاييسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-5-7- تفاعلك مع زملائك في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلك معهم في الواقع:

الجدول رقم (188): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان التفاعل مع الزملاء في العمل

عبر الفاييسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	61	20.3%
أحيانا	147	49%
أبدا	92	30.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (188): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم

في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 147 مبحوثا بنسبة 49%

وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أبدا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 92 مبحوثا بنسبة 30.7%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائما ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 61 مبحوثا بنسبة 20.3%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع، ويمكن تفسير ذلك بأن عينة الدراسة في بعض الأحيان يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفاييسبوك أكثر مثلا في حالات العطل أو في المهمات السفرية أو دراسة بعض المشاكل أو أمور تخص العمل تكون استثنائية فهم يبقون على تواصل لدراساتها والخوض فيها. أما الذين تفاعلهم في الواقع أكثر هذا بحكم التواجد الدائم في مكان العمل ولوقت طويل. والقلة الذين يتفاعلون عبر الفاييسبوك أكثر يمكن لخصوصية عملهم وعدم التلاقي كثيرا مكان العمل فبعد الراحة يتواصلون لمعرفة أحوال بعضهم وما استجد عندهم.

الجدول رقم (189): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		ذكر	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	29	47.54%	32	52.46%	61	100%
أحيانا	42	28.57%	105	71.43%	147	100%
أبدا	57	61.96%	35	38.04%	92	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 26.526		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (189) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع هم إناث بنسبة 71.43% بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع من الذكور 28.57%. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع هم ذكور

بنسبة 61.96%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع من الإناث 38.04%. ونجد أغلب المبحوثين الذين دائماً ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع هم إناث بنسبة 52.46%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائماً ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع من الذكور 47.54%.

يتبين من خلال الجدول أن الذكور أكثر تفاعلاً مع زملائهم في العمل بالواقع أكثر من تفاعل الإناث، واللاتي يتفاعلن مع زميلاتهن في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهن معهن في الواقع، ويمكن إرجاع ذلك إلى تفرغ الذكور بعد العمل إلى قضاء بعض الحاجيات خارج المنزل أو الجلوس مع الأقارب والأصدقاء والجيران ويتركون التواصل مع زملاء العمل عند الرجوع للعمل إلا في بعض الحالات، بينما الإناث بعد الرجوع من العمل يجدن أنفسهن بين جدران البيت، فبعد القيام بلوازم البيت تتصفح الفاييسبوك لتجد الصديقات وزميلات العمل يتبادلن المنشورات، فتدخل معهن لتبادل الحديث عن ظروف العمل وما جرى لكل واحدة يوم العمل، فالإناث أكثر رغبة من الذكور في إعادة الأحداث ورواية قصص بعضهن لبعض خاصة عن حوادث الدراسة والعمل والمناسبات العامة.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 26.526 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفاييسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (190): يمثل توزيع أفراد العينة حول التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير السن

البداية	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
دائما	36	59.02%	10	16.39%	15	24.59%	61	100%	
أحيانا	47	31.97%	75	51.02%	25	17.01%	147	100%	
أبدا	57	61.96%	15	16.30%	20	21.74%	92	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
قيمة كاف مربع = 49.993		مستوى الدلالة = 0.000				درجة الحرية = 4			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (190) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 51.02%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 31.97% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 17.01% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 61.96% بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 21.74% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 16.30%، لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، وفي حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 59.02%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 24.59% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما

يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 16.39% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

يتضح من الجدول أن أغلب ذوي الفئة العمرية الأصغر تفاعلهم مع زملائهم في العمل واقعياً أكثر من تفاعلهم معهم عبر الفايسبوك، ويمكن أن يرجع ذلك إلى أن الأصغر سناً أعمالهم مؤقتة فلا يرتبطون مع زملاء العمل كثيراً. مع أن أصدقاءهم أكثر فيتفرغون لهم خارج أوقات العمل. بينما نجد أن أغلب الفئتين العمريتين الأكبر سناً أحياناً ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع، وهذا حسب ظروف العمل وكذلك لصدقاتهم لبعضهم، لأن الأكبر سناً أعمالهم تكون مستقرة أكثر من صغار السن لذلك فارتباطاتهم مع زملاء العمل أكثر حيث يبقون أحياناً في تواصل حتى بعد نهاية وقت العمل.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 49.993 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4 إذا توجد فروق في التفاعل مع الزملاء في العمل عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع بين مختلف فئات الأعمار.

1-5-8- تفاعلك مع زملائك في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلك معهم في

الواقع

الجدول رقم (191): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان التفاعل مع الزملاء في

الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	57	19%
أحياناً	153	51%
أبداً	90	30%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (191) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 153 مبحوثا بنسبة 51% وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أبدا ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 90 مبحوثا بنسبة 30%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائما ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 57 مبحوثا بنسبة 19%، وهي النسبة الأقل.

يتضح بأن أغلبية المبحوثين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع، أي أنّ عينة الدراسة في بعض الأحيان يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفاييسبوك، أما تفاعلهم في الواقع يكون أكثر بحكم التلاقي شبه الدائم في مكان الدراسة. وما يقارب ثلث عينة الدراسة تفاعلهم دائما في الواقع أكثر من تفاعلهم عبر الفاييسبوك، وقلة تفاعلهم عبر الفاييسبوك أكثر، ومنه فتفاعل المبحوثين واقعيًا أكثر لكن يحتاجون من حين لآخر التواصل والتفاعل عبر الفاييسبوك.

الجدول رقم (192): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل مع الزملاء في الدراسة عبر الفاييسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	29	50.88%	28	49.12%	57	100%
أحيانا	42	27.45%	111	72.54%	153	100%
أبدا	57	63.33%	33	36.67%	90	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 31.765		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (192) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع هم إناث بنسبة 72.54% بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفاييسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع من الذكور 27.45%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما

يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع هم ذكور بنسبة 63.33%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع من الإناث 36.67%، ونجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع هم ذكور بنسبة 50.88%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع من الإناث 49.12%.

لقد تقارب توزيع استجابات أفراد عينة الدراسة في نسبة التفاعل عبر الفايسبوك والواقع بين الذكور والإناث وحتى في التوزيع العام، وهذا يرجع كما أشرنا سابقا، إلى مكوث الإناث في البيت وقلة تنقلهم بعد انتهاء الدوام، بينما الذكور يلتقون مع زملائهم حتى بعد الدراسة أو يتفرغون للعب خارجا مع أصدقائهم أو التفرغ لحاجيات العائلة.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين التفاعل مع الزملاء في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 31.765 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين هذا التفاعل والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في هذا التفاعل بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (193): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل مع الزملاء في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة			
دائما	30	52.63%	7	12.28%	20	35.09%	57	100%			
أحيانا	53	34.64%	81	52.94%	19	12.42%	153	100%			
أبدا	57	63.33%	12	13.33%	21	23.33%	90	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
		قيمة كاف مربع = 63.222				مستوى الدلالة = 0.000				درجة الحرية = 4	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (193) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع من ذوي الأعمار من 26 إلى 36

سنة بنسبة 52.94%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 34.64% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 12.42% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 63.33% بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 23.33% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 13.33%، لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة. ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين دائما ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 52.63%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 35.09% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع 12.28% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

يتضح من الجدول أن أغلب ذوي الفئة العمرية الأصغر تفاعلهم مع زملائهم في الدراسة واقعيًا أكثر من تفاعلهم معهم عبر الفايسبوك، ويمكن أن يرجع ذلك إلى أن الأصغر سنا يتفرغون بعد الدراسة للعب وملاقة الأصدقاء أو أن زملاء الدراسة هم أصدقاء لهم أيضا فيتلاقون مباشرة ولا يحتاجون كثيرا للتواصل عبر الفايسبوك. بينما نجد أن أغلب الفئة العمرية المتوسطة أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع، وهذا حسب ظروف الدراسة من ناحية القرب والبعد وكذلك لصدقاتهم لبعضهم. أما الفئة العمرية الأكبر سنا تساوى تقريبا توزيعهم بين مختلف الخيارات لأن حالاتهم تختلف وخاصة أنهم غادروا معظمهم مقاعد الدراسة، فهناك من يبقون في تواصل مع الفايسبوك دائما لأن الانشغالات أو البعد مكانيا يحول دون التلاقي، ومنهم الجيران أو الأصدقاء الذين يتواصلون تواسلا مباشرا أكثر ومنهم أحيانا بين هذا وذاك.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين التفاعل مع الزملاء في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 63.222 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين التفاعل مع الزملاء في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4 إذا توجد فروق في التفاعل مع الزملاء في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من التفاعل معهم في الواقع بين مختلف فئات الأعمار.

1-5-9- قَرَبُ الفايسبوك من زملائك في العمل:

الجدول رقم (194): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان قد قَرَّبَ الفايسبوك بين زملاء العمل

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	171	75%
لا	129	43%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (194): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين قَرَّبَهم الفايسبوك من زملائهم في العمل وهم 171 مبحوثاً بنسبة 57%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لم يقَرَّبَهم الفايسبوك من زملائهم في العمل وهم 129 مبحوثاً بنسبة 43% وهي النسبة الأقل.

إن المتتبع لنتائج الجداول السابقة حول علاقات زملاء العمل والدراسة يستنتج تأثيرات الفايسبوك الإيجابية في تحقيق التقارب بين الزملاء، وما قد وافقت استجابات أغلب أفراد عينة البحث ذلك، لأن التواصل الدائم ينتج عنه التقارب في الأحاسيس والعلاقات وبما أن المبحوثين يتواصلون مع زملائهم في العمل تواملاً مباشراً إضافة إلى التواصل عبر الفايسبوك، فقد أحدث ذلك تقارباً لأن تواصل الفايسبوك لا ينقطع حتى في العطل أو عند الانقطاع عن العمل. وهناك نسبة كبيرة من المبحوثين لم يقَرَّبَهم الفايسبوك، وهم المتحفظون من هذه العلاقات أو الذين لا يقيمون صداقات عبر الفايسبوك مع زملائهم أصلاً.

الجدول رقم (195): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد قرب الفايسبوك بين زملاء العمل وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		مجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	119	69.59%	52	30.41%	171	100%
لا	9	6.98%	120	93.02%	129	100%
المجموع	128	42.7 %	172	57.3 %	300	100%
قيمة فاي = 0.749	مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 1			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (195) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في العمل هم ذكور بنسبة 69.59% بينما نسبة المبحوثين الذين قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في العمل من الإناث 30.41%، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في العمل هم إناث بنسبة 93.02%، بينما نسبة المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في العمل 6.98% هم ذكور.

يتّضح من خلال الجدول أن معظم الذكور قد قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في العمل، بينما الإناث أغلبهن لم يقربهن الفايسبوك من زميلاتهن في العمل، وقد لاحظنا هذا الفرق من الجداول السابقة لهذا المؤشر، وعللنا ذلك بأنهن يتحفظن في طلبات الصداقة وفي التّواصل خارج أوقات العمل، بينما الذكور يتواصل أغلبهم بكل عفوية و يقيمون الصداقات عبر الفايسبوك مع الذين يعرفونهم وفي أحيان كثيرة حت مع الذين لا يعرفونهم، وبالتالي يحدث هذا التّواصل التقريب في العلاقات بينما من لا يتواصلون تبقى علاقاتهم حسب ما هم عليه في الواقع.

ويتّضح أن هناك علاقة قوية بين تقريب الفايسبوك من الزملاء في العمل والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.749 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين تقريب الفايسبوك بين الزملاء في العمل والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1 إذا توجد فروق في تقريب الفايسبوك بين الزملاء في العمل بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (196): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد قرّب الفايسبوك بين الزملاء في العمل وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	98	57.31%	42	24.56%	31	18.13%	171	100%			
لا	42	32.56%	58	44.96%	29	22.48%	129	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
قيمة كاف مربع = 212.729		مستوى الدلالة = 0.000		درجة							
الحرية = 2											

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (196) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في العمل من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 57.31%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في العمل 24.56% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في العمل 18.13% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في العمل من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 44.96%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في العمل 32.56% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في العمل 22.48% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

يتبين من خلال الجدول أن أغلب ذوي الفئة العمرية الأصغر قد قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في العمل لأن الشباب أكثر ارتباطاً في العلاقات مع زملائهم خاصة قبل الزواج. في حين نجد أغلب ذوي الفئة العمرية المتوسطة لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في العمل، مع أن نسبة كبيرة منهم قد قرّبهم لأن في هذه الفئة يختلط المتزوجون مع العازبين وبالتالي نجد فيهم المتفرغين للعلاقات الخارجية ومن يتحفظ منها كإناث أو من الذكور الذين لا يرغبون في توسيع علاقاتهم. وكذلك ذوي الفئة العمرية الكبيرة قد تساوى تقريباً عدد الذين قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في العمل مع الذين لم يقربهم، وهذا يرجع كذلك إلى تحفظ الإناث منهم في العلاقات

مع الزملاء، أو إلى ارتباط كبار الذكور بزملاء العمل إلى حد الصداقة تقريبا أو القلة منهم الذين يبتعدون عن المخالطات ولا يميلون إلى كثرة الصداقات.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تقرب الفايسبوك من الزملاء في العمل والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 212.729 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين تقرب الفايسبوك من الزملاء في العمل والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في تقرب الفايسبوك من الزملاء في العمل بين مختلف فئات الأعمار.

1-5-10- قربك الفايسبوك من زملائك في الدراسة:

الجدول رقم (197): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان قد قرب الفايسبوك بين الزملاء في الدراسة

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	193	64.3%
لا	107	35.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (197): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين قربهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة وهم 193 مبحوثا بنسبة 64.3%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة وهم 107 مبحوثا بنسبة 35.7% وهي النسبة الأقل.

