



جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الإجتماعية



الفايسبوك وعلاقته بتحقيق الإتصال الإجتماعي

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع
تخصص: علم اجتماع الإتصال

اشراف الأستاذة:
د/ نبار ربيحة

اعداد الطلبة:
*جاب الله يوسف
*تابعي ياسر

لجنة المناقشة

المؤسسة الأصلية	الصفة	الرتبة	الاستاذ
جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مشرفاً ومقرراً	استاذ محاضر أ	د. نبار ربيحة
جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	ممتحنا	استاذ محاضر أ	د. عريق لطيفة
جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	ممتحنا	استاذ محاضر أ	د. بوراس فيصل

السنة الجامعية: 2021/2020



جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الإجتماعية



الفايسبوك وعلاقته بتحقيق الإتصال الإجتماعي

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع
تخصص: علم اجتماع الإتصال

اشراف الأستاذة:
د/ نبار ربيحة

اعداد الطلبة:
*جاب الله يوسف
*تابعي ياسر

السنة الجامعية: 2021/2020

شكر وعرفان

نشكر أولا وأخيرا الله تعالى الذي أسبغ علينا نعمه الظاهرة والباطنة، وأمدنا بالصبر لتذلل الصعوبات أمامنا وأعاننا كل العون على إنجاز هذه المذكرة

ثم نشكر أستاذتي الكريمة الدكتورة ربيحة نبار

كما أشكر كل الأساتذة الكرام الذين تابعونا خلال مشوارنا الدراسي

خاصة في تخصص علم اجتماع الإتصال

وأشكر كل من ساهم وبذل جهدا ولو بالقليل في إنجاز هذه المذكرة

كما لا ننسى عمال مكتبة القدس بالوادي لمساعدتنا في طباعة وكتابة

هذه المذكرة

الإهداء

مرّت قاطرة البحث بكثير من
العوائق، ومع ذلك حاولنا أن
نتخطّاها بثبات بفضل من الله ومنّه.
اهدي عملي هذا إلى أبويّ وأخوتي
وأصدقائي، الذين كانوا بمثابة العضد
والسند في سبيل استكمال البحث.
إلى جميع زملاء الدراسة كل باسمه
داعينا المولى - عزّ وجلّ - أن
يحفظهم ويرعاهم

المخلص:

تناولت دراستنا موضوع الفاييسبوك وعلاقته بتحقيق الإتصال الاجتماعي، وكان التساؤل الرئيسي للدراسة كالتالي:

• هل هناك علاقة بين إستخدام الفاييسبوك وتحقيق الإتصال الإجتماعي؟

واندرج تحت هذا التساؤل تساؤلات فرعية هي:

- ماهي دوافع استخدام الأفراد للفايسبوك ؟
- ماهي أبعاد إستخدام الأفراد للفايسبوك
- كيف يؤثر الفاييسبوك على العلاقات الإجتماعية بين الأفراد؟

ولقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي وهو المنهج المناسب لمثل هذا النوع من الدراسات، كذلك تم إستخدام أداة من أدوات جمع البيانات وهي الاستبيان ووقد شمل على 30 سؤال وزعت على ثلاثة محاور، وتمثل مجتمع بحثنا في طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي واخترنا عينة قوامها 100 طالب من تخصصات علم الاجتماع: الإتصال- التربية-التنظيم أي قمنا بالمسح الشامل لمجتمع الدراسة، وتم الاعتماد على الأساليب الإحصائية متمثلة في النسب المؤوية وبرنامج الحزمة الإحصائية spss

Summary

Our study dealt with the subject of Facebook and its relationship to achieving social communication, and the main question of the study was as follows:

- Is there a relationship between the use of Facebook and the achievement of social communication?

Sub-questions included under this question are:

What are the motives for people to use Facebook?

What are the dimensions of people's use of Facebook?

How does Facebook affect social relationships between individuals?

In our study, we relied on the descriptive approach, which is the appropriate approach for this type of studies. One of the data collection tools was also used, which is the questionnaire. It included 30 questions distributed on three axes.

Our research community represented the students of the University of Hama Lakhdar in wed souf and we chose a sample of 100 A student from the disciplines of Sociology: Communication - Education - Organization, we conducted a comprehensive survey of the study population, and we relied on statistical methods represented in percentages and the spss statistical package program.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
شكر وعرهان	
	اهداء
	ملخص الدراسة باللغة العربية
	ملخص الدراسة باللغة الاجنبية
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
فهرس الاشكال	
أ	مقدمة
	الجانب النظري للدراسة
3	الفصل الأول: موضوع الدراسة
4	أولا: الإشكالية
6	ثانيا : أسباب اختيار الموضوع
6	ثالثا : أهداف الدراسة
6	رابعا: تحديد المفاهيم
10	خامسا: المنهج وتساؤلات الدراسة
11	سادسا : الدراسات السابقة
13	الفصل الثاني: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
14	تمهيد
15	أولا-نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
15	ثانيا - أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
16	ثالثا - نماذج شبكات التواصل الاجتماعي
18	رابعا -خصائص الفاييبوك
21	خامسا - تطبيقات الفاييبوك
22	سادسا - استخدامات الفاييبوك
25	سابعا - تأثيرات الفاييبوك

31	خلاصة الفصل
32	الفصل الثالث: مدخل الى الاتصال الاجتماعي
33	تمهيد
34	أولا-لمحة تاريخية عن الاتصال الاجتماعي
34	ثانيا-عناصر العملية الاتصال الاجتماعي
36	ثالثا-عمليات الاتصال الاجتماعي
38	رابعا-وظائف الاتصال الاجتماعي
39	خامسا-أهداف الاتصال الاجتماعي
40	سادسا-خصائص الاتصال الاجتماعي
40	سابعا-المرجعية الاجتماعية للاتصال الاجتماعي
41	ثامنا-النظريات المفسرة للاتصال الاجتماعي
44	الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية
45	تمهيد
46	أولا- مجالات الدراسة.
46	ثانيا- العينة
47	ثالثا- أدوات جمع البيانات
48	رابعا- الأساليب الإحصائية.
49	خلاصة
50	الفصل الخامس: عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة
51	أولا- تحليل البيانات وتفسيرها
73	ثانيا- الاستنتاجات العامة
79	الخاتمة
	قائمة المراجع

فهرس الجداول:

الرقم	الجداول	الصفحة
1	الجدول رقم (01) يوضح معامل الارتباط بيرسون	51

51	الجدول رقم (02) يوضح قيمة ألفا كرو نباخ	2
52	جدول رقم (03) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر , أنثى)	3
53	جدول رقم (04) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب السن	4
54	جدول رقم (05) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب التخصص	5
55	الجدول رقم (06) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب تسهيل الفيس بوك التعامل مع الاخرين حسب الجنس	6
56	الجدول رقم (07) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب تكوين صداقات جديدة عن طريق الفاييسوك	7
57	الجدول رقم (08) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب ايجاد الحلول للمشاكل من خلال الفاييسوك حسب العمر	8
57	الجدول رقم (09) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفاييسوك لهم في اختيار الاصدقاء	9
58	الجدول رقم (10) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الفيسوك في تعرفهم على تراث مجتمعهم .	10
59	الجدول رقم (11) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب توسيع العلاقات الاجتماعية عن طريق الفيسوك	11
59	الجدول رقم (12) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب اسهام الفاييسوك في تعلم لغات اخرى	12
60	الجدول رقم (13) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب اثناء الفيسوك للرصيد المعرفي حسب العمر	13
61	الجدول رقم (14) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب تكوين علاقات اجتماعية جديدة عبر الفاييسوك	14
61	الجدول رقم (15) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب افادة الفاييسوك لهم في الوعي الديني	15
62	الجدول رقم (16) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب اقحام الفيسوك للفرد في عالم السياسة	16
63	الجدول رقم (17) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب اعتبار الفاييسوك وسيلة تعليمية	17
63	الجدول رقم (18) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الفاييسوك في ربط علاقات مع الجنس الاخر	18
64	الجدول رقم (19) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب اكسابهم الفاييسوك معلومات جديدة	19
64	الجدول رقم (20) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب تحقيق الفاييسوك للتسلية والترفيه.	20
65	الجدول رقم (21) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب زيادة رصيدهم الثقافي.	21
66	الجدول رقم (22) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب التواصل مع الاصدقاء ذوو مستوى ثقافي عالي.	22
66	الجدول رقم (23) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب المشاركة في المسابقات الثقافية التي تنشر عبر صفحات الفيسوك	23
67	الجدول رقم (24) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب نشر المواضيع الثقافية في صفحاتهم الشخصية.	24
68	الجدول رقم (25) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب زيارة المكتبات الالكترونية من خلال استخدام الفاييسوك	25
68	الجدول رقم (26) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفاييسوك في اكتساب المعارف العلمية	26
69	الجدول رقم (27) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الفاييسوك في تقوية الصلات والعلاقات مع الآخرين	27

70	الجدول رقم (28) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفايبيوك في اكتساب المعايير والقيم الاجتماعية.	28
70	الجدول رقم (29) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفايبيوك في اكتساب المهارات والافكار والخبرات الجديدة	29
71	الجدول رقم (30) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب التفاعل مع منشورات صفحة الفايبيوك	30
72	الجدول رقم (31) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب تطوير الفايبيوك لشخصيتهم.	31
72	الجدول رقم (32) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الفايبيوك في تبني العادات والتقاليد	32
72	الجدول رقم (33) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب زيادة التواصل مع الأسرة والاهل.	33

فهرس الأشكال:

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
53	التمثيل البياني رقم (01) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر , أنثي)	1
54	التمثيل البياني رقم (02) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب السن	2
55	التمثيل البياني رقم (03) توزيع ونسبة العينة حسب التخصص	3

المقدمة :

بعد ان اصبحت وسائل الاتصال الحديثة في متناول جميع الافراد فقد ظهرت وتغيرت معالم كثيرة في حياتنا الاجتماعية والاسرية والسياسية ، وفي العملية والدراسية، وكل جوانب المجتمع ،وفي مقابل هذه التغيرات فقد حملت معها الكثير من المشاكل التي طوقت المجتمع وسيطرت عليه وبدأت تهز جوانب كبيرة منه، فبالرغم من كونها اداة الاندماج والتواصل الى انها اداة اخرى للفشل والانهيال . فبعض الناس يرى ان تأثير وسائل التكنولوجيا على المجتمع يرجع الى كيفية استخدامها والبعض الآخر يرى انه على الرغم من ايجابياتها فإن سلبياتها طغت على ايجابياتها.

وعلى رأس مواقع التواصل الاجتماعية المتداولة بشكل كبير نجد الفايسبوك الذي يحظى بقاعدة مستخدمين كبيرة جداً على مستوى العالم والوطن العربي فأصبح يشكل خطورة كبيرة على المجتمع والعلاقات الاجتماعية والاسرية والتقارب والدفء الذي تتميز به المجتمعات العربية، حيث عمل على اتساع الفجوة بين الأفراد كونه اداة تتجه نحو تقنيت الجمهور والعمل على تقليص العلاقات الحقيقية لصالح العلاقات الافتراضية. من خلال انغماس الفرد به كلياً مبتعداً عن التواصل الحقيقي بمجتمعه الواقعي، من خلال تأثيره على علاقات الصداقات الحقيقية وقطع العلاقات بين الاصدقاء المقربين، واطاعة الوقت الكثير دون استثماره في شيء

مفيد، بالإضافة الى تأثيره على الحالة النفسية للمستخدم وزيادة الاحساس بالوحدة والاكئاب والعزلة الاجتماعية وعدم الثقة بالنفس، بالإضافة الى عدم رغبة المستخدم بالاختلاط بتلك الجماعات والتعايش معها واكتفائه بمتابعة الحياة عبر الشاشة فقط ومراقبة اصدقاءه بدلاً من التفاعل معهم.

وقد تم تقسيم دراستنا إلى خمس فصول كالتالي:

تناولنا في الفصل الأول موضوع الدراسة منطلقين من إشكالية الدراسة ثم اسباب اختيار موضوع البحث بالإضافة إلى أهداف البحث , وصولاً إلى تحديد المفاهيم المتعلقة بموضوع الدراسة وأخيراً عرض بعض الدراسات السابقة التي تناولت نفس موضوع بحثنا.

اما الفصل الثاني للدراسة الموسوم بعنوان ماهية مواقع التواصل الاجتماعي, فقد تطرقنا فيه الى نشأة مواقع التواصل الاجتماعي ثم انواع شبكات التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى نماذج مواقع التواصل الاجتماعي ثم خصائص موقع الفايسبوك و تطبيقاته وأيضاً استخداماته وأخيراً تأثيرات الفايسبوك.

وقد تضمن الفصل الثالث بعنوان مدخل الى الاتصال الاجتماعي لمحة تاريخية عن الاتصال الاجتماعي، عناصر عملية الاتصال الاجتماعي، وظائف واهداف الاتصال الاجتماعي، خصائصه، المرجعية الاجتماعية للاتصال الاجتماعي، وأخيراً النظريات المفسرة للاتصال الاجتماعي .

اما الفصل الرابع الموسوم بالإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية فقد تناولنا فيه مجالات الدراسة، مجتمع الدراسة، عينة الدراسة، أدوات جمع البيانات ن الأساليب الإحصائية.

وفي الفصل الخامس والأخير بعنوان عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة تناولنا تحليل البيانات وتفسيرها والاستنتاجات العامة للدراسة وأخيراً الخاتمة وقائمة المراجع.

الجانب النظري

الفصل الأول: موضوع الدراسة

- أولاً: الإشكالية
- ثانياً : أسباب اختيار الموضوع
- ثالثاً : أهداف الدراسة
- رابعاً: تحديد المفاهيم
- خامساً: المنهج وتساؤلات الدراسة
- سادساً : الدراسات السابقة

أولاً-الإشكالية:

يشهد العالم المعاصر مجموعة من التغيرات المتسارعة في مجال الاتصال وتقنيات المعلومات، ما جعل العالم قرية كونية تنتقل فيها المعلومات إلى جميع أنحاء الكرة الأرضية في أجزاء من الثانية، ومما لا شك فيه أن هذه التغيرات لها تأثيرها المباشر على الأفراد والمؤسسات المكونة للمجتمعات، ما دفع المجتمعات إلى تقبل هذه المستجدات والتكيف معها للاستفادة مما تقدمه من خدمات في جميع المجالات، حتى لا تجد نفسها في عزلة عن بقية دول العالم.

وقد افرزت الثورة التكنولوجية التي مست العالم ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي وهي الأكثر انتشارا على شبكة الإنترنت لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى، مما شجع متصفح الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها والتي يرى فيها الافراد وسيلة مهمة للتواصل والالتحام بين المجتمعات، وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر، والإطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، وتسهيل التواصل بين المستخدمين وتبادل المعلومات فيما بينهم من خلال أجهزة الكمبيوتر أو أجهزة الهواتف المحمولة، ويُمكن استخدام هذه المواقع لعدة اهداف مثل تحقيق التفاعل بين الأصدقاء وأفراد العائلة وغيرهم أينما وجدوا، وتُتيح مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها إمكانية

الوصول إلى محتواها الذي يتضمّن أنواعاً مُختلفةً من المعلومات، أو الصور ومقاطع الفيديو، أو حتّى الوثائق.

ويُعد الفايسبوك أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي وهو وسيلة اجتماعية للتواصل الاجتماعي بين مختلف أفراد المجتمع العالمي، فهو شبكة لربط مجموعات من البشر للتحاوّر والنقاش وتبادل الآراء حول قضايا مشتركة، كما يعد الفايسبوك الشبكة الأكثر انتشاراً وتوسعاً بين مختلف شبكات ومواقع التواصل الأخرى، إذ ساهم في تبادل المعرفة والقضاء على عوائق الزمان والمكان وقرب المسافات بين الأفراد ورفع من درجة تفاعلهم كما ساهم في نشوء علاقات اجتماعية جديدة.

وفي ضوء ما تم التطرق نحوه التساؤل الرئيسي التالي:

- هل هناك علاقة بين استخدام الفايسبوك وتحقيق الاتصال الاجتماعي؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الاسئلة الفرعية التالية:

- ماهي دوافع استخدام الافراد للفايسبوك؟

- ماهي ابعاد استخدام الافراد للفايسبوك ؟

- كيف يؤثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية بين الافراد؟

ثانياً-أسباب اختيار الموضوع:

كأي موضوع بحث توجد أسباب تدفع الباحث الى اختياره لذلك فإن سبب اختيارنا لهذا الموضوع هو:

- قوة تأثير الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية.
- التأثيرات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك
- الدراسة بمثابة إضافة للتراث العلمي لمن سبقنا فيه من الباحثين والدارسين.