ويتضح من خلال الجدول بأن زمالة الدراسة أقوى علاقة من زمالة العمل لدى عينة الدراسة حيث زاد عدد الذين قربهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة ليلبغ قرابة ثلثي المبحوثين، ويمكن تفسير ذلك بأن زمالة الدراسة لدى الإناث أكثر ميولا من زمالة العمل، وأنهن أكثر تفرغا مدة الدراسة لصغر سنهن وعدم ارتباطهن بالزواج، وكذلك علاقات الزمالة يحن لها الكبار لأنها تذكرهم بالصغر والدراسة فيعودون إلى التواصل معهم وربط علاقات من جديد معهم وخاصة عند الذكور، إذن فالفايسبوك يُحيي العلاقات القديمة بين زملاء الدراسة.

الجدول رقم (198): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد قرّب الفايسبوك بين زملاء الدراسة وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	نعم	لا	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	121		72	37.31%	193	100%
لا	7		100	93.46%	107	100%
المجموع	128		172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 0.642		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 1		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (198) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة هم ذكور بنسبة 62.69% بينما نسبة المبحوثين الذين قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة 37.31% من الإناث، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة هم إناث بنسبة 93.46%، بينما نسبة المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة 6.54% من الذكور.

كما أوضحنا خلال الجدول السابق لقد زاد عدد الإناث في تقرب الفايسبوك من زملاء الدراسة مقارنة بعددهن في التقرب من زمالة العمل بـ 20 مبحوثاً، بينما عدد الذكور ثابت تقريباً حيث زاد عددهم كذلك بـ 2 فقط، كما ذكرنا أن أغلب الذكور يقدمون على إقامة العلاقات وتجديد التعارف دون تحفظ أو خوف، بينما الإناث يحافظن على دائرة تعارف ضيقة بالنسبة لهن، وبالتالي أغلبهن لا يرون في تقرب الفايسبوك من زميلاتهن.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تقرب الفايسبوك بين الزملاء في الدراسة والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.642 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين تقرب الفايسبوك بين الزملاء في الدراسة والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1 إذا توجد فروق في تقرب الفايسبوك بين الزملاء في الدراسة بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (199): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد قرب الفايسبوك بين زملاء الدراسة وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	110	56.99%	52	26.94%	31	16.06%	193	100%			
لا	30	28.04%	48	44.86%	29	27.10%	107	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
قيمة كاف مربع=191.439		مستوى الدلالة=0.000				درجة الحرية=2					

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (199) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين قربهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 56.99%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين قربهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة 26.94% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين قربهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة 16.06% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 44.86%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة 28.04% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة 27.10% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

من خلال الجدول يتضح أن أغلب ذوي الفئة العمرية الصغيرة قد قرب الفايسبوك بينهم وبين زملائهم في الدراسة، لأن الأصغر سنا معظمهم يتواصلون مع زملائهم في الدراسة سواء كان ذكورا أم إناث لأن أغلبهم ما زالوا يزاولون الدراسة، حيث يعزز الفايسبوك تواصلهم وبالتالي تقاربهم أكثر. بينما الفئتان العمريتان المتوسطة والكبيرة تقارب عدد الذين قربهم الفايسبوك من زملاء الدراسة وبين من لم يقربهم الفايسبوك من زملائهم وهذا للاختلاف بين الذكور والإناث، وبين من يزاول الدراسة ومن انقطع عنها.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تقرب الفايسبوك بين زملاء الدراسة والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 191.439 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة

إحصائياً بين تقريب الفايسبوك بين زملاء الدراسة والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في تقريب الفايسبوك بين زملاء الدراسة بين مختلف فئات الأعمار.

1-5-11- أحدث تفاعلك عبر الفايسبوك مع زملائك في العمل مشاكل وعداوات:

الجدول رقم (200): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان قد أحدث التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل مشاكل وعداوات

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	35	11.7%
أحياناً	104	34.7%
أبداً	161	53.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (200) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أبداً ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات وهم 161 مبحوثاً بنسبة 53.7%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أحياناً ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات وهم 104 مبحوثاً بنسبة 34.7%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائماً ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات وهم 35 مبحوثاً بنسبة 11.7%، وهي النسبة الأقل.

يتضح من الجدول أن أغلبية المبحوثين أبداً ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات، وهذا يدل على أن عينة الدراسة لديهم علاقات طيبة مع زملائهم في العمل وبالتالي لم يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مشاكل وعداوات. لكن ما يزيد عن ثلث المبحوثين أحياناً ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات، وقلة منهم دائماً ما يحدث ذلك التفاعل مشاكل وعداوات، وهذا يفسره الاختلاف في الطبائع ومدى تقبل الآخر عند التماور والتفاوض في موضوع ما.

الجدول رقم (201): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد أحدث التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل مشاكل وعداوات وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	25	71.43%	10	28.57%	35	100%
أحيانا	93	89.42%	11	10.58%	104	100%
أبدا	10	6.21%	151	93.79%	161	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 259.789		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (201) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات هم إناث بنسبة 93.79% بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات من الذكور 6.21%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات هم ذكور بنسبة 89.42%، بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات من الإناث 10.58%، ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين دائما ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات هم ذكور بنسبة 71.43% بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات من الإناث 28.57%.

من خلال أرقام الجدول يتبين أن الذكور هم من يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات أكثر من الإناث، أما الإناث فأغلبهن لم يحدث بينهن وزميلاتهن مشاكل وعداوات بسبب التفاعل عبر الفايسبوك، وهذا طبعا لأن الذكور أكثر احتكاكا وتواصلا مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك، وهذا التواصل الدائم لا محالة يفضي بين الحين والآخر إلى تصادم في الآراء بينما الإناث أقل تفاعلا أو منعدم عند الكثيرات منهن مما، يتركن الفايسبوك إلا لتبادل التهاني أو نقل أخبار بينهن.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع الزملاء في العمل يحدث مشاكل وعداوات والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 259.789 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع الزملاء في العمل يحدث مشاكل وعداوات والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع الزملاء في العمل يحدث مشاكل وعداوات بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (202): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن أحدث التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل مشاكل وعداوات وفق متغير السن

البدايل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائماً	15	42.86%	13	37.14%	7	20%	35	100%		
أحياناً	43	41.35%	35	33.65%	26	25%	104	100%		
أبداً	82	50.93%	52	32.30%	27	16.77%	161	100%		
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%		
		قيمة كاف مربع = 296.007		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4				

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (202) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أبداً ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 50.93%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبداً ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات 32.30% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبداً ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات 16.77%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أحياناً ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 41.35%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحياناً ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات 33.65% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحياناً ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع

زملائهم في العمل مشاكل وعداوات 25% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. ونجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات هم كذلك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 42.86%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات 37.14% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات 20% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

نلاحظ من خلال الجدول رغم الاختلاف في العدد بين مختلف فئات الأعمار إلا أن الأغلبية من كل فئة لم يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات، يليها عدد المبحوثين الذين أحيانا ما أحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات، ثم تليها النسبة الأقل من كل فئة من الذين دائما أحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات، وهذا إن دلّ عن شيء فإنما يدلّ على قلة حدوث المشاكل والعداوات بين مختلف الفئات العمرية بسبب التفاعل عبر الفايسبوك. وبما أن الفايسبوك فضاء للتفاعل الجماعي وخاصة في الجماعات المختلفة أو عند الردود على المناشير، فإن المتفاعلين خلاله يحسبون ألف حساب لما يكتبون أو يقولون لأنهم مراقبون من كل المتتبعين لذلك الموضوع أو غيره، وبالتالي هذا الاحترام المتبادل عبر الفضاء الأزرق يجعل المتفاعلين فيه أقل خصاما وتصادما بين بعضهم.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل في إحداث مشاكل وعداوات والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 296.007 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين هذا التفاعل عبر الفايسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل في إحداث مشاكل وعداوات بين مختلف فئات الأعمار.

1-5-12- أحدث تفاعلك عبر الفايسبوك مع زملائك في الدراسة مشاكل وعداوات:

الجدول رقم (203): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان قد أحدث التفاعل عبر

الفايسبوك مع زملاء الدراسة مشاكل وعداوات

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	33	11%
أحيانا	91	30.3%
أبدا	176	58.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (203) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أبدا لم يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات وهم 176 مبحوثا بنسبة 58.7%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أحيانا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات وهم 91 مبحوثا بنسبة 30.3%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائما ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات وهم 33 مبحوثا بنسبة 11%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح من خلال بيانات الجدول أن التفاعل عبر الفايسبوك بين أغلب أفراد عينة البحث مع زملائهم في الدراسة لم يحدث مشاكل وعداوات، مع أن هناك قلة أحدث معهم هذا التفاعل دائما مشاكل وعداوات، وهناك ما يقارب الثلث منهم أحيانا ما يحدث معهم التفاعل عبر الفايسبوك بين زملائهم مشاكل وعداوات. ويمكن تفسير ذلك بأن عينة الدراسة لديهم علاقات طيبة مع زملائهم في الدراسة بالتالي لا يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك معهم إلى مشاكل وعداوات سوى بعضا منهم لطباعهم الحادة أو لبعض المشاكل العابرة التي قد تحدث حتى مع التفاعل المباشر. حيث يمكن اعتبار الفايسبوك الوسيلة التي جمعت الزملاء بعد تفرقهم وربطتهم ببعضهم عند الابتعاد عن بعضهم، فرغم وجود بعض السلبيات فإن الإيجابيات أكثر حسب إحياء العلاقات وتوطيدها إلى صداقات.

الجدول رقم (204): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان قد أحدث التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة مشاكل وعداوات وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	30	90.91%	3	9.09%	33	100%
أحيانا	81	89.01%	10	10.99%	91	100%
أبدا	17	9.66%	159	90.34%	176	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 204.375		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (204) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات هم إناث بنسبة 90.34%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات من الذكور 9.66%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات هم ذكور بنسبة 89.01%، بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات من الإناث 10.99%، ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين دائما ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات هم ذكور بنسبة 90.91%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات من الإناث 9.09%.

يتبين من خلال الجدول أن الذكور قد أحدث التفاعل عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات، مقابل قلة من الإناث من أحدث عندهن هذا التفاعل مشاكل وعداوات بين زميلاتهن في الدراسة، لأن الذكور أكثر صداقات وتفاعلا عبر الفايسبوك مع بعضهم وكثرة التفاعل والاحتكاك يولد التشاحن سواء قليل أو كثير، أما الإناث فقلة مخالطتهن للبعيدات عنهن والاحتفاظ بالصدقات القريبات أو الجارات يكن في تقاهم واحترام بينهن.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة وإحداثه لمشاكل وعداوات والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 204.375 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين هذا التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة وإحداثه لمشاكل وعداوات والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة وإحداثه لمشاكل وعداوات بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (205): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن قد أحدث التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة مشاكل وعداوات وفق متغير السن

البدايل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائماً	28	84.85%	3	9.09%	2	6.06%	33	100%	33	100%
أحياناً	28	30.77%	40	43.95%	23	25.28%	91	100%	91	100%
أبداً	84	47.73%	57	32.38%	35	19.89%	176	100%	176	100%
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	300	100%
		قيمة كاف مربع = 241.558		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4				

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (205) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أبدا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 47.73%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات 32.38% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات 19.89%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أحياناً ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 43.95%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحياناً ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات 30.77% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحياناً ما يحدث تفاعلهم عبر

الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات 25.28% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد أغلب المبحوثين الذين دائماً ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 84.85%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائماً ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات 9.09% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائماً ما يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات 6.06% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

رغم اختلاف عدد توزيع أفراد عينة الدراسة في كل فئة من الفئات العمرية إلا أن الأغلبية من كل فئة لم يحدث التفاعل مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك مشاكل وعداوات، أي أن الذين أحدث معهم هذا التفاعل مشاكل لم يجتمعوا في فئة واحدة سوى الذين قالوا بالخيار دائماً كان معظمهم من الفئة العمرية الصغيرة، هذا لأن أصحاب هذه الفئة يضمنون الصغار الاندفاعيين الذين لا يقدرّون الرأي الآخر وأحياناً يريدون فرض وجودهم وآرائهم على الآخرين، أما ذوي الفئات العمرية الأكبر فقد قل عدد الذين أحدث التفاعل عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل أو عداوات، وهذا لأنهم من الكبار الذين يقدرّون آراء غيرهم ويتقبلون الرأي الآخر، زيادة على أن ارتباطاتهم محدودة وتكون أقل من الصغار في ذلك.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة في إحداث مشاكل وعداوات والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 241.558 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة في إحداث مشاكل وعداوات والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة في إحداث مشاكل وعداوات بين مختلف فئات الأعمار.

1-5-13- تفاعلك عبر الفايسبوك مع زملائك في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلك

معهم في الواقع:

الجدول رقم (206): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع

زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	53	17.7%
أحيانا	110	36.7%
أبدا	137	45.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (206): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أبدا ما تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 137 مبحوثا بنسبة 45.7%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أحيانا ما تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل يكون أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 110 مبحوثا بنسبة 36.7%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائما ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 53 مبحوثا بنسبة 17.7%، وهي النسبة الأقل.

يتضح من خلال الجدول بأن أغلبية المبحوثين تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل لا يكون أبدا أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع، لكنهم أقل من النصف، وأكثر من نصف المبحوثين أقرروا بأنه أحيانا أو دائما يكون التفاعل مع زملائهم عبر الفايسبوك أكثر صراحة وجرأة، ويمكن تفسير ذلك بأن اختفاء اللقاء المباشر ينزع عن الإنسان الاحتشام الزائد في الرد، فيكون الإنسان أكثر جرأة ويصرح بأشياء لا يستطيع قولها عند التقابل وجها لوجه، أما الصرحاء فإنهم لا يحتاجون للتخفي خاصة الذين لديهم علاقات وطيدة في الواقع مع زملائهم في العمل.

الجدول رقم (207): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	47	88.68%	6	11.32%	53	100%
أحيانا	74	67.27%	36	32.73%	110	100%
أبدا	7	5.11%	130	94.89%	137	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 202.447		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (207) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أبدا ما التفاعل عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع هم إناث بنسبة 94.89% بينما نسبة المبحوثين الذين أبدا ما التفاعل عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع من الذكور بنسبة 5.11%، في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أحيانا تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع هم ذكور بنسبة 67.27%، بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع من الإناث بنسبة 32.73%، ونجد أغلب المبحوثين الذين دائما تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع هم ذكور بنسبة 88.68%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع من الإناث 11.32%.