ثالثاً-اهداف الدراسة:

يكتسي موضوع " الفايسبوك وعلاقته بتحقيق الاتصال الاجتماعي " أهمية بالغة لذلك فان أهداف دراستنا التي نسعى إلى تحقيقها تتمثل فيما يلي:

- ابراز ماهي دوافع استخدام الافراد للفايسبوك.
- تبيان ماهي ابعاد استخدام الافراد للفايسبوك .
- التعرف على كيفية تأثير استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية بين الافراد.

رابعاً-تحديد المفاهيم:

1-شبكات التواصل الاجتماعي:

تعرف بأنها: " منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو أصدقاء من الجامعة أو الثانوية".¹

وقد عرفها محمد عواد بأنها : "تركيبة اجتماعية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات ويتم تسمية الجزء التكويني الأساسي باسم العقدة ، بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات تشكل فريق معين ، وقد تصل هذه العلاقات الدرجات أكثر عمق كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص".²

ويعرفها موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة بأنها: "تصنيف ذلك الموقع ضمن موقع الجيل الثاني للويب (ويب2,0) وتسمى (موقع الشبكات الاجتماعية) تقوم بالدرجة على المستخدمين مع إتاحة التواصل بينهم سواء كانوا أصدقاء على أرض الواقع أو أصدقاء تعرفهم في العالم الافتراضي".

كما انها: " شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين المجموع من المعارف والأصدقاء كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض بعد سنوات من الابتعاد وتسمح أيضا بالتواصل المتعدد والمختلف أي التواصل المرئي والمسموع مع إمكانية تبادل الصور وما يساعد على توطيد العلاقة بين الأصدقاء وتمتينها.

- تبين المواقع الاجتماعية العديدة التي قارب عددها 200 موقع عالمي على قواعد بيانات عملاقة من أجل القيام بأدوارها المتمثلة في عملية التواصل بين مختلف المستخدمين وتتيح تبادل الملفات وإجراء المحادثات الفورية بالإضافة إلى العديد من الخدمات الأخرى.³

¹ إيمان حنين ، شين . "لغة التواصل في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في الجذب السياحي" . شهادة ماستر. جامعة محمد خيضر بسكرة. الجزائر، 2015، ص 19.

² محمد المنصور . "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المتلقين" . رسالة ماجستير منشورة الاكاديمية العربية بالدنمارك. 2012 ، ص 27.

³ وائل مبارك خضر، فضل الله . اثر الفيس بوك على المجتمع . ط 1. مصر: مدونة شمس النهضة ، 2010 ، ص 06.

2- مفهوم الفيسبوك:

عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجاناً وتديره شركة فيسبوك 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، وعلى سبيل المثال يشير 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.

3- مفهوم الإتصال:

للإتصال أهمية بالغة في حياة الإنسان الاجتماعية والمهنية مما أدى إلى ضرورة معالجته من زوايا ورؤى مختلفة، وفيما يلي نورد بعض التعاريف المتعلقة بهذا المفهوم .

أ-**التعريف اللغوي:** اشتقت كلمة الإتصال في اللغة العربية من الفعل وصل أي بلغ الأمر أو حققه، بمعنى حقق الهدف المراد. أما في معجم الوسيط من الفعل وصل، وفي اللغة الانجليزية فكلمة الإتصال مشتقة من الأصل communication من

الأصل اللاتيني الفعل communicate بمعنى يشيع عن طريق المشاركة، أو من الكلمة اللاتينية communis بمعنى عام أو مشترك.¹

ب- **التعريف الاصطلاحي:** عرف الإتصال عدة تعاريف وفقا للأطر والخلفية

العلمية والتخصص ومجال الدراسة للباحثين وأنها:

- **تعريف انجل باركنسون:** هو عملية منظمة ونظمية وعفوية أيضا تنطوي على إرسال وتحويل معلومات وبيانات من جهة إلى أخرى شريطة أن تكون البيانات والمعلومات المحولة مفهومة ومستساغة من قبل المستهدفين بها.²

- **يرى آخرون:** أن الاتصال هو ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية، وتتمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان، وشي تضمن تعبيرات الوجه، الإيماءات، الإشارات، نغمات الصوت الكلمات، الطباعة، الخطوط الحديدية، البرق، التلفزيون، وكل التدابير التي تعمل بسرعة ولها كقاعدة على قهر يعدي الزمان والمكان معا.³

دور الفايسبوك في تحقيق الاتصال الاجتماعي اجرائيا هو:

¹ ابراهيم عبد الهادي محمد المليجي، الرعاية الطبية والتأهيلية ، 2002 ، ص11
² بشير العلق ، الاتصال في المنظمات العامة بين النظرية والممارسة ، ط 17، دار البارودي العلمية للنشر والتوزيع ، الأردن، 2009، ص 17.
³ عاطف العبد عدلي: الاتصال والرأي العام، الأسس النظرية والاسهامات العربية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1993، ص 13.

" اتاحة الفرصة لمستخدمي الفايسبوك من طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر بالتواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات بهدف توطيد الصلات والعلاقات الاجتماعية.

خامسا-المنهج وتساؤلات الدراسة:

يتعين على كل باحث أن يوضح المنهج الذي اعتمد عليه في بحثه، ويرجع تحديد المنهج الموظف في الدراسة إلى طبيعة البحث، وجدير بنا أن نشير إلى التنوع الكبير لمعنى هذا المصطلح، إلا أنه لا يمكننا الخوض في هذا الكم المتنوع، بينما يمكننا حوصلة كل ذلك بالقول أن المنهج:

" هو عبارة عن جواب السؤال كيف نصل إلى الأهداف، في حين أن التقنيات تشير إلى الوسيلة التي يتم استخدامها للوصول إلى هذه الأهداف".¹

وعليه فإن طبيعة دراستنا تفرض علينا اعتماد المنهج الوصفي بغية القيام بدراسة وصفية تحليلية، لنتمكن من تسليط الضوء على الظاهرة المدروسة.

ويعرف المنهج الوصفي بأنه: "المنهج الذي يقوم على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسباب هذه الظاهرة والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج وتعميمها ويتم ذلك وفق خطة بحثية معينة من خلال تجميع البيانات وتحليلها".¹

¹ مورييس أنجريس، منهجية البحث اعلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف وسعيد سبعون، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006 ، ص 115.

سادسا- الدراسات السابقة:

من الضروري أن يطلع أي باحث إجتماعي على البحوث السابقة، لتجنب التكرار وكذلك لتفادي أخطاء الآخرين، ويسمح له ذلك بفهم موضوع بحثه أكثر، واختيار الطرق والاجراءات المنهجية الملائمة لدراسته، فضلا عن أن هذه الدراسات تتضمن قوائم بالمراجع الهامة التي يمكن أن يعتمد عليها، لذلك حاولنا قدر الامكان البحث و الحصول على دراسات سابقة .

الدراسة الأولى:

- 1- عنوان الدراسة: اثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية (الفايسبوك والتويتر نموذجاً) " 1434 هجري "
- 2- نوع الدراسة: رسالة ماجستير في علم الاجتماع
- 3- اسم ولقب الباحث: حنان بنت شعشوع الشهري
- 4- تساؤلات الدراسة: - ما هي الأسباب التي تدفع الى الاشتراك في موقعي فايسبوك وتويتر؟

-ماهي طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذا الموقع؟

-ماهي الاثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع ؟

- 5- المنهج المتبع: استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي
- 6- أدوات البحث: استخدم الباحث أداة هي: الاستبيان
- 7- عينة الدراسة: عينة قصدية شملت 150 طالبة في جامعة الملك عبد العزيز

الدراسة الثانية:

- 1- عنوان الدراسة: " أثر استخدام الأنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة "

¹ محمد الصاوي محمد مبارك ، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية ، القاهرة، 1992، ص 30.