يتبين من خلال الجدول أن الذكور أكثر جرأة وصراحة مع زملائهم في العمل عند تفاعلهم عبر الفايسبوك، أما الإناث فلم يكن تفاعلهم عبر الفايسبوك أكثر جرأة وصراحة من التفاعل معهم في الواقع، ويمكن أن يرجع هذا الاختلاف إلى أن الذكور يتعاملون مع بعضهم في الواقع بشيء من التوقير والاحتشام بينما التفاعل عبر الفايسبوك أتاح لهم الفرصة ليعبروا عن حقيقة ما بداخلهم بعيدا عن أعين زملائهم ومواجهتهم، بينما الإناث يصارحن بعضهن ولا تتخلى

الواحدة منهن على حقها بالدفاع أو الهجوم حتى تظهر في موطن قوة لأن الغيرة بينهن تجعل كل واحدة جريئة وصريحة في كل الأمور.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 202.447 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (208): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
دائماً	9	16.98%	16	30.19%	28	52.83%	53	100%	
أحياناً	46	41.82%	38	34.54%	26	23.64%	110	100%	
أبداً	85	62.04%	46	33.58%	6	4.38%	137	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
		قيمة كاف مربع = 231.243		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (208) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أبداً لم يكن تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 62.04%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبداً لم يكن تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 33.58% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبداً لم يكن تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 4.38% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين أحياناً ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم

في الواقع من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 41.82%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 34.54% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 23.64%، لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، وفي حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع هم من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق بنسبة 52.83%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 30.19% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين دائما ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 16.98% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة.

يتضح من خلال الجدول أن الأصغر سنا أكثر صراحة وجرأة في الواقع مع زملائهم في العمل، وأحيانا يكون عند بعضهم الصراحة والجرأة عبر الفايسبوك أكثر من الواقع، بينما الأكبر سنا عكس ذلك، ويمكن إرجاع ذلك أن الشباب لا يبالون كثيرا بمشاعر زملائهم إذا تأذوا من صراحتهم معهم فالمهم عندهم هو إثبات ذاته والتعصب لرأيه، بينما الكبار يتغاضون عن زلات بعضهم ولا يميلون إلى التجريح عندما يتفاعلون وجها لوجه، ويجدون في التخفي وراء صفحات الفايسبوك رغبتهم في الصراحة وتوصيل ما لم يستطيعوا قوله عند التفاعل مباشرة.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 231.243 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء العمل أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع بين مختلف فئات الأعمار.

1-5-14- تفاعلك عبر الفايسبوك مع زملائك في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلك

معهم في الواقع:

الجدول رقم (209): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع

زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	60	20%
أحيانا	123	41%
أبدا	117	39%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (209) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين أحيانا ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 123 مبحوثا بنسبة 41%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين أبدا لم يكن تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 117 مبحوثا بنسبة 39%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائما ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع وهم 60 مبحوثا بنسبة 20% وهي النسبة الأقل.

يتضح من خلال معطيات الجدول أن الفايسبوك سهل لزملاء الدراسة المصارحة بينهم لأن أكثر من نصفهم قالوا بأن الفايسبوك إما أحيانا أو دائما يكون التفاعل عبره أكثر صراحة وجرأة من الواقع، لأن أغلب زملاء الدراسة يحترمون بعضهم لأنهم دائمي التلاقي بينهم وفيهم الكثير تكون بينهم قرابة أو جيرة، فيخجلون من بعض المصارحة والجرأة وجها لوجه معهم، لكن الكتابة وراء صفحات الفايسبوك يقلل هذا الاحتشام ويبوحون بما في صدورهم ولو بالتلميح. ونجد نسبة كبيرة أقرت أن التفاعل عبر الفايسبوك لم يكن أكثر صراحة وجرأة مع زملائهم من تفاعلهم معهم في الواقع، وهم الأقل استخداما للفايسبوك أو الصرحاء واقعيا، فلا يغيّر فيهم إن تخفوا وراء صفحات الفايسبوك.

الجدول رقم (210): يمثل توزيع أفراد العينة حول إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	48	%80	12	%20	60	%100
أحيانا	73	%59.35	50	%40.65	123	%100
أبدا	7	%5.98	110	94.02 %	117	%100
المجموع	128	42.7 %	172	57.3 %	300	100%
قيمة كاف مربع = 175.700		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 2		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (210) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحيانا ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع هم ذكور بنسبة 59.35% بينما نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع من الإناث 40.65%. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبدا لم يكن تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع هم إناث بنسبة 94.02%، بينما نسبة المبحوثين الذين لم يكن تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع من الذكور 5.98%، ونجد أغلب المبحوثين الذين دائما ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع هم ذكور بنسبة 80%، بينما نسبة المبحوثين الذين دائما ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع من الإناث 20%.

لقد تقارب توزيع هذا الجدول مع الجدول الذي يوزع هذا المتغير مع زملاء العمل، حيث أثر التفاعل عبر الفايسبوك في الذكور ليكونوا أكثر صراحة وجرأة مع زملائهم من التفاعل معهم في الواقع، بينما أغلب الإناث لم يكن التفاعل عبر الفايسبوك مع زميلاتهن أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع، أي أنهن صريحات مع زميلاتهن حتى في الواقع وقد فسرنا هذا التباين بين الجنسين في الجدول رقم (144).

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين ما إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 175.700 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين ما إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق فيما إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (211): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع وفق متغير السن

البدايل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائماً	40	66.67%	2	3.33%	18	30%	60	100%	60	100%
أحياناً	56	45.53%	44	35.77%	23	18.70%	123	100%	123	100%
أبداً	44	37.61%	54	46.15%	19	16.24%	117	100%	117	100%
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	300	100%
		قيمة كاف مربع = 218.794		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 4				

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (211) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أحياناً ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 45.53%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحياناً ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 35.77% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحياناً ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 18.70% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبداً لم يكن تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 46.15%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أبداً لم يكن تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة

من تفاعلهم معهم في الواقع 37.61% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يكن تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 16.24% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. وفي حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائماً تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 66.67%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائماً تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 30% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائماً تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع 3.33% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

لقد توزع ذوي الفئة العمرية الأصغر بين مختلف الخيارات مع أغلبية لمن أجابوا بالخيار "أحياناً"، بينما أغلب ذوي الفئة العمرية المتوسطة لم يكن التفاعل عبر الفايسبوك عندهم أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع، أي أنهم يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة بكل صراحة في الواقع، أما ذوي الفئة العمرية الكبيرة فقد أجاب أغلبهم أنه أحياناً يكون التفاعل عبر الفايسبوك أكثر صراحة وجرأة مع زملائهم الدراسة من التفاعل معهم في الواقع، أي أنهم يتصارعون فيما بينهم لكن في بعض القضايا تتطلب الصراحة أن يكونوا غير متقابلين وجهاً لوجه لأنهم يخجلون من ذلك.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين إن كان التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 218.794 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في التفاعل عبر الفايسبوك مع زملاء الدراسة أكثر صراحة وجرأة من التفاعل معهم في الواقع بين مختلف فئات الأعمار.

1-5-15- شُكِّلت مع زملائك في العمل مجموعة عبر الفايسبوك:

الجدول رقم (212): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع الزملاء في العمل

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	170	56.7%
لا	130	43.3%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (212) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين شكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك وهم 170 مبحوثًا بنسبة 56.7%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لم يشكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك وهم 130 مبحوثًا بنسبة 43.3% وهي النسبة الأقل.

يتضح من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين شكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك، ويمكن تفسير ذلك بأن المبحوثين يتواصلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك، فهم يحتاجون إلى معرفة كل جديد حول عملهم ويتفاهمون فيما بينهم على كل خطوة يقدمون عليها لتوحيد كلمتهم، وبالتالي يشكّلون مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك. وهذا يبين الخدمات التي يقدمها الفايسبوك في تشكيل المجموعات ذات الاهتمام المشترك، وهي من الميزات الهامة لتطبيق الفايسبوك التي استقطب بها المستخدمين. وهناك نسبة كبيرة من عينة البحث لم يشكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك، وربما يرجع ذلك لعدم الاستقرار في العمل، أو لتحفظات الإناث من الاشتراك في هاته المجموعات.

الجدول رقم (213): العمل وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	127	74.71%	43	25.29%	170	100%
لا	1	0.77%	129	99.23%	130	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%

قيمة كاف مربع = 0.741 مستوى الدلالة = 0.000 درجة الحرية = 1

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (213) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين شكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك هم ذكور بنسبة 74.71% بينما نسبة المبحوثين الذين شكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك من الإناث 25.29%، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يشكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك هم إناث بنسبة 99.23%، بينما نسبة المبحوثين الذين لم يشكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك 0.77% من الذكور.

الواضح من معطيات الجدول أن معظم الذكور إن لم نُقل كلهم مشاركين في مجموعات مع زملائهم في العمل، بينما أغلبية الإناث لم يشكلن أو يشاركن في مجموعات مع زملاء العمل، وهذا يفسره طبيعة الجنسين في المجتمع المسلم أن الإناث يتجنبن الاختلاط مع الذكور حتى في المجموعات الافتراضية، بينما الذكور يفضلون الانضمام لمثل هذه المجموعات.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تشكيل مع زملاء العمل مجموعة عبر الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.741 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1 إذا توجد فروق في تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع زملاء العمل بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (214): يمثل توزيع أفراد العينة حول تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع زملاء

العمل وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	72	42.35%	57	33.53%	41	24.12%	170	100%			
لا	68	52.31%	43	33.08%	19	14.61%	130	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
		قيمة كاف مربع = 208.848				مستوى الدلالة = 0.000				درجة الحرية = 2	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (214) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين شكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 42.35%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين شكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك 33.53% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين شكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك 24.12% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. ونجد كذلك أغلبية المبحوثين الذين لم يشكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 52.31%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يشكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك 33.08% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لم يشكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك 14.61% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

نلاحظ من خلال الجدول أن الأغلبية في كل فئة عمرية قد شكلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك ولكن بنسب مختلفة، وهم من الذكور طبعاً حسب توزيع الجدول السابق، مما يدل على أن جميع الفئات العمرية تشارك في مجموعات العمل، لما تقدمه هذه المجموعات من معلومات على المستجدات التي تخص العمل أو الزملاء.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع زملاء في العمل والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 208.848 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع زملاء في العمل والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع زملاء في العمل بين مختلف فئات الأعمار.

1-5-16- شُكِّلَتْ مع زملائك في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك:

الجدول رقم (215): يوضح توزيع ونسبة العينة حول تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع الزملاء في الدراسة

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	190	63.3%
لا	110	36.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (215) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين شكلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك وهم 190 مبحوثاً بنسبة 63.3%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لم يشكلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك وهم 110 مبحوثاً بنسبة 36.7% وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين شكّلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك ويمكن تفسير ذلك بأن المبحوثين الذين يزاولون الدراسة هم من الفئة الغالبة لعينة البحث، وبالتالي كان عدد الذين شكلوا مجموعات عبر الفايسبوك أكثر من زملاء العمل لأن الأصغر سناً أكثر تعاملًا بوسائل الاتصال الحديثة من الفئة الأكبر منهم وخاصة الذكور، وفي السنوات الأخيرة بدأت الإناث ينخرطن في المجموعات الخاصة بهن ثم حتى في المجموعات العامة والتي دوماً تشترط الاحترام في التعليقات وعدم التجريح أو الإهانة أو حتى اللغو، فيحـكفون من يتعدى على بنود المجموعة، وأكد سيزداد عدد الإناث في الانخراط وتشكيل المجموعات لأنها تجعل الفرد على علم بمستجدات الدراسة أو العمل وبالتالي إدراك أي جديد أو طارئ في أوانه.

الجدول رقم (216): يمثل توزيع أفراد العينة حول تشكيل مجموعة عبر الفايسبوك مع الزملاء في الدراسة وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	118	62.11%	72	37.89%	190	100%
لا	10	9.09%	100	90.91%	110	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة فاي = 0.656		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 1		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (216) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين شكّلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك هم ذكور بنسبة 62.11%، بينما نسبة المبحوثين الذين شكّلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك 37.89% من الإناث. في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يشكّلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك هم إناث بنسبة 90.91%، بينما نسبة المبحوثين الذين لم يشكّلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك 9.09% من الذكور.

إذن فالذكور دائماً أكبر نسبة من الإناث في تشكيل المجموعات عبر الفايسبوك بين زملاء العمل والدراسة، لأن الذكور بطبيعتهم أكثر طلاقة وحرية من الإناث خاصة في المجتمعات المسلمة، لأن الإناث ملزمات بعدم الاختلاط الذي قد يؤدي إلى تجاوزات، لذلك نجد الكثير منهن يبتعدن عن الاختلاط مع الذكور حتى في المجموعات الافتراضية، خاصة المتزوجات حتى لا تكتشف هويتهن من خلال التعليقات التي قد ينتج عنها مضايقات من طرف بعض الذكور الذين كان معهم تعارف سابقاً.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تشكيل مع زملاء في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.656 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين تشكيل مع زملاء في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1 إذا توجد فروق في تشكيل مع زملاء في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (217): يمثل توزيع أفراد العينة حول تشكيل مع زملاء في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	107	56.32%	50	26.31%	33	17.37%	190	100%	
لا	33	30%	50	45.45%	27	24.55%	110	100%	
المجموع	140	46.7 %	100	33.3 %	60	20 %	300	100%	
قيمة كاف مربع = 192.344		مستوى الدلالة = 0.000		درجة					
الحرية = 2									

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (217) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين شكلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 56.32% بينما نجد نسبة المبحوثين الذين شكلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك 26.31% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين شكلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك 17.37% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يشكلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 45.45%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يشكلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك 30% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يشكلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك 24.55% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

نلاحظ من خلال معطيات الجدول واستنادا إلى الجدول الذي قبله أن ذوي الفئة العمرية الأصغر أغلبهم شكلوا مجموعات مع زملائهم في الدراسة بما فيهم النسبة الكبيرة من الإناث، مما يبين أن الجيل الجديد من الإناث أكثر تحررا من سابقه فيما يخص الانخراط في المجموعات الافتراضية وربما قد يؤدي حتى للواقعية منها وهو ما نلاحظه وفي تزايد مستمر، فالعولمة أثرت بشكل مباشر وغير مباشر. ونجد من خلال الجدول أن النسب متطابقة عند الفئة العمرية الوسطى ومتقاربة عند الفئة الأكبر، وهذا لقلة مشاركتهم في تشكيل المجموعات وخاصة الإناث

منهم، زيادة على ذلك فيهم من غادر الدراسة منذ وقت طويل، ولم تكن توجد وقتئذ المجموعات الافتراضية، ولم يفكروا في جمع زملائهم القدامى في الدراسة حالياً.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين تشكيل مع زملاء في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 192.344 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين تشكيل مع زملاء في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في تشكيل مع زملاء في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-5-17- الفايسبوك زاد من توطد علاقتك بزملاء العمل:

الجدول رقم (218): يوضح توزيع ونسبة العينة حول ما إن قد زاد الفايسبوك من توطد

علاقتك بزملاء العمل

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	160	53.3%
لا	140	46.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (218) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء العمل وهم 160 مبحوثاً بنسبة 53.3%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء العمل وهم 140 مبحوثاً بنسبة 46.7% وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء العمل، ويمكن تفسير ذلك بأن المبحوثين يتواصلون مع زملائهم في العمل بشكل مستمر عبر الفايسبوك في المجموعة المخصصة لهم أو عبر الخاص في صفحاتهم، مما أدى إلى توطيد علاقتهم ببعض، لأن الفايسبوك سهل التواصل عبره لجميع المشاركين وبشتى الطرق، لأن التواصل والتقارب المستمر يوطد العلاقة بين المتواصلين، لأنهم يصبحون على دراية بكل جديد بينهم حتى على مستوى الحياة الخاصة فينتج عنه التزاور والتضامن فيما بينهم. أما لم توطد علاقتهم فقد يكونون

غير منخرطين في المجموعات مع زملائهم، أو من الذين يفضلون الانعزال وعدم المخالطة وخاصة الإناث والجدول الموالي يوضح ذلك.

الجدول رقم (219): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن قد زاد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء العمل وفق متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكر		الجنس	البدائل
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
%100	160	%32.5	52	%67.5	108	نعم	
%100	140	%85.71	120	%14.29	20	لا	
100%	300	57.3 %	172	42.7 %	128	المجموع	
درجة الحرية=1		مستوى الدلالة=0.000		قيمة كاف مربع= 0.807			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (219) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين زاد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء العمل هم ذكور بنسبة 67.5% بينما نسبة المبحوثين الذين زاد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء العمل 32.5% من الإناث، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء العمل هم إناث بنسبة 85.71%، بينما نسبة المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء العمل 14.29% هم ذكور.

يتبين من خلال الجدول أن أغلب الذكور قد زاد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملائهم في العمل، على العكس من الإناث اللاتي أغلبهن لم يزد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزميلاتهن، وقد فسرنا هذا الاختلاف بين مشاركة الذكور والإناث في التفاعلات المختلفة عبر الفايسبوك ومنها تشكيل المجموعات.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء العمل والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.807 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء العمل والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1 إذا توجد فروق في زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء العمل بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (220): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن قد زاد الفايسبوك من توطد العلاقة بزملاء العمل وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	106	66.25%	20	12.5%	34	21.25%	160	100%			
لا	34	24.29%	80	57.14%	26	18.57%	140	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
قيمة كاف مربع= 235.714		مستوى الدلالة= 0.000				درجة الحرية= 2					

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (220) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء العمل من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 66.25%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء العمل 21.25% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. بينما نجد نسبة المبحوثين الذين زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء العمل 12.5% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء العمل من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 57.14%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء العمل 24.29% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء العمل 18.57% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

يتضح من خلال الجدول أن الفئة الأصغر أغلبهم قد وُطد الفايسبوك من علاقتهم بزملائهم في العمل، لأنهم أكثر تواصلًا عبر الفايسبوك وكما أشاروا بمشاركة أغلبهم في المجموعات المهنية بينهم بما فيهم الإناث. بينما الفئة العمرية المتوسطة أغلبهم لم يزد الفايسبوك من توطيد علاقتهم بزملائهم، لأن أغلب هذه الفئة إناث وهن أقل تفاعلًا عبر الفايسبوك من الذكور فلذلك لا يؤثر الفايسبوك في علاقتهم. ونجد أغلب الفئة الأكبر والتي أغلبها ذكور قد زاد الفايسبوك من توطيد علاقتهم بزملائهم في العمل عند أغلبهم.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء العمل والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 235.714 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك

علاقة دالة إحصائياً بين زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء العمل والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء العمل بين مختلف فئات الأعمار.

1-5-18- الفايسبوك زاد من توطد علاقتك بزملاء الدراسة:

الجدول رقم (221): يوضح توزيع ونسبة العينة حول إن كان قد زاد الفايسبوك من توطد العلق بين زملاء الدراسة

البدايل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	172	57.3%
لا	128	42.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (221) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة وهم 172 مبحوثاً بنسبة 57.3%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة وهم 128 مبحوثاً بنسبة 42.7% وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة، ويمكن تفسير ذلك بأن المبحوثين يتواصلون مع زملائهم في الدراسة بشكل مستمر ودائم عبر صفحات الفيسبوك والمجموعات الدراسية فيما بينهم مما أدى إلى توطيد علاقتهم، وقد كان العدد أكبر من الذين توطدت علاقتهم مع زملاء العمل، لأن التواصل بين المتمدرسين أصبح من الأمور الضرورية خاصة على مستوى طلبة الجامعة لتتبع كل جديد، والتواصل بينهم وإفادة بعضهم بعض يقرب بينهم ويجعلهم دائمي التواصل مما يوطد علاقتهم.

الجدول رقم (222): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن قد زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		ذكر	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	120	69.77%	52	30.23%	172	100%
لا	8	6.25%	120	93.75%	128	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 0.744		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 1		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (222) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة هم ذكور بنسبة 69.77%، بينما نسبة المبحوثين الذين زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة 30.23% من الإناث، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة هم إناث بنسبة 93.75%، بينما نسبة المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة 6.25% من الذكور.

بيّن توزيع هذا الجدول كذلك أن معظم الذكور قد زاد الفايسبوك من توطيد علاقتهم بزميلاتهم في الدراسة، بينما الإناث فأغلبهن لم يزد الفايسبوك من توطيد علاقتهم بزميلاتهن في الدراسة، لأن الذكور أكثر تواصلًا مع زملائهم، وهم كذلك أكثر استقرارًا من الإناث، حيث يبقى الذكور غالبًا في سكن واحد، بينما يتفرقن الإناث بعد الزواج إلى أماكن عدة، وبالتالي يبتعدن عن زميلاتهن ويصعب البحث عنهن والتلاقي حتى عبر الفايسبوك إلا من باب الصدفة.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء الدراسة والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.744 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيًا بين زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء الدراسة والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1 إذا توجد فروق في زيادة الفايسبوك في توطيد العلاقة بزملاء الدراسة بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (223): يمثل توزيع أفراد العينة حول ما إن قد زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	105	61.05%	32	18.60%	35	20.35%	172	100%			
لا	35	27.34%	68	53.13%	25	19.53%	128	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
قيمة كاف مربع = 211.047		مستوى الدلالة = 0.000		درجة							
الحرية = 2											

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (223) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 61.05%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة 20.35% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين الذين زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة 18.60% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 53.13%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة 27.34% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لم يزد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة 19.53% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب ذوي الفئة العمرية الأصغر قد زاد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملاء الدراسة، لأنهم الأكثر تواصلًا عبر الفايسبوك وأنهم ما زال أغلبهم يزاول الدراسة أو حديثي العهد بمغادرة الدراسة، حيث يبقون على تواصل في المجموعات التي أنشأوها حتى بعد مغادرة الدراسة. بينما نجد أغلب ذوي الفئة العمرية الوسطى لم يزد الفايسبوك من توطد علاقتهم بزملائهم في الدراسة، لأن أغلبهم من الإناث واللاتي تواصلهن قليل ومشاركتهن في المجموعات عبر الفايسبوك كذلك ناقصة خاصة الأكبر سنا منهن. ونجد أغلب الفئة العمرية

الأكبر قد زاد الفاييسبوك من توطيد علاقتهم، هذا لأن الذكور هم الأغلب فيها وهم يتواصلون دائماً عبر الفاييسبوك وقد شكلوا مجموعات للتواصل مع زملائهم.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين زيادة الفاييسبوك في توطيد العلاقة بزملاء الدراسة والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 211.047 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين زيادة الفاييسبوك في توطيد العلاقة بزملاء الدراسة والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في زيادة الفاييسبوك في توطيد العلاقة بزملاء الدراسة بين مختلف فئات الأعمار.

1-5-19- دامت علاقتك بزملاء لك كانوا في العمل بسبب الفاييسبوك:

الجدول رقم (224): يوضح توزيع ونسبة العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفاييسبوك

النسبة المئوية	التكرار	البدايل
63.3%	190	نعم
36.7%	110	لا
100%	300	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (224) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفاييسبوك وهم 190 مبحوثاً بنسبة 63.3%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفاييسبوك وهم 110 مبحوثاً بنسبة 36.7% وهي النسبة الأقل.

يتضح بأن أغلبية المبحوثين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفاييسبوك ويمكن تفسير ذلك بأن المبحوثين بقوا على تواصل عبر الفاييسبوك مع زملائهم الذين غادروا العمل، أو إن غادروا هم العمل، لأن التواصل المستمر وتتبع أخبار بعضهم يُديم العلاقة وقد تتطور إلى صداقة أو نسب بسبب التفاعل الدائم والتقرب في معرفة حياة بعضهم الشخصية.

الجدول رقم (225): يمثل توزيع أفراد العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفايسبوك وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		ذكر	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	118	62.11%	72	37.89%	190	100%
لا	10	9.09%	100	90.91%	110	100%
المجموع	128	42.7%	172	57.3%	300	100%
قيمة كاف مربع = 0.656	مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 1			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (225) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك هم ذكور بنسبة 62.11%، بينما نسبة المبحوثين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك 37.89% من الإناث، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك هم إناث بنسبة 90.91%، بينما نسبة المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك 9.09% من الذكور.

يتبين من خلال الجدول أن أغلبية الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك من الذكور بينما أغلبية الإناث لم يكن الفايسبوك سببا في دوام علاقتهم بزميلات لهن كن في العمل، هذا لأن الذكور يقيمون علاقات مع زملاء العمل أكثر من الإناث وهم أكثر انخراطا في مجموعات العمل أكثر من الإناث، بينما الإناث لا تهمن زمالة العمل كثيرا، وقد ينسون من يعملون معهم بمجرد مغادرة مؤسسة العمل.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.656 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1 إذا توجد فروق في دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (226): يمثل توزيع أفراد العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفايسبوك وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	110	57.89%	48	25.26%	32	16.84%	190	100%			
لا	30	27.27%	52	47.27%	28	25.46%	110	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
قيمة كاف مربع = 192.344		مستوى الدلالة = 0.000		درجة							
الحرية = 2											

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (226) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 57.89%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك 25.26% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك 16.84% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 47.27%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك 27.27% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك 25.46% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق.

لقد كانت الفئة العمرية الأصغر متأثرة دائما بالتفاعل عبر الفايسبوك، حيث أقر أغلبهم هذه المرة كذلك بأنهم قد دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك، لأنه كما أشرنا سابقا أن التواصل والتفاعل الدائم عبر الفايسبوك هو الذي ينتج التأثيرات المختلفة من اتصال بعدي ومنه إلى الاستمرارية في التقارب، بينما نجد الفئتين العمريتين الوسطى والكبرى تتقارب النسب بين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك، وبين الذين لم تدم لهم علاقة بسبب الفايسبوك، لأن الأكبر سنا يميلون إلى العلاقات المباشرة أكثر

من العلاقات الافتراضية وخاصة الإناث، لأنهن يرين أن التواصل الدائم يؤدي إلى التسبب وكثرة العلاقات التي يرفضها الأب أو الزوج، وبالتالي لم يتأثرن كثيرا في علاقات الزمالة عبر الفاييسبوك.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفاييسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 192.344 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائية بين دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفاييسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في دوام العلاقة بزملاء كانوا في العمل بسبب الفاييسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-5-20- دامت علاقتك بزملاء لك كانوا في الدراسة بسبب الفاييسبوك:

الجدول رقم (227): يوضح توزيع ونسبة العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة

بسبب الفاييسبوك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	212	70.7%
لا	88	29.3%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (227): نلاحظ أن أغلبية المبحوثين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفاييسبوك وهم 212 مبحوثا بنسبة 70.7%، وهي النسبة الأعلى، يليها عدد المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفاييسبوك وهم 88 مبحوثا بنسبة 29.3% وهي النسبة الأقل.

يتضح من خلال الجدول بأن أغلبية المبحوثين والذي فاق الثلثين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفاييسبوك ويمكن تفسير ذلك بأن المبحوثين يتواصلون مع زملائهم في الدراسة باستمرار مما أدى إلى دوام العلاقات بينهم، وأن الدراسة تستقطب العلاقات بين الزملاء أكثر من العمل خاصة عند الفئات العمرية الأصغر، وأن علاقات الدراسة تستهوي الإناث كذلك لأنهن ما زلن متفرغات إلى هاته العلاقات قبل الانشغال بالزواج والأسرة.