- 2- نوع الدراسة: رسالة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاقتصاد المنزلي تخصص السكن وإدارة المنزل.
- 3- اسم ولقب الباحث: إلهام بنت فريج بن سعيد العويضي (2004)
- 4- تساؤل الدراسة: هل أثرت شبكة الأنترنت على العلاقات الأسرية؟
- 5- المنهج المتبع: استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي .
- 6- الدراسة: دراسة وصفية
- 7- أدوات البحث: استخدم الباحث أداة الاستبيان.
- 8- عينة الدراسة: عينة عرضية عددها 200 أسرة، بمحافظه جدة .
- 9- مصطلحات الدراسة: الأسرة، الأنترنت، العلاقات الأسرية، تطبيقات الأنترنت، الآثار الايجابية والسلبية للأنترنت، مستوى تنظيم استخدام الأنترنت.
- 10- هدف الدراسة: دراسة أثر استخدام الأنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية.
- 11- النتائج: يعد تأثير استخدام الأنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة في مجتمع الدراسة ذو تأثير محدود و بسيط.
- نصف أفراد العينة تقريبا ينظمون استخدامهم بمستوى متوسط كما أنهم يخضعون للرقابة متوسطة.
- ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يرون أن الأنترنت ذات تأثير سلبي على المجتمع السعودي دينيا وأخلاقيا.
- توجد فروق ذات دلالة معنوية بين الزوجين وبين تأثير استخدام الأنترنت على العلاقة بينهما.
- توجد فروق ذات دلالة معنوية بين مدة استخدام الزوج للأنترنت وبين تأثير ذلك الاستخدام على العلاقة فيما بينهما.
- اتضح وجود علاقة ارتباطية طردية معنوية بين مدة استخدام الأبناء للأنترنت وبين تأثير ذلك الاستخدام على العلاقة بين الوالدين والأبناء من وجهة نظر الوالدين.
- 12- مواطن القوة والضعف: كانت الدراسة شاملة لموضعها وغير منقوصة وتم الإعتماد عليها في تحديد مفهوم الأسرة.

الفصل الثاني: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

- تمهيد
- أولا-نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
- ثانيا - أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
- ثالثا – نماذج شبكات التواصل الاجتماعي
- رابعا -خصائص الفايسبوك
- خامسا - تطبيقات الفايسبوك
- سادسا - استخدامات الفايسبوك
- سابعا - تأثيرات الفايسبوك
- خلاصة الفصل

تمهيد:

لقد انعكست التطورات العلمية الحديثة التي عرفها الإنسان ايجابيا على عملية الاتصال ، حيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل الحديثة التي أصبح يعتمد عليها الإنسان في عملية الاتصال والتواصل وذلك من خلال ظهور ما يعرف بالفيس بوك وهذا من أجل تبادل المعارف والمعلومات ومختلف الأنشطة التي يقوم بها الإنسان بطريقة سهلة ، فقد وجد الإنسان فيها راحته حيث بإمكان هذا الموقع أن يؤمن لأفراد المجتمع الإنساني التواصل فيما بينهم وهذا بالرغم من بعد المسافات ورغم اختلاف أجناسهم وألوانهم، وقد بينت الدراسات والأبحاث بأن هناك ما يقارب مئتي موقع عالمي يصنف ضمن المواقع الاجتماعية، والتي يعد الفيسبوك ابرز أنواعها.

أولاً-نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

يمكن إرجاع نشأتها إلى أواخر التسعينيات وبالتحديد عام 1997 ويعتبر موقع sixdegrees.com أول هذه المواقع ظهوراً وذلك من خلال إتاحة الفرصة لمستخدميه بوضع ملفات شخصية على الموقع، إضافة إلى موقع classmates.com على يد مبدع راندي كواتراد وبعدها توالت مواقع التواصل الاجتماعي بالظهور ولعل من أبرز هذه المواقع موقع facebook.com حيث مكن هذا الموقع مستخدميه من فتح ملفات شخصية وإرسال الرسائل لمجموعة من الأصدقاء ، والذي شهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار، حيث كان في بدايته مجتمعا افتراضيا وما لبث أن ازداد مع الوقت ليتحول من أداة إعلامية نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية، لذلك لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا كبيرا وفعالا في تحقيق المسؤولية الاجتماعية إذا ما أحسن استثمارها واستغلالها وتوجيهها بشكل جيد ، فقد استطاعت أن تحول الأقوال والأفكار والتوجهات إلى مشروعات عمل جاهزة للتنفيذ ، لذا لا يمكن أن نعد التواصل الاجتماعي عبر هذه المواقع بمختلف فروعها موضة يستخدمها الشباب فقط وتتغير مع مرور الزمن.¹

ثانيا - أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

تصنف مواقع التواصل الاجتماعي إلى أنواع عديدة وذلك حسب طبيعة استخدامها ومنها:

1-المواقع الشخصية أو الشبكات الشخصية:

يعتمد هذا النوع على ملف شخصي لكل مستخدم إضافة إلى خدمات عامة والمتمثلة في المراسلات الشخصية ومشاركة المستخدمين فيما بينهم من خلال تبادل

¹ خالد سليم : ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية. قطر: دار المتنبي للنشر والتوزيع ، 2005 ، ص05

الصور والملفات المرئية والروابط والنصوص والمعلومات، ونذكر من بين هذه المواقع:

- موقع Nearbie الذي يتيح للمستخدم ولأصدقائه طرح ونشر الأحداث والمناسبات الاجتماعية وربطها بزمان وذلك للحفاظ على الذكريات.

- موقع Tributes وهو بمثابة شبكة اجتماعية خاصة بالأموال يتم فيه إنشاء ملف خاص بهم يحتوي على متى ولدوا وتوفوا وصور لهم ومقاطع فيديو وكذلك يمكن للمستخدمين من توصيل التعازي والإطلاع على ذكرياتهم .

2- المواقع العامة أو الشبكات المهنية:

هو الموقع الذي يربط زملاء المهنة الواحدة أو أصحاب العمل أو الأعمال والشركات حيث يمكن هذا الموقع من إعطاء ملفات شخصية للمستخدمين من خلال السيرة الذاتية لهم وخبرتهم المهنية وأعمالهم السابقة والدراسات التي قاموا بها من خلال حياتهم المهنية ، أو هو ذلك الموقع الذي يتكون من شبكة بشرية تمنح ملفات شخصية لذوي الكفاءات .

ثالثا – نماذج شبكات التواصل الاجتماعي:

يجد المستخدم نوع من الحرية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالنظر إلى أنواعها والنماذج المتوفرة للمستخدمين والتي من بينها:

1- تويتر twitter :

هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي، وأخذ اسمه من مصطلح تويت بمعنى (تغريد) واتخذ من العصفورة رمزا له، أما من الناحية العلمية فهو خدمة مصغرة تسمح لمستخدميه إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرف للرسالة الواحدة وذلك باستخدام أربعة أرقام خدمية تعمل في الـ.و.م.أ وكندا والهند بالإضافة

للرقم الدولي والذي يمكن لجميع المستخدمين حول العالم الإرسال إليه في المملكة المتحدة.¹

ورغم أنه ظهر في أوائل 2006 كمشروع تطوير بحثي إلا أنه انتشر فيما بعد كخدمة جديدة خاصة عام 2007 وفي شهر افريل من نفس السنة قامت شركة بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم twitter.²

2- موقع ماي سبايس (mye space):

هو عبارة عن موقع الكتروني يمكن من خلاله تكوين ملف شخصي خاص للمستخدم، وقد أسسه الشاب الأمريكي tom حيث انتشر بسرعة كبيرة في و.م.أ وبريطانيا وانتشر إلى آسيا وإفريقيا ويحتوي هذا الموقع على محرك بحث خاص يعرض ونظام بريد الكتروني داخلي ويستطيع الناس من جميع أنحاء العالم صنع ملفات الكترونية عن حياتهم ويمكنهم من العثور على أصدقاء الدراسة ويتحاور الملايين من الشباب مع الإعلام من خلاله، ويعبرون عن قيمهم الثقافية والشخصية من خلال هذه الشبكة.³

3- اليوتيوب:

هو موقع خاص بمقاطع الفيديو بحيث يمكن التحميل عليه أو التحميل من المقاطع الموجودة فيه، به عدد كبير من المشاركين وزواره تفوق الملايين وتستفيد منه حتى وسائل الإعلام، ويعتبر اليوتيوب من أهم المواقع الاجتماعية الهامة، وتأسس هذا الموقع من طرف ثلاثة موظفين يعملون في شركة بأي بولاية كاليفورنيا بالولايات و.م.أ، ويشمل هذا الموقع على مقاطع فيديو متنوعة إضافة إلى مقاطع السينما والتلفزيون والموسيقى، حيث قامت غوغل بشراء الموقع عام 2006 ب1.65 مليار

¹ محمد حسن : التعريف بالمواقع الاجتماعية ، الموقع الأول في العالم ، www.abaarpress.com تاريخ آخر اطلاع 2021-05-8 ، بتوقيت 19:15.