الجدول رقم (228): يمثل توزيع أفراد العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		إناث		ذكر	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	120	56.60%	92	43.40%	212	100%
لا	8	9.09%	80	90.91%	88	100%
المجموع	128	42.7 %	172	57.3 %	300	100%
قيمة كاف مربع = 0.556		مستوى الدلالة = 0.000		درجة الحرية = 1		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (228) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك هم ذكور بنسبة 56.60%، بينما نسبة المبحوثين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك 43.40% من الإناث، في حين نجد أغلبية المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك هم إناث بنسبة 90.91%، بينما نسبة المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك 9.09% من الذكور.

كما أشرنا في التفسير بيانات الجدول السابق أن الإناث تستهوين علاقات الدراسة أكثر من علاقات العمل، فمقارنة بجدول دوام علاقات العمل حسب متغير الجنس نجد عدد الذكور مستقر، لكن عدد الإناث زاد بنسبة معتبرة، أما الذكور فيميلون لكل العلاقات المهنية والدراسية وغيرها، وعموما فقد جدد الفايسبوك العلاقات وزاد في دوامها بسبب التواصل والتفاعل الدائمين لكلا الجنسين والذكور بنسبة أكبر.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 0.556 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 1 إذا توجد فروق في دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (229): يمثل توزيع أفراد العينة حول دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	109	51.42%	72	33.96%	31	14.62%	212	100%	
لا	31	35.23%	28	31.82%	29	32.95%	88	100%	
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%	
قيمة كاف مربع = 202.744		مستوى الدلالة = 0.000		درجة					
الحرية = 2									

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (229) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 51.42% بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك 33.96% من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك 14.62% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. ونجد كذلك أغلبية المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 35.23%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك 32.95% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ونجد نسبة المبحوثين الذين لم تدم علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك 31.82% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

من الواضح خلال الجدول وبزيادة عدد الإناث في الإجابة بنعم لدوام العلاقة مع زملاء لهم كانوا في الدراسة، نجد أغلب كل الفئات العمرية قد دامت علاقتهم بزملاء لهم كان في الدراسة بسبب التواصل عبر الفايسبوك ولو أن النسب مختلفة بينهم وذلك لاختلاف عدد المبحوثين في كل فئة وعدد الذكور والإناث فيها. ومنه فالفايسبوك قد أثر في مختلف الفئات العمرية بدوام العلاقة بين الزملاء بعد الدراسة، حيث أن كل ذوي الفئات العمرية يحثون إلى

علاقات الزمالة والمحافظة عليها لأنها تذكرهم بالطفولة وأيام التحرر من الالتزامات التي أصبحت تثقل كاهلهم.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 202.744 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في دوام العلاقة بزملاء كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك بين مختلف فئات الأعمار.

1-5-21- تشعر بالتذمر من استخدام الفايسبوك وتفكر في اعتزاله:

الجدول رقم (230): يوضح توزيع ونسبة العينة حول الشعور بالتذمر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزاله

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	51	17%
أحياناً	175	58.3%
أبداً	74	24.7%
المجموع	300	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (230) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحياناً ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله وهم 175 مبحوثاً بنسبة 58.3%، وهي النسبة الأعلى يليها عدد المبحوثين الذين أبداً ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله وهم 74 مبحوثاً بنسبة 24.7%، ويليهما عدد المبحوثين الذين دائماً ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله وهم 51 مبحوثاً بنسبة 17%، وهي النسبة الأقل.

ويتضح بأن أغلبية المبحوثين أحياناً ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله، بينما الربع منهم تقريباً لا يفكر في ذلك، ونسبة قليلة منهم دائماً يتذمرون من الفايسبوك ويفكرون في اعتزاله، ويمكن تفسير ذلك بأن الكثير من عينة الدراسة يشعرون أحياناً بالتضايق من الفايسبوك لأنه يستهلك كثيراً من وقتهم لتتبع المستجدات المختلفة والعلاقات البعيدة على حساب وقت جلوسهم مع عائلاتهم والتزاماتهم الأسرية المختلفة. ونرجع هذا الاختلاف في الآراء

في التذمر من الفايسبوك والتفكير في اعتزاله إلى الاختلاف في طريقة الاستخدام، فالمرشدون في استخدامه ويتحكمون في ذلك لا يشعرون بهذا التذمر. بينما الغارقون في استخدامه وأدمنوا عليه يجدون التضايق من أسرهم ويشعرون بالتقريب في علاقاتهم الأسرية.

الجدول رقم (231): يمثل توزيع أفراد العينة حول الشعور بالتذمر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزاله وفق متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكر		البدائل
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%100	51	%21.57	11	%78.43	40	دائماً
%100	175	%56	98	%44	77	أحياناً
%100	74	85.14 %	63	%14.86	11	أبداً
100%	300	57.3 %	172	42.7 %	128	المجموع
درجة الحرية=2		مستوى الدلالة=0.000		قيمة كاف مربع= 123.728		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (231) نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين أحياناً ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله هم إناث بنسبة 56% بينما نسبة المبحوثين الذين أحياناً ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله من الذكور 44%. ونجد كذلك أغلب المبحوثين الذين أبداً ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله هم إناث بنسبة 85.14%، بينما نسبة المبحوثين الذين أبداً ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله من الذكور 14.86%. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين دائماً ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله هم ذكور بنسبة 78.43% بينما نسبة المبحوثين الذين دائماً ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله من الإناث 21.57%.

يتضح من خلال رؤية عامة للجدول أن الذكور أكثر تذمراً وتفكيراً في اعتزال الفايسبوك من الإناث. وهذا إن دلّ على شيء فإنّما يدل على أن الذكور يستخدمون الفايسبوك بشكل مفرط ولو على حساب الأهل، بينما الإناث أقل استخداماً خاصة في أوقات تجمع العائلة والالتزامات العائلية حسب ما أقرّوه في الإجابات السابقة. لأن الإناث لا يستطيعن التعسف ويقمن بتلبية أمر

آبائهن أو أزواجهن وحتى أبنائهن، وبالتالي ويصفح الفايسبوك في أوقات فراغهن، بينما الذكور بحكم قوامتهم في الأسرة وشعورهم بالإمارة على من حولهم من الأسرة وخاصة الكبار، يقومون بتصفح الفايسبوك متجاهلين واجبهم في تفقد أحوال عائلاتهم والجلوس معهم، لكن حتى وإن تجاهلوا هذا علنا ففي داخلهم تأنيب لضمائرهم عن هذا التقصير.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الشعور بالتذمر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزاله والجنس حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 123.728 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين الشعور بالتذمر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزاله والجنس عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 2، إذا توجد فروق في الشعور بالتذمر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزاله بين الذكور والإناث.

الجدول رقم (232): يمثل توزيع أفراد العينة حول الشعور بالتذمر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزاله وفق متغير السن

البدائل	السن		من 15 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		من 37 سنة فما فوق		المجموع		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
دائماً	30	58.82%	3	5.88%	18	35.29%	51	100%			
أحيانا	69	39.43%	86	49.14%	20	11.43%	175	100%			
أبداً	41	55.41%	11	14.86%	22	29.73%	74	100%			
المجموع	140	46.7%	100	33.3%	60	20%	300	100%			
قيمة كاف مربع = 284.255		مستوى الدلالة = 0.000				درجة الحرية = 4					

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (232) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أحيانا ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله من ذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة بنسبة 49.14%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله 39.43% من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة، ونجد نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله 11.43% لذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق. في حين نجد أغلب المبحوثين الذين أبداً ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 55.41%، بينما

وجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله 29.73% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ووجد نسبة المبحوثين الذين أبدا ما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله 14.86% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة. ووجد كذلك أغلب المبحوثين الذين دائما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله هم من ذوي الأعمار من 15 إلى 25 سنة بنسبة 58.82%، بينما نجد نسبة المبحوثين الذين دائما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله 35.29% من ذوي الأعمار من 37 سنة فما فوق، ووجد نسبة المبحوثين الذين دائما يشعرون بالتذمر من استخدام الفايسبوك ويفكرون باعتزاله 5.88% لذوي الأعمار من 26 إلى 36 سنة.

يتبين من خلال الجدول أن أغلب ذوي الفئة العمرية الصغيرة أحيانا يتذمرون من الفايسبوك ويفكرون في اعتزاله ونسبة معتبرة منهم لا يفكرون في ذلك والنسبة الأقل دائما يتذمرون ويفكرون في الاعتزال، بينما معظم الفئة العمرية الوسطى أحيانا ما يتذمرون من الفايسبوك ويفكرون في اعتزاله. ونلاحظ أن الفئة العمرية الأكبر توزع اختياريهم بالتقارب بين مختلف البدائل. وهذا يبين أن مختلف الفئات العمرية يتذمرون من استخدام الفايسبوك ويفكرون في اعتزاله لكن بنسب مختلفة، ترجع للاختلاف بين الجنسين كما لاحظنا في الجدول السابق، وإلى مستوى استخدام الفايسبوك عند مختلف الفئات العمرية.

ويتضح أن هناك علاقة قوية بين الشعور بالتذمر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزاله والسن حيث وجدنا قيمة كاف مربع تساوي 284.255 بمستوى الدلالة يساوي 0.000 أي أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين الشعور بالتذمر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزاله والسن عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة حرية 4، إذا توجد فروق في الشعور بالتذمر من استخدام الفايسبوك والتفكير باعتزاله بين مختلف فئات الأعمار.

2- مناقشة النتائج:

2-1 مناقشة النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة:

- النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الأول: والذي نصّه: " ماهي أهم أنماط وعادات استخدام موقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) لدى عينة البحث ".
من خلال تحليلنا للاستمارة الموجهة لعينة الدراسة اتضح أن:

- أغلب المبحوثين يستخدمون الفاييسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات وهم بنسبة 50%.
- أغلب المبحوثين معدل استخدامهم الفاييسبوك من ساعة إلى ساعتين وهم بنسبة 46.67%.
- أغلب المبحوثين يتصفحون الفاييسبوك في كل الأوقات وهم بنسبة 56.67%.
- أغلب المبحوثين يتصفحون الفاييسبوك بالهاتف الذكي وهم بنسبة 87.33%.
- أغلب المبحوثين عدد أصدقائهم في الفاييسبوك أقل من 150 صديق وهم بنسبة 60.67%.
- أغلب المبحوثين مكان استخدامهم الفاييسبوك خارج المنزل وداخله وهم بنسبة 62%.
- أغلب المبحوثين يتصفحون الفاييسبوك لوحدهم وهم بنسبة 57.33%.

من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الأول القائل: " ماهي أهم أنماط وعادات استخدام موقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) لدى عينة البحث"، حيث أنها تبدو جلية من خلال استخدام أغلب عينة البحث الفاييسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات، بالإضافة إلى استخدامهم اليومي له من خلال التصفح في كل الأوقات وبالهاتف الذكي، ويبلغ متوسط عدد أصدقائهم عبر الفاييسبوك أقل من 150 صديق، وأغلبهم يقومون بتصفح الفاييسبوك بمفردهم خارج وداخل منزلهم، وكل هاته المؤشرات تبين أهم عادات وأنماط الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) لدى عينة الدراسة، بالتالي نقول أن لعينة الدراسة أنماط وعادات عديدة ومختلفة في استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك).

- النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الثاني: والذي نصّه: " ما علاقة استخدام موقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) بتغير الروابط الأسرية والقرابية لدى عينة البحث؟".
من خلال تحليلنا للاستمارة الموجهة لعينة الدراسة اتضح أن:

- معظم المبحوثين لديهم صداقات مع أفراد أسرهم على موقع فايسبوك وهم بنسبة 94%.

- معظم المبحوثين لديهم صداقات مع أفراد أقاربهم على موقع فايسبوك وهم بنسبة 93.3%.
- أغلب المبحوثين أحيانا ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرتهم وهم بنسبة 74%.
- أغلب المبحوثين أحيانا ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أقاربهم وهم بنسبة 65%.
- أغلب المبحوثين لا يقضون وقتا في تصفح الفايسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسونه مع أفراد أسرتهم وهم بنسبة 53%.
- نصف المبحوثين يشتكي أفراد الأسرة من تصفحهم الفايسبوك بدل الجلوس معهم بنسبة 50%.
- أغلب المبحوثين لا يتناقلون في تلبية طلب أفراد أسرتهم أثناء تصفحهم الفايسبوك وهم بنسبة 52%.
- أغلب المبحوثين لم يقل تفاعلهم مع أسرتهم منذ بدء استخدامهم الفايسبوك وهم بنسبة 72%.
- أغلب المبحوثين أحيانا ما يكون التواصل مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة وهم بنسبة 53.3%.
- أغلب المبحوثين أحيانا ما يكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم في المناسبات بدل الذهاب إليهم وهم بنسبة 53%.
- أغلب المبحوثين لم تنقص زيارتهم لأقاربهم بعد استخدامهم الفايسبوك في التواصل الاجتماعي وهم بنسبة 80%.
- أغلب المبحوثين علاقتهم بقت على حالها ولم تصبح وطيدة أكثر مع أقاربهم بسبب التواصل معهم عبر الفايسبوك وهم بنسبة 53.3%.

من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الثاني القائل: " ما علاقة استخدام موقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) بتغير الروابط الأسرية والقربانية لدى عينة البحث "، حيث أن معظم المبحوثين لديهم صداقات مع أفراد أسرتهم وأقاربهم على موقع فايسبوك، وأن أغلبهم أحيانا ما يقومون بتصفح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرتهم وأقاربهم، بالإضافة الى أنهم لا يقضون وقتا في تصفح الفايسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسونه مع أفراد أسرتهم وأقاربهم، وأنهم لا يتناقلون في تلبية طلب أفراد أسرتهم أثناء تصفح الفايسبوك، وكذلك لم يقل

تفاعلهم مع أسرته منذ بدأ استخدامهم الفايسبوك بالإضافة الى أن أغلب المبحوثين أحيانا ما يتواصلون مع أقاربهم عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التواصل معهم مباشرة، ويكتفون بإرسال التهاني عبر الفايسبوك لأقاربهم في المناسبات بدل الذهاب إليهم، لكن لم تنقص زيارتهم لأقاربهم بعد استخدامهم الفايسبوك في التواصل الاجتماعي، وعلاقتهم لم تصبح وطيدة أكثر مع أقاربهم بسبب التواصل عبر الفايسبوك، وكل هاته المؤشرات تبين مدى علاقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) بتغير الروابط الأسرية والقريبة لدى عينة الدراسة بين السلبية منها والإيجابية.

- النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الثالث: والذي نصّه: " ما علاقة استخدام موقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) بتغير روابط الجيرة والصدقة لدى عينة البحث ".
من خلال تحليلنا للاستمارة الموجهة لعينة الدراسة اتضح أن:

- النسبة الغالبة من المبحوثين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع أغلب أصدقائهم في الواقع ونسبتهم 47%.
- أغلب المبحوثين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض جيرانهم وهم بنسبة 54.7%.
- أغلب المبحوثين أحيانا ما يقضون وقتا بالفايسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه وهم بنسبة 53.3%.
- أغلب المبحوثين أحيانا ما يسهل الفايسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم وهم بنسبة 55.3%.
- أغلب المبحوثين أحيانا ما يسهل عليهم الفايسبوك الاطلاع على أحوال أصدقائهم وما استجد عندهم وهم بنسبة 54.7%.
- أغلب المبحوثين أحيانا ما يفضلون تفقد أحوال أصدقائهم (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت وهم بنسبة 72.3%.
- النسبة الأغلب من المبحوثين لا يرسلون التعليقات على المواضيع التي ينشرها جيرانهم عبر الفايسبوك وهم بنسبة 44.7%.
- أغلب المبحوثين لم تقل زيارتهم لأصدقائهم في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم الفايسبوك وهم بنسبة 80%.

- أغلب المبحوثين علاقتهم مع أصدقائهم بعد استخدامهم للفايسبوك بقيت على حالها وهم بنسبة 59.7%.
- أغلب المبحوثين علاقتهم مع جيرانهم بعد استخدامهم للفايسبوك بقيت على حالها وهم بنسبة 72.7%.
- أغلب المبحوثين أحيانا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم بدل العلاقات عبر الفاييسبوك وهم بنسبة 72.7%.
- أغلب المبحوثين أحيانا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانهم بدل العلاقات عبر الفاييسبوك وهم بنسبة 54.7%.

من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الثالث القائل: " ما علاقة استخدام موقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) بتغير روابط الجيرة والصدقة لدى عينة البحث"، حيث أنها تبدو واضحة من خلال أن أغلب المبحوثين لديهم صداقات عبر الفاييسبوك مع أصدقائهم وجيرانهم في الواقع، فهم أحيانا ما يقضون وقتا بالفايسبوك مع أصدقائهم الواقعيين أكثر من الوقت الذي يقضونه معهم وجها لوجه، وكذلك أحيانا ما يسهّل الفاييسبوك عليهم الاطلاع على أحوال جيرانهم وأصدقائهم ويفضلون تفقد أحوال أصدقائهم وجيرانهم (في الواقع) عبر الفاييسبوك اختصارا للوقت، لكن لم تقل زيارتهم لأصدقائهم في المناسبات وغيرها بعد استخدامهم الفاييسبوك وأن علاقتهم مع أصدقائهم وجيرانهم بعد استخدامهم للفايسبوك بقيت على حالها، فهم أحيانا ما يفضلون العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائهم وجيرانهم بدل العلاقات عبر الفاييسبوك. وهذه المؤشرات توضح علاقة استخدام موقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) بتغير روابط الجيرة والصدقة لدى عينة البحث، حيث نستنتج منها الانسحاب التدريجي للعلاقات بين الأصدقاء والجيران من الواقع إلى العلاقات الافتراضية عبر الفاييسبوك.

- النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الرابع: والذي نصّه: " ما علاقة استخدام موقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) بتغير روابط الزمالة في العمل والدراسة لدى عينة البحث".

من خلال تحليلنا للاستمارة الموجهة لعينة الدراسة اتضح أن:

- النسبة الغالبة من المبحوثين لديهم صداقات عبر الفاييسبوك مع بعض زملائهم في العمل وهم بنسبة 42%.

- أغلب المبحوثين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في الدراسة وهم بنسبة 44.3%.
- أغلب المبحوثين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم وهم بنسبة 52.7%.
- أغلب المبحوثين أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في الدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم وهم بنسبة 51.7%.
- أغلب المبحوثين لم يحدث وأن صادقوا زملاء لهم في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وهم بنسبة 52%.
- أغلب المبحوثين حدث وأن صادقوا زملاء لهم في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك وهم بنسبة 51.7%.
- النسبة الغالبة من المبحوثين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع وهم بنسبة 49%.
- أغلب المبحوثين أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع وهم بنسبة 51%.
- أغلب المبحوثين قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في العمل وهم بنسبة 57%.
- أغلب المبحوثين قرّبهم الفايسبوك من زملائهم في الدراسة وهم بنسبة 64.3%.
- أغلب المبحوثين لم يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل مشاكل وعداوات وهم بنسبة 53.7%.
- أغلب المبحوثين لم يحدث تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة مشاكل وعداوات وهم بنسبة 58.7%.
- النسبة الغالبة من المبحوثين تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في العمل لم يكن أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع وهم بنسبة 45.7%.
- النسبة الأغلب من المبحوثين أحيانا ما يكون تفاعلهم عبر الفايسبوك مع زملائهم في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلهم معهم في الواقع وهم بنسبة 41%.
- أغلب المبحوثين شكّلوا مع زملائهم في العمل مجموعة عبر الفايسبوك وهم بنسبة 56.7%.

- أغلب المبحوثين شكّلوا مع زملائهم في الدراسة مجموعة عبر الفايسبوك وهم بنسبة 63.3%.
- أغلب المبحوثين زاد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء العمل وهم بنسبة 53.3%.
- أغلب المبحوثين زاد الفايسبوك من توطّد علاقتهم بزملاء الدراسة وهم بنسبة 57.3%.
- أغلب المبحوثين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في العمل بسبب الفايسبوك وهم بنسبة 63.3%.
- أغلب المبحوثين دامت علاقتهم بزملاء لهم كانوا في الدراسة بسبب الفايسبوك وهم بنسبة 70.7%.
- أغلب المبحوثين أحيانا ما يشعرون بالتذمّر من استخدام الفايسبوك ويفكرون في اعتزاله وهم بنسبة 58.3%.

من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الرابع القائل: " ما علاقة استخدام موقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) بتغير روابط الزمالة في العمل والدراسة لدى عينة البحث"، حيث تبين أن أغلبية المبحوثين لديهم صداقات عبر الفايسبوك مع بعض زملائهم في العمل والدراسة فهم أحيانا ما يتجاهلون بعض زملائهم في العمل والدراسة عند تصفحهم الفايسبوك ولا يطلبون صداقتهم، وكذا أحيانا ما يتفاعلون مع زملائهم في العمل والدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلهم معهم في الواقع، بحيث شكّلوا مع زملائهم في العمل والدراسة مجموعة عبر الفايسبوك، مما زاد من توطّد ودوام علاقتهم بزملاء العمل والدراسة، لكنهم أحيانا ما يشعرون بالتذمّر من استخدام الفايسبوك ويفكرون في اعتزاله، وكل هاته المؤشرات توضح علاقة استخدام موقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) بتغير روابط الزمالة في العمل والدراسة لدى عينة البحث، حيث كان تغيرا إيجابيا في معظمه لما عزّز هاته الروابط بتشكيل مجموعات عبر الفايسبوك ودوام العلاقة بعد مغادرة العمل أو الدراسة بسبب هذا التواصل الدائم والتلاقي بعد غياب عبر صفحات الفايسبوك.

ويعتبر السؤال الأخير في الاستبيان عاما ولا يخص المحور الأخير فقط بل يبحث في رأي المستخدم للفايسبوك من حيث الرضى والتذمّر من هذا الاستخدام والتفكير في الانعزال من عدمه، ليبين إن كان مردود الفايسبوك بالنسبة للمستخدم من حيث الإيجابية والسلبية.

2-2 - مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة:

لقد كانت الدراسات السابقة بمثابة البوصلة للدراسة الحالية في كل مراحلها، لكن لا يعني هذا أن نتائج هذه الدراسة ستكون متطابقة مع النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة والتي ذكرنا أهم نتائجها في الفصل الأول، وهذا لاختلاف مجتمع الدراسة والبيئة المحيطة به والوقت الذي تمت فيه كل دراسة، لذلك وجدنا اتفاقاً في بعض النقاط واختلافاً في أخرى، وبما أن هدف الدراسة الحالية هو البحث في إن كان هناك علاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي وتغيير الروابط الاجتماعية بالمجتمع، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن الفايسبوك - باعتباره أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي - سهّل التواصل بين الأقارب والأصدقاء وكذا الزملاء، لكن من أهم الآثار السلبية له هو قلة التفاعل الأسري، وتوافقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة حنان بنت شعشوع الشهري، تحت عنوان "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية". وقد توافقت الدراسة الحالية مع ما توصلت إليه دراسة مريم نريمان نومار، التي عنوانها "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية"، بأن هناك فروق بين الذكور والإناث، وأن استخدام موقع فايسبوك يؤثر على الاتصال والتفاعل المواجهي بين المستخدمين مع أسرهم وأقربائهم وأصدقائهم، ويؤدي ذلك إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي. ومن خلال ما تمّ استنتاجه من الدراسة الحالية وهو أن العلاقات عبر شبكات التواصل الاجتماعي تكون على حساب الأهل والأصدقاء وتجمع العائلة، وهو ما توصلت إليه دراسة كل من أحمد خطابي وفاطمة الغرابوي تحت عنوان "التواصل من خلال الشبكات الاجتماعية وانعكاساته على العلاقات الاجتماعية المباشرة". وعموماً يمكن القول إن أغلب الدراسات السابقة إن لم نقل كلها أجمعت على أن هناك علاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والمجتمع، حيث أن لها تأثير سلبي على العلاقات والتفاعل الأسريين، كما أجمعت الدراسات على أن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي يكون بشكل تدريجي ومرحلي وحسب طبيعة الاستخدام، وهو ما توافقه الدراسة الحالية من خلال الاستنتاج لمختلف استجابات عينة الدراسة. أما أوجه الاختلاف فقليلة بين الدراسة الحالية ومختلف الدراسات السابقة التي عرضناها خلال الفصل الأول، ففي طبيعة الاستخدام للفايسبوك نجد أن أغلب أفراد عينة الدراسة الحالية يقضون من الوقت من ساعة إلى ساعتين في استخدام الفايسبوك، بينما تقضي النسبة الأكبر في دراسة "مريم نريمان نومار" أكثر من ثلاث ساعات في استخدام الفايسبوك.

كما اختلفت الدراسة الحالية مع ما توصلت إليه دراسة أسماء عصام محمد اليوسف والتي عنوانها "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية في محافظة أربد" بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس وأثر مواقع التواصل الاجتماعي، بينما تبين من خلال إحصائيات الدراسة الحالية أن الذكور أكثر تأثراً من الإناث باستخدام الفايسبوك.

3- النتائج العامة للدراسة:

من خلال تحليلنا التساؤلات الجزئية للدراسة اتضح أن:

- هناك العديد من الأنماط والعادات في استخدام مجتمع مدينة الوادي لشبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك).
- هناك علاقة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) بتغير الروابط الأسرية والقربانية في مجتمع مدينة الوادي.
- هناك علاقة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) بتغير روابط الجيرة والصدقة في مجتمع مدينة الوادي.
- هناك علاقة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) بتغير روابط الزمالة في العمل والدراسة في مجتمع مدينة الوادي.

من خلال هذه النتائج الجزئية نجيب على التساؤل الرئيسي القائل: " ما علاقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بتغير الروابط الاجتماعية في مجتمع مدينة الوادي" وتبدو هذه العلاقة جلية من خلال وجود العديد من الأنماط والعادات لاستخدام الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) كانت لها علاقة بوجود العديد من الانعكاسات لاستخدام الفايسبوك على نمط العلاقات الأسرية والقربانية، حيث قلّ الاجتماع المباشر مع الأسرة والأقارب وحلّ محله الاجتماع الافتراضي مع الأصدقاء عبر الفايسبوك مما أدى إلى تدمر أفراد الأسرة من هذا الانعزال، والذي ينجم عنه التصادم والتفكك في بعض الأحيان. وهناك العديد من الانعكاسات أيضا لاستخدام الفايسبوك على نمط العلاقات مع الأصدقاء والجيران في مجتمع مدينة الوادي أدى إلى تفضيل التواصل عبر الفايسبوك في كثير من الأحيان على التواصل المواجهي لاختصار الوقت وهو ما يؤدي إلى الانسحاب التدريجي من العلاقات الواقعية إلى العلاقات الافتراضية، مع أن الزيارات بينهم حاليا لم تقل وعلاقتهم معهم بقت على حالها.

وكذلك هناك العديد من الانعكاسات لاستخدام الفايسبوك على نمط العلاقات مع زملاء العمل والدراسة والتي كانت أغلبها إيجابية حيث كان للفايسبوك علاقة واضحة في تسهيل التواصل بين الزملاء وإحياء علاقات كادت تندثر بسبب التباعد والانشغال وعدم التلاقي. وبالتالي يمكن القول إن شبكات التواصل الاجتماعي ممثلة في الفايسبوك قد بَعَدَت القريب نوعا ما وقربت البعيد، وهذا تغير في الروابط الاجتماعية، حيث تضعف هاته الروابط بين المتقاربين مكانيا بسبب العزلة التي يفرضها الأفراد على أنفسهم مع هواتفهم أو حواسيبهم. بينما تقوى الروابط الاجتماعية مع الأصدقاء الافتراضيين ولو كانوا بعيدين عنهم.