² حسين ليلي : "اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي الفايبيوك و تويتر أنموذجا" شهادة ماستر. جامعة محمد خيضر بسكرة . الجزائر ، 2015ص46.

³ عباس، مصطفى صادق : الإعلام الجديد الوسائل والمفاهيم والتطبيقات .ط1. عمان: دار الشروق للنشر ، 2008،

دولار أمريكي، أي أن اليوتيوب موقع الكتروني يسمح و يدعم نشاط تحميل و تنزيل و مشاركة الأفلام بشكل عام و مجاني، و هو يسمح بالتدرج في تحميل و عرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط المجموعة معينة بمشاهدتها.

4- الفيسبوك :

أسس هذا الموقع "مارك زاكربيرج" عام 2004 و هو احد طلبة هارفارد - الذي أصبح فيما بعد يعد أصغر ملياردير في العالم - وذلك بغرض التواصل بين الطلبة في هذه الجامعة، و من ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا و بريطانيا و كندا ، و ليتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيسبوك التي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة الاستدراك 21 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام ليتحدى أي موقع للتواصل الاجتماعي و يصبح الأول على صعيد العالم، و بلغ عددهم حسب إحصائيات 2011 -800 مليون مشترك.

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية و التواصل مع الأصدقاء و العائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الالكترونية و منبر لعرض الأفكار السياسية و تكوين تجمعات سياسية الكترونية عجزت عنها أعتى الأحزاب الفعلية على الأرض، و كذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمد على الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها، و كذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الالكترونية لنقل أخبارها و الترويج الكتابها و غيرها من وسائل الإعلام، ليتعدى موقع الفيس بوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض، و يتوقع أن يصل عدد مشتركيه في 2013 إلى قرابة نصف مليار مشترك، و ليصبح مستقبلا اكبر تجمع الكتروني بشري على وجه الأرض.¹

رابعا -خصائص الفيسبوك:

¹ حنان، شعشوع الشهري: " اثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيسبوك وتويتر أنموذجا " . رسالة ماجستير جامعة الملك عبد العزيز بجدة .2014، ص ص31-32.

رغم أن مواقع التواصل الاجتماعي عديدة ومختلفة ومع ذلك فقد تميز الفيس بوك على غيره من المواقع بعدة خصائص ومميزات ومن بينها:

1- التعليقات:

هذه الخاصية تسمح لمستخدمي الفيس بوك بإضافة الصور والعلامات التي يمكن تضمينها بحيث يمكن أن نكتب أي تعليق في مساحة التعليقات أو إضافة تعليق مع إمكانية إضافة رابط أو صورة.

2- الإعجاب:

معجب لأي نص أو صورة أو فيديو لأحد يمكن الفيس بوك مستخدميه بالقيام بعمل الأصدقاء وهي عملية متاحة بين الأصدقاء.

3- خاصية نكزه:

وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

كما لا يمكننا أن نغفل عن الخدمات التي يقدمها الفيس بوك وهذا في صورة خدمة الرسائل والدردشة وإرسال الهدايا الافتراضية وهي الأكثر شيوعا واستخداما من طرف المستخدمين¹.

ومن مميزات الفيسبوك أيضا :

1- العالمية:

استطاع الفيس بوك بحركتيه إلغاء العديد من الحواجز الجغرافية والمكانية، حيث يمكن لأفراد في الشرق التواصل مع أفراد في الغرب، ببساطة وسهولة، وبتنا

¹ وائل مبارك خضر، فضل الله. مرجع سابق ، ص 30.

نسمع بمصطلحات كالسيولة وغيرها وهو حينما وفر مجموعة إضافية من التطبيقات سمح بالتواصل المقروء والمسموع والمرئي¹.

2- التفاعلية:

إن الفرد في الفيس بوك" يرسل، يكتب، يستقبل، ويقرأ ويتفاعل مع الأحداث والتعليقات، فهو في عملية أخذ ورد مستمرة. ويعتبر "الفيس بوك" من التقنيات التي غيرت مجرى الاتصالات، فبعدما كانت اتصالات خطية مباشرة، مرسل متلقي، أحدثت الوسائل التفاعلية ومنها "الفيس بوك" ثورة غيرت مسار الاتصالات. إن هذه التفاعلية تعطي للفرد الفرصة بشكل أكبر على أن يشارك ويسهم بشخصه في الموضوع تحليلاً، نقداً أو تعليقا.

3- التنوع وسهولة الاستخدام:

أتاحت التحديثات العديدة التي قام بها موقع "الفيس بوك" الفرصة أمام المشتركين فيه الكثير من الفرص والأنشطة، و"الفيس بوك" أحد البرامج الافتراضية السهلة التي تستخدم الحروف ببساطة، اللغة، الرموز والصور التي تيسر للمستخدم التفاعل. هذا هو الفرق الأساسي الذي فهمه الفريق الإداري المسير "الفيس بوك"، البساطة، السهولة وهي رأس المال الحقيقي في مواجهة المد التقني الكبير، فكل لحظة تمر على هذا العالم إلا ويتم فيها خلق فكرة إبداعية جديدة، المنافسة على أوجها ولم تعد المعايير قائمة على ذلك الزخم الكبير المتعلق بالحجم أو الألوان أو غيرها، بل أصبحت. الوظائف الجديدة الذكية السهلة والمتنوعة هي المعيار، ببساطة هي لغة التكنولوجيا².

¹ بدر الدين، بن بلعباس: شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين " شهادة ماستر . جامعة محمد خيضر بسكرة. الجزائر 2015 .، ص ص.68-65.

² مرجع نفسه، ص 68

4-التوفير والاقتصادية:

إن مجانية الاشتراك والتسجيل أتاحت للفرد البسيط إمكانية امتلاك فضاء على "الفييس بوك"، وبات يشعر بانتمائه ولم يعد ذلك حكايا على أصحاب الأموال فأى فرد يرغب في فتح صفحة على الفيس بوك" فله ذلك، غير أن "الفييس بوك" وكونه مؤسسة استثمارية تخصصت في المجال الرقمي، فإنه يحصل سنويا عشرات الملايير من الأرباح الناتجة عن تداول الأفراد الأنشطةهم وصورهم وتفاعلاتهم اليومية. الحرص على زياد مؤشرات فالحرص على بقاء "الفييس بوك" كما هو مجاني هو في أساس الأرباح¹.

خامسا -تطبيقات الفاييسبوك:

هناك العديد من التطبيقات تم إنشاؤها من قبل شركات كبرى معروفة وهناك تطبيقات تم إنشاؤها من طرف مستخدمين عاديين ، لذلك فعند استخدام هذه التطبيقات يتم تنبيه المستخدم بأن تنفيذ هذا التطبيق يتطلب الدخول إلى بياناتك الشخصية ، بحيث لا يمكن إجراء التطبيق من دون هذه الخطوة، فكل مشترك لديه ملف يتضمن صورته ومعلومات ولديه صفحة يكتب فيها ما يشاء ، إضافة إلى ألبومات صور وقائمة أصدقاء قد تضيفهم أنت أو هم من يضيفونك إليهم ومن بين التطبيقات المستعملة نذكر:

1- **المجموعات groups** : كل مشترك في الموقع بإمكانه أن ينشئ مجموعة عبر تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة ويتم ذلك عبر اهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين أو لجملة فكر اجتماعي كان أو ديني.

2- **الصفحات pages**: تختلف الصفحات عن المجموعات رغم التشابه في بعض المميزات من حيث أن الصفحات أكثر تفاعلا عبر ظهورها لكل المستخدمين، فهي تكون وسيلة للتواصل مع الشخصية المعينة.

¹ بدر الدين ،بن بلعباس . مرجع سابق، ص 68

3- الصفحة الرئيسية home: تمكن هذه الصفحة من إظهار كل جديد سواء تعليقات أو صور وروابط أصدقاء المستخدم خاصة الذين أضافهم أو تم إضافتهم من قبل المستخدم إليه وقد تظهر لك أصدقاء أصدقائك¹.

4- الألعاب games: يضم الفيس بوك العديد من الألعاب المختلفة بحيث يمكن للمستخدم أن يشارك فيها ويقوم بها ويجتاز مراحلها واحدة تلو الأخرى ، بل والأكثر من ذلك بإمكان المستخدم أن يدعوا عددا من أصدقائه لممارسة لعبة من الألعاب (جماعية) كما هو حال المزرعة السعيدة .

5- المناسبات event: بإمكان المستخدم في الفيس بوك القيام بدعوة جماعية لأصدقائه ولأعضاء مجموعة معينة لأي حدث مهم عنده أو من أجل عمل جماعي أو موعد اجتماع واقعي بحيث يجب أن توضح فيه عنوان الحدث وتاريخ بدايته ونهايته وتحديد الأعضاء المدعويين له، وقد تكون الدعوة عامة لكل مستخدمي الفيس بوك.

6-آلية التشبيك: في العديد من الأحيان يقترح الفيس بوك أصدقاء ويطلب إضافة أصدقاء قد تعرفهم وهذا ما يثير استغراب المستخدم، والسبب في ذلك أن الموقع يقوم بامتلاك عنوانين قائمة معارفك في البريد الإلكتروني ويقوم بعمل اقتراح لك إن كانوا على أعضاء في الفيس بوك أو اقتراح لدعوتهم للانضمام إلى الموقع وتعتبر هذه الخطوة بمثابة خرق واضح من شركات البريد الإلكتروني بدون مشورة صاحب البريد.²

سادسا -استخدامات الفايسبوك :

1- الاستخدامات الاتصالية الشخصية:

ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة، وخلق جو

¹ وائل مبارك خضر، فضل الله. مرجع سابق ، ص 14.

² وائل مبارك خضر، فضل الله. مرجع سابق ، ص ص 14-15

مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالباً، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية¹.

2- الاستخدامات التعليمية:

إن الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم بداية من مدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر للطلاب. فاستخدام الشبكات الاجتماعية يزيد فرص التواصل والاتصال في خارج نطاق المدارس، ويكسر حاجز الوقت فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة، ويقضي على كثير من الرسميات داخل المدارس، ويمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع المعلم، مما يوفر جو من مراعاة الفروق الفردية، كما أن التواصل يكسب الطالب مهارات أخرى كالتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي، وهي مساحة ضيقة جداً داخل أسوار المدارس، في ظل تكس الطلاب في الفصول وكثرة المواد، مع وجود الأنظمة والمساحات الضيقة للمناقشات والتداولات.

3- الاستخدامات الحكومية:

اتجهت كثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها، ومسايرة للتقنية الحديثة، بل أصبح التواصل التقني مع الجمهور من نقاط تقييم الدوائر الحكومية وخدماتها المقدمة، وتتميز هذه الخدمة بقلّة التكلفة والوصول المباشر للمستفيد الأول، والتغذية الراجعة المباشرة، مما يساعد في تفادي الأخطاء والوصول بالخدمة المقدمة للإتقان والتميز.

¹ موقع الألوكة الإلكتروني، www.alukah.net ، تاريخ اخر اطلاع 2021/05/30 توقيت 11:00

و يمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في حجز المواعيد وتأكيداتها، ونشر التعليمات والإجراءات، والتواصل مع الرئيس مباشرة، وإبداء الملاحظات والمقترحات¹.

4- الاستخدامات الإخبارية:

أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدر أصيل من مصادر الأخبار الكثير من روادها، وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالباً، لا احترافية لاستخدامات مختلفة سياسية أو دعائية، وقد تميزت المدونات الخاصة باستقطاب الباحثين عن الأخبار، ومواقع الأخبار المتخصصة، وقنوات إخبارية كبيرة، في أحداث مختلفة سابقة، وكان لأصحابها التأثير الكبير في نقل الأخبار الصحيحة للرأي العام.

5- الاستخدامات الدعوية.

فتحت الشبكات الاجتماعية الباب للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين باختلاف لغاتهم واختلاف أجناسهم وبلدانهم، وأصبح الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل العالمي في ظل الانغلاق الإعلامي الرسمي في كثير من الدول، وفي ظل أنظمة تعيق التواصل المباشر وتقولب الداعية والعالم على قوالب جامدة وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالعالمية والفورية والتحديث المستمر، مع كسر حاجز الوقت والزمان، والسهولة في الاستخدام والتواصل، والتوفير في الجهد والتكاليف².

¹ موقع الالوكة الالكتروني ، www.alukah.net ، تاريخ اخر اطلاع 2021/05/30 توقيت 12:45

² موقع الالوكة الالكتروني ، www.alukah.net ، تاريخ اخر اطلاع 2021/05/14 توقيت 10:30

سابعا - تأثيرات الفيسبوك :

الواقع اليومي والملاحظة المستمرة لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك بين بأن هناك العديد من السلبيات دون أن يمنع ذلك من وجود عدة ايجابيات ويمكن أن نذكر ذلك وتتمثل في ما يلي¹ :

1-التأثيرات السلبية:

هناك الكثير من الآثار السلبية التي يخلفها الفيس بوك ومنها:

- إضاعة الوقت :

يهدر الفيسبوك الكثير من الوقت لمستخدمه في الكثير من الأحيان دون فائدة، حيث بمجرد أن يدخل المستخدم للموقع ويبدأ بالتنقل من صفحة الأخرى إضافة إلى الدردشة وقراءة الرسائل لا يدرك الساعات التي أضاعها، فقد بينت الأبحاث الاجتماعية بأن طلاب الجامعات يضيعوا أكثر من 10 ساعات في اليوم تصفحا للفيس بوك.

- الإدمان وإضعاف المهارات:

يشكل الجلوس أمام جهاز الإعلام الآلي أثناء تصفح موقع الفيس بوك بمرور الزمن إدمانا لصاحبه وهو ما يؤدي إلى عزله عن المجتمع الحقيقي ويعيش أو يتعايش مع المجتمع الافتراضي، وبذلك فهو ينتقل من الحقيقة ليعيش في خيال ووهم وهو ما ينعكس سلبا خاصة وأن ذلك يؤدي إلى إضعاف وفقد مهارة التواصل المباشر مع المجتمع.

¹ أبو الفداء بن مسعود : القول المسبوك في حقيقة مواقع الفيسبوك ، www.alathar2.net ، تاريخ آخر الاطلاع 2017-01-25 ، بتوقيت 20:30

- انتحال الشخصيات:

العديد من مستخدمي الفيس بوك لا يكتشف عن حقيقته بل ينتحل أو يتخذ من المشاهير عنوانا لنفسه لذلك تعتبر عملية انتحال الشخصيات خاصة المشاهير منهم سواء كانوا لاعبين أو فنانيين أو أبطال، تضرب أطنابها بقوة في الشبكة العنكبوتية.

- الخصوصية:

يحتوي ملف المستخدم في الفيس بوك على جميع معلوماته الشخصية في الكثير من الأحيان عند العديد منهم إضافة إلى ما يبيده هؤلاء من هموم ومشاكل تخطر ببالهم إلا أنها قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير، فهناك من الشباب من وجد في هذا الموقع مكانا إما للتسلية أو العبث، بل أن انعدام الرقابة جعل البعض يسيء الاستخدام ولا يهتم بالعواقب كنشر الصور والفيديوهات الإباحية.¹

- أثره على القيم الدينية:

يتواجد على الفيس بوك صفحات عدة تعمل جاهدة على ترسيخ القيم الاجتماعية والثقافية والدينية في عقول الأفراد، وبالعكس هناك ما يهدف إلى غرس الرذيلة والفاحشة²، وتهديم قيم الفرد والمجتمع، بالإضافة إلى عدم وجود موانع، أو حدود للمنوعات الثقافية كالمجموعات الإباحية والقمار والتحريض ...