خلاصة الفصل

لقد شمل هذا الفصل في جزئه الأول تحديد الإجراءات المنهجية للدراسة لتوضيح الخطوات العلمية التي تم اتباعها في التعامل مع موضوع الدراسة قصد الوصول إلى نتائج موضوعية وحقائق حول الظاهرة المدروسة، حيث تم تقديم المنهج المتبع في الدراسة والمجالين الزمني والمكاني اللذان تمت فيهما هذه الدراسة، ثم توضيح أدوات جمع البيانات مع التعريف بمجتمع البحث والعينة وكيفية اختيارها، وتمّ التطرق كذلك إلى الأساليب الإحصائية التي استخدمت في التحقق من مصداقية أداة جمع البيانات وكذا تحويل البيانات إلى أرقام قصد تكميمها. وفي الجزء الثاني من هذا الفصل تمّ تفرغ البيانات في جداول مع التفسير والتحليل، وصولاً إلى النتائج الأولية ومناقشتها في ظل التساؤلات الفرعية للدراسة، وكذا الدراسات السابقة ثم الإجابة عن التساؤل الرئيس للدراسة، حيث توصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي وتغير الروابط الاجتماعية في مجتمع مدينة الوادي بمستويات مختلفة بين متغيرات الدراسة.

الخاتمة

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك، من أهم ما أنتجت التكنولوجيا الحديثة من وسائل وتطبيقات إلكترونية كان لها الدور الفعال في تغيير خريطة العلاقات الاجتماعية، وقد خاضت العديد من البحوث والدراسات في هذا الموضوع بهدف الوقوف على تأثيراتها المختلفة، وقد هدفنا في دراستنا هاته للوصول إن كان لشبكات التواصل الاجتماعي علاقة في تغير الروابط الاجتماعية بمجتمع مدينة الوادي الجزائرية باعتبارها المدينة التي يقطنها الباحث، وقد حدّدنا أهم العلاقات للفرد وهي العلاقات الأسرية والقريبة وكذا علاقات الجيرة والصداقة وعلاقات الزمالة في العمل والدراسة للبحث فيها، وبعد القراءة في الدراسات السابقة وتحليلنا للمعطيات الميدانية لدراستنا هاته تبين أن لشبكات التواصل الاجتماعي ممثلة في الفيسبوك علاقة بتغير الروابط الاجتماعية (العلاقات الاجتماعية)، حيث أوجدت هاته الشبكات علاقات افتراضية موازية زاحمت العلاقات الواقعية، فحلت محلها أحيانا وتوازت معها في أحيان أخرى، ويرجع هذا الاختلاف في مدى العلاقة إلى طبيعة استخدام الفرد لهاته الشبكات ونمط تعامله معها، فالإدمان عليها يؤدي إلى الانعزال من العلاقات الاجتماعية الواقعية والانسحاب إلى العلاقات الافتراضية التي تحتضنها شبكات التواصل الاجتماعي، أما الاستخدام المعتدل لهاته الشبكات من شأنه أن يساعد الفرد على التوازن بين النمطين من العلاقات، لكن تبقى العلاقات الأسرية أول متضرر من ظهور العلاقات الافتراضية، بينما علاقات الزمالة فقد استفادت من تعزيز العلاقات الافتراضية لها وتجديدها وإمكانية تحويلها إلى علاقات واقعية، وتبين أن أغلب علاقات القرابة والجيرة والصداقة بقت على حالها أي أنها لم تتأثر كثيرا بظهور العلاقات الافتراضية. ونستنتج من كل هذا أن لشبكات التواصل الاجتماعي علاقة بتغير الروابط الاجتماعية في المجتمع، وتزداد قوة العلاقة بزيادة الاستخدام والإدمان على تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، بينما تضعف العلاقة هذه العلاقة بقلّة الاستخدام، ويتراوح هذا التغير بين السلب والإيجاب، فيكون التأثير السلبي بالدرجة الأولى على العلاقات والروابط الأسرية ثم القربية منها، بينما يكون التأثير الإيجابي على روابط الزمالة أو الصداقات الجديدة والافتراضية والتي قد تتحول إلى واقعية في أي وقت، وكانت العلاقة متوسطة في تغير روابط الجيرة والصداقة، وبالتالي فإن شبكات التواصل الاجتماعي يمكن القول أنها بَعَدت القريب وقَرَّبَت البعيد، لأن الاستخدام المتواصل للفرد لها يكون على حساب القريبين منه وهم الأسرة والأقارب، لأنه اهتم بالأبعد وكوّن علاقات جديدة عبر العالم

الافتراضي، وفي كثير من الأحيان يتحول هذا التواصل والتفاعل الوسيطى عبر المواقع إلى تواصل وتفاعل مواجهى فى الواقع، لكن إذا نظرنا إلى ترتيب العلاقات من حيث الأهمية فى حياة الفرد واستقراره النفسى والاجتماعى، فإن الأولوية تكون للروابط والعلاقات الأسرية لأنها محور حياة الفرد ونواة الاستقرار والتماسك الاجتماعى، وبعد الحفاظ على هذه الروابط تأتي العلاقات الأبعد فالأبعد التى توسع من بناء أنساق المجتمع. فالعلاقات الأقرب للفرد تحتاج منه وقتاً أكبر بينما العلاقات الأبعد تحتاج من الفرد وقتاً أقل، وهكذا يوفى الفرد بين العلاقات المختلفة دون زعزعة استقراره الأسرى أو الاجتماعى، ولا يتأتى هذا إلا بالاستخدام الرشيد والعقلانى لمواقع التواصل الاجتماعى واستغلالها فى جلب المنفعة ودفع المفسدة فهى كبقية الوسائل التكنولوجية الحديثة سلاح ذو حدين يستدعى من الإنسان التفكير تبعات هذا الاستخدام والإقدام على ما هو أصلح وأنفع لنفسه ولغيره. ومن أجل ذلك تقدم الدراسة بعض الاقتراحات للمهتمين بالشأن الاجتماعى من قادة الرأى وباحثين ومسؤولين فى مختلف المستويات من أجل التصدي لمظاهر العولمة والغزو الثقافى وكل ما ينخر فى البناء الاجتماعى حسب ما توصلت إليه الدراسات السابقة والدراسة الحالية، حيث نذكر أهمها فيما يلى:

مقترحات الدراسة

- توجيه الدراسات والأبحاث فى هذا المجال وفى مختلف التخصصات النفسية والاجتماعية والإنسانية والعلمية وإقامة شراكات بحثية بينهم.
- تشمين واستثمار نتائج البحوث والدراسات عبر مختلف الأجهزة التشريعية والتنفيذية للدولة وعدم تركها بين الرفوف.
- إقامة حملات تحسيسية فى المؤسسات ودور التنشئة الاجتماعية من أجل التنبيه لمخاطر المواقع الإلكترونية المختلفة لتجنبها والترغيب فى المزايا التى تقدمها.
- فتح العديد من الفضاءات العامة الترفيهية والرياضية والتعليمية النافعة لامتصاص الطاقات الشبابية والقضاء على أوقات الفراغ لبقية الفئات الاجتماعية.
- فرض رسوم زائدة عند تخطى وقت محدد عبر شبكات التواصل الاجتماعى من أجل ترشيد استخدامها والحد من الإدمان عليها.
- توعية الأسر عبر وسائل الإعلام المختلفة بالآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعى وضرورة ترشيد استخدامها ومنعها على صغار السن.

- تفعيل دور المساجد في إلقاء الدروس وخطب الجمعة لما توصلت إليه الدراسات والأبحاث المختلفة حول مخاطر الإدمان على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في ضرب التماسك الأسري والمجتمعي.

قائمة المصادر والمراجع

1. ابراش، إبراهيم.(2009). المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية. ط1. دار الشروق للنشر والتوزيع. عمّان. الأردن.
2. إسماعيل، إبراهيم.(2014). الإعلام المعاصر وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته. ط1. وزارة الثقافة والفنون والتراث. الدوحة. قطر.
3. البياتي، ياس خضير.(2014). الإعلام الجديد، الدولة الافتراضية الجديدة. ط1. عمّان. دار البداية ناشرون وموزعون.
4. الجنابي أحمد عبد مرزوك، م.م محمد الأمين.(2020). مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي (الاعتماد المتبادل). ط1. برلين. المركز الديمقراطي العربي.
5. الديرلي، سمر محمد.(2013). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للمرأة في فلسطين. رسالة ماجستير في برنامج دراسات الشرق الأوسط. جامعة الأزهر. غزة. فلسطين.
6. الزهراني، محسن بن جابر عوض.(2013). دور موقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العامة واتجاهاتهم نحوها. أطروحة دكتوراه غير منشورة- تخصص مناهج وطرق التدريس. جامعة أم القرى. المملكة العربية السعودية.
7. الشاعر بن إبراهيم، عبد الرحمن.(2015). مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني. ط1. عمّان. دار صفاء للنشر والتوزيع.
8. العريشي، جبريل بن حسن والدوسري، سلمى بنت عبد الرحمن محمد.(2015). الشبكات الاجتماعية والقيم - رؤية تحليلية. ط1. دار المنهجية للنشر والتوزيع. عمّان. الأردن.
9. العزّاوي، رحيب يونس كرو.(2008). مقدمة في منهج البحث العلمي. ط1. دار دجلة. عمّان. الأردن.
10. المشهداني، سعد سلمان والعبيدي، فراس حمود.(2020). مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة. ط1. عمّان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
11. المفلاح، خضرة عمر.(2015). الاتصال - المهارات والنظريات وأسس عامة - ط1. عمّان. دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.
12. أمين، رضا عبد الواحد.(2007). النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني. منتدى سور الأزيكية.

13. أنجرس، مورييس.(2013). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. الجزائر: دار القصة للنشر.
14. بدوي، أحمد زكي.(1982). معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية. بيروت: مكتبة لبنان.
15. بركات، نوال.(2015-2016). انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية- دراسة على عينة من المستخدمين الجزائريين- أطروحة دكتوراه. تخصص علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة. جامعة محمد خيضر بسكرة. الجزائر.
16. بسيوني عاشور عبد العزيز، راندة.(2015). دور مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الإعلامية لرئيس الدولة. ط1. القاهرة. المكتب العربي للمعارف.
17. حامد، خالد.(2015). مدخل إلى علم الاجتماع. ط3. الجزائر. جسور للنشر والتوزيع.
18. حسين عيد يونس، بسمة.(2016). إيمان شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة في محافظة غزة. رسالة ماجستير في علم النفس. جامعة الأزهر. غزة. فلسطين.
19. خضر، أحمد إبراهيم.(2013). إعداد البحوث والرسائل العلمية من الفكرة حتى الخاتمة. القاهرة. جامعة الأزهر. كلية التربية. قسم الخدمة الاجتماعية وتنمية المجتمع.
20. ديفلير، ملفين ل وروكيتش، ساندر بول.(1993). نظريات وسائل الإعلام. ترجمة عبد الرؤوف، كمال. ط1. القاهرة. الدار الدولية للنشر والتوزيع.
21. ذيب، محمد.(2020-2021). استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك وعلاقتها بالتغير الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين. أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع العام. جامعة الشهيد حمه لخضر. الوادي. الجزائر.
22. سكيك، هشام أحمد عبد الكريم.(2014). دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية- دراسة تحليلية ميدانية. رسالة ماجستير في الصحافة. قسم الصحافة والإعلام. الجامعة الإسلامية. غزة. فلسطين.
23. سوالمية، نورية.(2016). نحو نظرية جديدة للروابط الاجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية. جامعة الوادي (الجزائر). العدد 19. ص159.

24. شفيق، محمد.(2006). **البحث العلمي مع تطبيقات في مجال الدراسات الاجتماعية**. دار المكتب الجامعي الحديث. الجزائر.
25. شناوي، سامي أحمد و خليل عباس، محمد.(2014). **استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) وعلاقته بالتوافق النفسي لدى المراهقين**. مجلة الجامعة. مجلد18. العدد 2. عمّان. الأردن.
26. صيشي، يسرى وعلي الهادفي، أمال.(2018). **الروابط الاجتماعية الرقمية بين الفرص الكامنة والأطر الزاهنة - قراءة في نظرية قوة العلاقات الضعيفة - مجلة مفاهيم للدراسات الفلسفية والإنسانية المعمّقة**. جامعة زيان عاشور. الجلفة(الجزائر).
27. عبادة، نور الهدى.(2016-2017). **العلاقات الاجتماعية الافتراضية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر - الفيسبوك نموذجاً**. أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال. جامعة الجزائر 3. الجزائر.
28. عبد المؤمن، علي معمر.(2008). **مناهج البحث في العلوم الاجتماعية (الأساسيات والتقنيات والأساليب)**. ط1. دار الكتب الوطنية. بنغازي. ليبيا.
29. عبيدات، محمد وآخرون.(1999). **منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات)**. ط2. عمّان: دار وائل للطباعة والنشر.
30. علي، خليل شقرة.(2014). **الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)**. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
31. عماد مكاوي، حسن وحسن السيد، ليلي.(2016). **الاتصال ونظرياته المعاصرة**. ط12. الدار المصرية اللبنانية.
32. عماد مكاوي، حسن وحسين السيد، ليلي.(1998). **الاتصال ونظرياته المعاصرة**. ط1. القاهرة. الدار المصرية اللبنانية.
33. عيساني، سعاد.(2013-2014). **أولويات الأساتذة الجامعيين على الفاييسبوك (دراسة تحليلية للمنشورات الإلكترونية)**. رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال. جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي. الجزائر.
34. غازي، عناية.(ب-س). **إعداد البحث العلمي - ليسانس - ماجستير - دكتوراه**. باتنة: دار الشهاب للطباعة والنشر (عمار قرفي).

35. غسان يوسف، خالد. (2013). **ثورة الشبكات الاجتماعية**. عمان: دار النفائس للنشر.
36. غضبان، غالية. (2017-2018). أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية- الفايبروك انموذجا. أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال. قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات. جامعة الحاج لخضر باتنة1. الجزائر.
37. كافي، مصطفى يوسف. (2015). **الرأي العام ونظريات الاتصال**. ط1. عمان. دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.
38. ليله، علي. (2009). **تأثير الفيس بوك على الثقافة السياسية والاجتماعية للشباب**. المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني. القاهرة. مصر.
39. محمد زيان، محمد. (1983). **منهج البحث العلمي وتقنياته**. ط1. ديوان المطبوعات الجامعية للنشر. الجزائر.
40. محمد قاسم، محمد. (1999). **المدخل إلى مناهج البحث العلمي**. ط1. دار النهضة العربية للطباعة والنشر. بيروت. لبنان.
41. محمد، عبد الحميد. (2000). **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**. مصر: عالم الكتب.
42. مركز الحرب الناعمة للدراسات. (2016). **شبكات التواصل الاجتماعي**. ط1. جمعية المعارف الإسلامية الثقافية.
43. مركز المحتسب للاستشارات. (2017). **دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب - تويتر نموذجا**. ط1. دار المحتسب للنشر والتوزيع. الرياض. المملكة العربية السعودية.
44. مصطفى صادق، عباس. (2008). **الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات**. دار الشروق للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.
45. ناظم، جواد كاظم وعباس، نجاح محمد. (2019). **التحضر وانعكاساته على العلاقات الاجتماعية بين الجماعات العرقية**. مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية. المجلد 27. العدد 6. بابل. العراق.

46. نومار، مريم نريمان.(2011-2012). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر. رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال. جامعة الحاج لخضر - باتنة. الجزائر.
47. وائل مبارك خضر، فضل الله.(2010). أثر الفيسبوك على المجتمع. ط1. الخرطوم: مدونة شمس النهضة.

48. <https://ar.wikipedia.org> في 2023/01/28 على الساعة 11:30

49. <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users>

50. worldwide/#:~:text=With%20over%202.7%20billion%20monthly,network%20ever%20to%20do%20so تاريخ الاطلاع:2022/09/17

الملاحق

الملحق رقم 01 : قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان

الاسم واللقب	التخصص	الجامعة	العنوان الإلكتروني
أ.د بلال بوترعه	علم الاجتماع	جامعة الوادي	bouterabelal@gmail.com
أ.د لطيفة عريق	علم الاجتماع	جامعة الوادي	latifa.arigue@gmail.com
د. ربيعة نبار	علم الاجتماع	جامعة الوادي	nebbarrebih@gmail.com

الملحق رقم 02: الاستبيان



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمّـة لخضر بالوادي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الاجتماعية



موضوع الأطروحة:

شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتغير الروابط الاجتماعية

دراسة على عينة من مستخدمي موقع " فايسبوك " بمدينة الوادي

إشراف الأستاذ الدكتور:

إبراهيم الذهبي

إعداد الطالب:

بريك نورالدين

تحية طيبة وبعد:

هذا الاستبيان في إطار بحث علمي، نتقدم إليكم بمجموعة من الأسئلة نرجو منكم الإجابة عنها بكل صدق وموضوعية، من خلال وضع علامة (x) في الخانة المناسبة، ونعدكم بأن تكون هذه البيانات سرّية لغرض البحث العلمي فقط.

تقبّلوا منّي جزييل الشّكر والامتنان لتعاونكم معي

❖ البيانات الشخصية:

- الجنس: ذكر أنثى
- السّن: 15 - 25 26 - 36 37 فما فوق

❖ بيانات استخدام "الفايسبوك"

1. منذ متى وأنت تستخدم "الفايسبوك"
 - أقل من سنة
 - من سنة إلى سنتين
 - من سنتين إلى ثلاث سنوات
 - أكثر من ثلاث سنوات
2. ما هو معدّل استخدامك " للفايسبوك " في اليوم؟ (إذا كنت تدخل بشكل متقطع ما مجموع الساعات اليومية على الموقع)
 - أقل من ساعة
 - ساعة إلى ساعتين
 - ساعتين إلى ثلاث ساعات
 - أكثر حدّها:
3. تتصفّح "الفايسبوك" في الفترة :
 - الصّباحية
 - المسائية
 - ليلا
 - كل الأوقات
4. الوسيلة التي تستخدمها في تصفح "الفايسبوك"
 - الهاتف الذكي
 - الحاسب المحمول
 - الحاسب المكتبي
 - اللّوح الإلكتروني
5. كم عدد أصدقاءك في "الفايسبوك"
 - أقل من 150
 - من 150 إلى 300
 - أكثر من 300

إذا كان أكثر من 300 أكتب العدد بالتّقريب ..
6. أين تستخدم (تتصفح) موقع فايسبوك؟
 - في المنزل
 - خارج المنزل
 - خارج المنزل وداخله
7. مع من تتصفّح الفايسبوك:
 - لوحديك
 - مع أصدقائك
 - مع أسرتك
 - أخرى أذكرها:
8. لديك صداقات مع أفراد أسرتك على موقع فايسبوك.
 - نعم
 - لا
9. لديك صداقات مع أقاربك على موقع فايسبوك.
 - نعم
 - لا
10. تقوم بتصفّح الفايسبوك عند الجلوس مع أفراد أسرتك.
 - دائما
 - أحيانا
 - أبدا
11. تقوم بتصفّح الفايسبوك عند الجلوس مع أقاربك.
 - دائما
 - أحيانا
 - أبدا

- 12 . الوقت الذي تقضيه في تصفّح الفايسبوك أكثر من الوقت الذي تجلسه مع أفراد أسرتك.
 دائما أحيانا أبدا
- 13 . يشنكي أفراد أسرتك من تصفّحك للفايسبوك بدل الجلوس معهم.
 دائما أحيانا أبدا
- 14 . عندما يطلبك أحد أفراد أسرتك وأنت تتصفّح الفايسبوك تتناقل في تلبية طلبه.
 دائما أحيانا أبدا
- 15 . تشعر أن تفاعلك مع أسرتك قلّ منذ بدأت تستخدم الفايسبوك.
 نعم لا
- 16 . تتواصل مع أقاربك عبر الدردشة من الفايسبوك أكثر من التّواصل معهم مباشرة.
 دائما أحيانا أبدا
- 17 . تكتفي بإرسال التّهاني عبر الفايسبوك لأقاربك في المناسبات بدل الذهاب إليهم.
 دائما أحيانا أبدا
- 18 . زيارتك لأقاربك قلّت منذ أن بدأت تستخدم الفايسبوك في التّواصل الاجتماعي.
 نعم لا
- 19 . علاقتك أصبحت وطيدة أكثر مع أقاربك الذين تتواصل معهم عبر الفايسبوك.
 نعم لا
- 20 . لديك صداقات عبر الفايسبوك مع أصدقاؤك في الواقع.
 كلهم أغلبهم بعضهم
- 21 . جيرانك أصدقاء معك عبر الفايسبوك.
 كلهم أغلبهم بعضهم
- 22 . الوقت الذي تقضيه بالفايسبوك مع أصدقاؤك الواقعيين أكثر من الوقت الذي تقضيه معهم وجها لوجه.
 دائما أحيانا أبدا
- 23 . تلاحظ أن الفايسبوك سهّل عليك الاطلاع على أحوال جيرانك.
 دائما أحيانا أبدا
- 24 . بتّى أن الفايسبوك سهّل عليك الاطلاع على أحوال أصدقاؤك وما استجد عندهم.
 دائما أحيانا أبدا
- 25 . تقضّل تفقّد أحوال أصدقاؤك (في الواقع) عبر الفايسبوك اختصارا للوقت.
 دائما أحيانا أبدا

- 26 . ترسل تعليقك على المواضيع التي ينشرها جيرانك عبر الفايسبوك.
 دائما أحيانا أبدا
- 27 . قلت زيارتك لأصدقائك في المناسبات وغيرها بعد استخدامك للفايسبوك.
 نعم لا
- 28 . تشعر أن علاقتك مع أصدقائك بعد استخدامك الفايسبوك:
 قوية ضعفت بقيت على حالها
- 29 . تشعر أن علاقتك مع جيرانك بعد استخدامك الفايسبوك:
 قوية ضعفت بقيت على حالها
- 30 . بفضل العلاقات التقليدية المباشرة مع أصدقائك بدل العلاقات عبر الفايسبوك.
 دائما أحيانا أبدا
- 31 . بفضل العلاقات التقليدية المباشرة مع جيرانك بدل العلاقات عبر الفايسبوك.
 دائما أحيانا أبدا
- 32 . لديك صداقات عبر الفايسبوك لزملائك في العمل.
 كلهم أغلبهم بعضهم
- 33 . لديك صداقات عبر الفايسبوك لزملائك في الدراسة.
 كلهم أغلبهم بعضهم
- 34 . تتجاهل بعض زملائك في العمل عند تصفحك الفايسبوك ولا تطلب صداقتهم.
 دائما أحيانا أبدا
- 35 . تتجاهل بعض زملائك في الدراسة عند تصفحك الفايسبوك ولا تطلب صداقتهم.
 دائما أحيانا أبدا
- 36 . حدث وأن صادقت زميلا لك في العمل بسبب التفاعل عبر الفايسبوك.
 نعم لا
- 37 . حدث وأن صادقت زميلا لك في الدراسة بسبب التفاعل عبر الفايسبوك.
 نعم لا
- 38 . تفاعلك مع زملائك في العمل عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلك معهم في الواقع.
 دائما أحيانا أبدا
- 39 . تفاعلك مع زملائك في الدراسة عبر الفايسبوك أكثر من تفاعلك معهم في الواقع.
 دائما أحيانا أبدا

- 40 . قَرِّبِكَ الفايَسبوك من زملائك في العمل.
 نعم لا
- 41 . قَرِّبِكَ الفايَسبوك من زملائك في الدراسة.
 نعم لا
- 42 . أحدث تفاعلِكَ عبر الفايَسبوك مع زملائك في العمل مشاكل وعداوات.
 دائما أحيانا أبدا
- 43 . أحدث تفاعلِكَ عبر الفايَسبوك مع زملائك في الدراسة مشاكل وعداوات.
 دائما أحيانا أبدا
- 44 . تفاعلِكَ عبر الفايَسبوك مع زملائك في العمل أكثر صراحة وجرأة من تفاعلِكَ معهم في الواقع.
 دائما أحيانا أبدا
- 45 . تفاعلِكَ عبر الفايَسبوك مع زملائك في الدراسة أكثر صراحة وجرأة من تفاعلِكَ معهم في الواقع.
 دائما أحيانا أبدا
- 46 . شكَّلت مع زملائك في العمل مجموعة عبر الفايَسبوك.
 نعم لا
- 47 . شكَّلت مع زملائك في الدراسة مجموعة عبر الفايَسبوك.
 نعم لا
- 48 . الفايَسبوك زاد من توطَّد علاقتك بزملاء العمل.
 نعم لا
- 49 . الفايَسبوك زاد من توطَّد علاقتك بزملاء الدراسة.
 نعم لا
- 50 . دامت علاقات بزملاء لك كانوا في العمل بسبب الفايَسبوك.
 نعم لا
- 51 . دامت علاقات بزملاء لك كانوا في الدراسة بسبب الفايَسبوك.
 نعم لا
- 52 . تشعر بالتذمَّر من استخدام الفايَسبوك وتفكَّر في اعتزاله.
 دائما أحيانا أبدا

ملخص الدراسة

أجريت هذه الدراسة في الفترة الممتدة من شهر نوفمبر 2019 إلى شهر نوفمبر 2023، بمدينة الوادي بالجزائر على عينة مكونة من 300 مفردة من مستخدمي الفايسبوك، وتمحورت إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيس: ما علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بتغير الروابط الاجتماعية في مجتمع مدينة الوادي؟ وللإجابة على هذا التساؤل تمت تجزئته إلى أسئلة فرعية حسب أهم المتغيرات وكانت كما يلي:

- ما هي عادات وأنماط استخدام الفايسبوك لدى عينة الدراسة؟
 - ما علاقة استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" بتغير الروابط الأسرية وروابط القرابة لدى عينة البحث؟
 - ما علاقة استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" بتغير روابط الجيرة والصدقة لدى عينة البحث؟
 - ما علاقة استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" بتغير روابط الزمالة في الدراسة والعمل لدى عينة البحث؟
- وهدفت الدراسة لوصف الظاهرة والبحث طبيعة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" وعلاقته بتغير الروابط الاجتماعية لدى مجتمع مدينة الوادي، وقد تم استخدام المنهج الوصفي المناسب لوصف ظاهرة الدراسة بتحليل وتفسير بياناتها، كما كانت استمارة الاستبيان الأداة الرئيسية لجمع البيانات ميدانيا، مع الاستعانة ببرنامج الحزم الإحصائية الاجتماعية spss في تفرغ وتبويب المعطيات، وخلصت الدراسة للنتائج التالية:
- هناك العديد من الأنماط والعادات في استخدام مجتمع مدينة الوادي لشبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك).
 - هناك علاقة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) بتغير الروابط الأسرية والقرابية في مجتمع مدينة الوادي.
 - هناك علاقة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) بتغير روابط الجيرة والصدقة في مجتمع مدينة الوادي.
 - هناك علاقة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) بتغير روابط الزمالة في العمل والدراسة في مجتمع مدينة الوادي.

Summary:

The period this study was conducted in was from November 2019 to November 2023, in the city of El-Oued, Algeria, on a 300 Facebook user sample. The main question of this study is: "What is the relationship between the social media and the changing in the social ties in the community of El-Oued? In order to answer this question, it need to be divided into more sub-questions according to the importance of the variables, which are:

- What are the habits and pattern of using "Facebook" among the samples of the study?
- What is the relationship between the use of "Facebook" and the changes in family ties and the relatives' ties among the research samples?
- What is the relationship between the use of "Facebook" and the changes in neighborhood and friendship ties among the research samples?
- What is the relationship between the use of "Facebook" and the changes in school and work fellowship ties among the research samples?

This research aims to study and describe the nature of the use of the social media “Facebook” and its relationship to the changing in the social ties in the community of the city of El-Oued. It has used the appropriate descriptive approach to describe the phenomenon of the study by analyzing and interpreting its data. the main tool for collecting data in the field was the questionnaire with the help of the Statistical Package for the Social Sciences program (SPSS) in translating and tabulating the data, and it resulted the following:

- There are many patterns and habits in the use of "Facebook" by the community of El-Oued.
- There is a relationship in the use of "Facebook" and the changes in family and relatives' ties in the community of El-Oued.
- There is a relationship in the use of "Facebook" and the changes in neighborhood and friendship ties in the community of El-Oued.
- There is a relationship in the use of "Facebook" and the changes in collegial ties at work and school in the community of El-Oued.