ففي هذا السياق نجد دراسة داليا الشيمي بعنوان: "الفيس بوك بين الحملات الدينية والصور الجنسية" على عينة من 207 شاب في المرحلة العمرية بين 19 و 34 رصدت وجود نسبة تزيد عن 87% من الشباب يرسلون دعوات دينية لأصدقائهم، وذلك لجمع توقيعات ضد الصفحات المسيئة للرسول "ص" وأن 64% من نسب هؤلاء يضعون روابط لأموور جنسية، وصور مثيرة، وبالتالي أوضحت الدراسة أن

¹ أبو الفداء، بن مسعود. مرجع سابق، ص 86.

² سعاد بن جديدي: علاقة مستوى النرجسية بالإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك لدى المراهق الجزائري"، أطروحة دكتورا، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2016، ص.41

هذه النتائج تبرز فيها ثقافة انعزال الشباب عن الأفكار والسلوكيات التي يدعون لها والتعامل مع الأمور بشعار " هذه نقرة وهذه نقرة".

- أثره على الجانب النفسي:

سرعان ما تحول موقع الفيس بوك إلى إدمان يستنزف وقت الناس بشكل لا يصدق، ويقوم بتشجيع عادات سيئة مثل الفضول، مراقبة حياة الآخرين، التلصص على قوائم أصدقائهم، والتفرج على صورهم.

كما يلجأ بعض المراهقين إلى تغيير هويته للتعامل مع عدة أشخاص، ويستخدم شخصية مستعارة، لكي يتعرف على نظرة الناس، ورأيهم عن تلك الشخصية التي قدمها لهم، وبالتالي فهو يحاول أن يكتشف مختلف الشخصيات، من خلال لعب ادوار مختلفة، فالعوالم الافتراضية تفسح المجال للفرد أن يضع هويته موضع استكشاف وتجريب، كما يسميه تومبسن "Thompson" مجتمعات كشف الذات. وفي هذا الإطار يشير إلى أن المراهقين الأكبر سنا يستعملون الانترنت في غالب الأحيان من اجل الاتصال بشبكتهم الشخصية القائمة، بينما المراهقون الأقل سنا يستعملون الانترنت من اجل الاتصال بالغرباء ويلعبون بهوياتهم، بمعنى أنهم قد يؤدون ادوار هويات متعددة أثناء التفاعل مع الآخر.

إن قضاء وقت طويل على موقع الفيس بوك يؤدي إلى عزل المراهقين عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في فعاليات المجتمع، وفقد مهارة التواصل المباشر.

من بين التأثيرات التي يواجهها الفرد عند استخدامه للفيس بوك هو مشكل الخصوصية مما قد يسبب له الكثير من الأضرار المعنوية والنفسية، وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية فملف المستخدم يحتوي على جميع معلوماته

الشخصية، إضافة إلى ما ييئته من هموم ومشاكل وصور قد تستغل بغرض الإساءة والتشهير.¹

إن الأشخاص جراء تكوينهم لصدقات افتراضية ومجموعات تواصلية تجعلهم يعيشون نوعا من الانفصال بين الواقع الافتراضي، أي بين الحقيقي والرمزي، وهذا ما قد يخلق نوع من الاكتئاب والقلق والأزمات النفسية للأفراد، في هذا الصدد قدمت دراسة بجامعة " ايدن بورغ نابير" وهي من أهم الدراسات عن الصداقة في الفيس بوك أثبتت أن وجود عددا كبيرا من الأصدقاء لدى مستخدمي الشبكة الاجتماعية الفيس بوك قد يجعلهم متوترين، وفي حالة قلق دائم، حيث أن 32% من المستخدمين يشعرون بالذنب وعدم الارتياح عند رفض طلبات صداقة، بينما 63% يعتمدون إلى تأجيل هذه الطلبات و 10% يكرهون الحصول على طلبات صداقة من الآخرين، وأضافت الدراسة أن الأشخاص الذين يمتلكون عددا كبيرا من الأصدقاء والذين يمضون معظم وقتهم على صفحات الموقع، معرضون بشكل كبير للضغط النفسي، كما أن العديد من المستخدمين يخشون ترك صفحات الموقع خوفا من أن تفوتهم بعض المعلومات الاجتماعية، بالإضافة إلى خوفهم من أن يظن بهم أنهم يهينون أصدقائهم

- أثره على الجانب الاجتماعي:

يعتبر الفيس بوك احد أسباب تدهور العلاقات الأسرية، فأسهم في إفساد الإحساس الاجتماعي بين أفراد المجتمع، فقد قرب ما هو بعيد وابتعد القريب، كما فرض حول من يستخدمها نوعا من العزلة والوحدة والانقطاع عن الحياة العامة والاجتماعية.

أن الفيس بوك بمثابة مؤسسة اجتماعية، ويعتبر من أدوات الاتصال الاجتماعي المعاصرة فتنشئة الفرد اجتماعيا بهذه الطريقة، قد يتعارض وقد يتماشى مع قيم وأسس هذا المجتمع، فالفرد ينعزل عن التفاعل الاجتماعي، ويدمن عليها وينخرط

¹ سعاد بن جديدي . مرجع سابق، صص 41-42

في مجتمعات افتراضية، ربما تتعارض مع عاداته وتقاليد وفكره ودينه وينشأ منعزلاً مكتسباً لقيم افتراضية قد تتعارض مع واقع الحقيقي، وهذا يعود بالسلب على الأسرة والمجتمع بصفة عامة، كما يساهم بطريقة غير مباشرة في تحقيق الانسجام والترابط الاجتماعي، وذلك من خلال تلاقي الأفراد والأصدقاء على الشبكة.

2- التأثيرات الإيجابية :

- التنفيس العاطفي :

حيث يطلق الأفراد العنان لانفعالاتهم، ويعبرون بحرية عن مشاعرهم، ويبوحون بكل ما كانوا يخفونه ويتسترون عليه.¹

- اكتشاف الذات :

بمعنى البحث عن كيفية رد فعل الآخرين خاصة عند الإناث، وكيف يظهرن في عيون الناس، وهذا بفضل السرية التي يتميز بها استعمال الانترنت مما يدفع المستعملين إلى الكشف عن بعض مظاهر ذواتهم، لأن عواقب هذا الكشف منعدمة أو محدودة .

- التعويض الاجتماعي :

أي تجاوز الخجل ونقائص الشخصية على العموم ، وبصفة خاصة عند الإناث والمنطويين نفسياً.²

- الإحساس بالسعادة :

إن عدد الأصدقاء في الفيس بوك مرتبط بالإحساس بالراحة النفسية والسعادة خاصة ، وأن الهم فائدة غير مباشرة على الصحة النفسية من خلال زيادة الدعم الاجتماعي، والحد من الإحساس بالإجهاد والتوتر.

¹ سعاد بن جديدي . مرجع سابق، ص ص 42-43

² جمال، العيفة: "الاتصال الشخصي في عصر شبكات التواصل الاجتماعي ضرورة اجتماعية في عالم متغير". مجلة علوم الانسان والمجتمع، 10 (2014): ص 294.

- التشارك الاجتماعي :

من مميزات الموقع أنه لا يرى في التشارك الاجتماعي وظيفة أساسية للتواصل ،
والمساندة الاجتماعية، والنفسية لتعزيز قدرة الفرد على مواجهة المشكلات من
خلال تبادل التجارب والنصح من الآخرين، الهروب من مشكلات الواقع،
والتفيس عن العواطف وتجنب العزلة مع تأكيد الذات.¹

وتؤكد "زابينه تربيته" في دراستها التي أجرتها بالتعاون مع "ليناردو راينكه"
بكلية "هامبورغ ميديا" وأعلنت عنها في المؤتمر الأوروبي للتواصل: "أن من
يذكر الكثير من بياناته الشخصية على أحد مواقع التواصل الاجتماعي مثل موقع
الفييس بوك تصبح لديه بعد عام قدرة نفسية أكبر من المصارحة الذاتية ، كما تؤكد
الدراسة أن الأشخاص الذين يدلون بالمزيد من المعلومات عن أنفسهم في صفحات
التواصل الاجتماعي يجمعون أصدقاء أكثر خلال نصف عام، غير أن هذه
الصداقات قلما تكون منها صداقات حميمة أما الصداقات الحقيقية فلا تزال تتم
بعيدا.

على المستوى الصحي: أجريت بحوث على أطفال يعانون من أمراض مستعصية، ولوحظ
أن استخدامهم للشبكات الاجتماعية له تأثير حسن ايجابي على سلوكياتهم ومزاجهم، فهي
تشجعهم على العودة للانخراط في المجتمع بصورته الافتراضية².

¹ زهير عابد: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني . مجلة جامعة النجاح للأبحاث ، 06
(2012) :ص139.

² نحو مجتمع المعرفة". المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي . "مركز الاستراتيجية جامعة الملك عبد العزيز، 39
(2012): ص 120.

خلاصة الفصل :

الدراسات والأبحاث العلمية في ميدان الإعلام والاتصال بينت مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي خاصة منها الفيسبوك الذي غزى العالم بحيث سهل عملية التواصل الاجتماعي وهو ما أدى إلى ذوبان الحدود الجغرافية بين الدول إلى درجة أن أصبح العالم مجرد قرية صغيرة مرتبطة ببعضها البعض ، حتى أن هذا الموقع أصبح يجد قبولا كبيرا بين مرتاديه بمختلف مستوياتهم الثقافية من البسيط إلى العامي إلى طلاب الجامعات والباحثين والعلماء وبين فئة المراهقين والشباب وحتى المتقدمين في السن ومع ذلك تبقى آثاره تحتاج إلى دراسة معمقة في ظل التزايد المستمر في استخدامه المفرط.

الفصل الثالث: مدخل الى الاتصال الاجتماعي

- تمهيد
- أولا- لمحة تاريخية عن الاتصال الاجتماعي
- ثانيا- عناصر العملية الاتصال الاجتماعي
- ثالثا- عمليات الاتصال الاجتماعي
- رابعا- وظائف الاتصال الاجتماعي
- خامسا- أهداف الاتصال الاجتماعي
- سادسا- خصائص الاتصال الاجتماعي
- سابعا- المرجعية الاجتماعية للاتصال الاجتماعي
- ثامنا- النظريات المفسرة للاتصال الاجتماعي

تمهيد:

الإتصال عملية إجتماعية لها طابعها المتميز في السلوك الإنساني، فهي ديناميكية في حركتها متطورة ومتغيرة، اذ انتقل الإتصال من شكله البدائي البسيط من أصوات كالصراخ وإشعال النار وقرع الطبول وحركات جسمية إلى بدايات التطور الفكري بالرسومات على جدران الكهوف والنقش على الأحجار، ثم تحولت تلك الرسومات والرموز إلى أحرف لها دلالات لفظية يفهمها الذين ابتكروا معانيها، وهذا التقدم تعددت من خلاله الاساليب التعبيرية للأفكار وحاجات أفراد الجماعة الواحدة إلى ميلاد عدة أساليب لفظية (تنوع اللغات) والغير اللفظية (كإشارات الجسم، إيماءات، ألوان) إلى ابتكار الوسائل المادية كالطباعة والتقنيات التكنولوجية الحديثة، كل هذا ويبقى للاتصال هدف واحد و اساسي منذ بدايته إلى حد الساعة وهو تحقيق الإتصال والتواصل بين الافراد والجماعات بالمجتمع .

أولاً- لمحة تاريخية عن الاتصال الاجتماعي:

لقد عرف الفكر الإنساني قفزة نوعية في الاتصال الاجتماعي منذ أن قرر الاستقرار، و أشار "ويلز" (Wilz.c) المفكر الإنجليزي الى : "أن التطور التاريخي الإنساني هو في حد ذاته ظاهرة اجتماعية..."¹، وهذا لم يكن ليظهر لولا الاتصال الاجتماعي، فخلد الفكر البشري من خلاله، مما مكن علماء التاريخ والأنثروبولوجيا من اطلاعنا على حياة الذين كانوا من قبلنا وهذا عن طريق الآثار المادية والمورثات الثقافية بما في ذلك المعتقدات الدينية، ويقدم "ويلز" خمسة مراحل للثورة الفكرية الإنسانية: "مرحلة الإشارات والرموز تسمى في بعض الكتابات لغة التخاطب البدائية، مرحلة الكتابة بالرسم النقشي ثم تلتها مرحلة ذهبية باكتشاف الطباعة ومنها انطلقت عالمية الاتصال السلبي واللاسلكي والإلكتروني الرقمي"²، ولكل مرحلة أدواتها الحسية والمادية، ومنها تحول العالم إلى قرية كونية على حد تعبير مارشال ماكلوهان.

ثانياً- عناصر العملية الاتصال الاجتماعي:

إن الاتصال الاجتماعي عملية ديناميكية في استمرار الحياة الاجتماعية، وهو نشاط يتداخل فيه الكثير من العناصر لحدوثه وقد حددها علماء الاجتماع والإعلام الاتصال في:

1- مصدر الإتصال (Seder):

ويعرف أيضا بالمرسل: "وهو منشئ الرسالة"³، له غاية وهدف يدفعه للقيام بإرسال الرسالة، لا يقتصر المرسل على فرد واحد فقط ربما تكون مجموعة من الأشخاص الذين يودون أن يؤثروا في الآخرين بشكل ليشاركوه ليشاركوهم في أفكارهم واتجاههم أو خبراتهم⁴، في أي محيط اجتماعي كان سواء في الأسرة (الآباء أبناء)، المدرسة (الأساتذة الطلاب) المسجد (إمام)، جماعة الأقران إلخ.

¹ محمد جاسم الفكي: نظريات الإتصال والإعلام الجماهيري، موقع الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانيمارك.

² إبراهيم أبو عرقوب: الإتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، دار المجدلاوي لنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2001، ص ص 80-108.

³ إبراهيم أبو عرقوب: مرجع سابق، ص 40-41.

⁴ السيد عيد الحميد، عطية ومحمد محمود مهدي: الإتصال الاجتماعي وممارسة الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2003، ص 45.

2- الرسالة (Message):

وهي أداة يستخدمها المرسل ليعبر من خلالها عن أفكاره وحاجاته وأهدافه يرغب مشاركة الآخرين فيها، ويمكن أن تكون الرسالة ذات طابع لفظي (كلام) وجهها لوجه، أو غير لفظي (كتابة، رسومات دلالية، إشارات رمزية...) وجهها لوجه، أو لفظي (كتابة، رسومات دلالية، إشارات رمزية...)، كما أن وظيفة الرسالة أنها تحتوي على مجموعة أوامر وتعليمات و شكاوي ترسل من قبل عامل إلى عامل آخر وعلى اختلاف مستوياتهم المهنية والاجتماعية¹.

3- الرمز (Symbole):

وهي الطريقة والأسلوب الذي يستخدم في إنشاء ونقل الرسائل، وقد سماها بعض العلماء: الوسيلة، القناة، "وهي شكل الذي يستعملها المرسل ليعبر بها عن رسالته التي ترغب في توجيهها إلى المستقبل"²، فالأفكار، المعلومات والخبرات الحياة الاجتماعية لا تنتقل من تلقاء نفسها، فلا بد من أداة لنشرها سواء كانت في أسلوب اللفظي كاللغة ودلالاتها الصوتية أو الأسلوب الغير اللفظي كالأصوات والإيماءات، الحركات الجسمية كرفع اليد والتلويح بها كإشارة تحية مثلا، دلالات الألوان، ويمكن أن تتعدد الرموز في العملية الاتصالية الواحدة المهم في الأمر إيصال الرسالة.

4- المتلقي (Medium):

وهو العنصر الحيوي في العملية الاتصالية، فلا يعقل أن يكون هناك مرسل ورسالة والرمز لا يوجد من يتلقى هذه الرسالة، ويمكن أن يكون فردا واحدا، جماعة أو مجتمع بكامله الهدف من وجوده هو حصوله ومشاركته للمعلومة المرسله إليه، وقد سماه بعض العلماء بالمستقبل أو المرسل إليه، ويطرح سؤال حوله:-لمن ترسل الرسالة؟

¹ مصطفى عبد السميع محمد وآخرون: الإتصال والوسائل التعليمية قراءات أساسية لطالب المعلم، مركز الكتاب النشر، القاهرة، ط1، 2001، ص 31.

² السيد عبد الحميد عطية، مرجع سابق، ص 49.

5- رصد الصدى (BackFeed):

وتسمى أيضا بالاستجابة والتي يقوم بها المتلقي لرسالة دلالة على فهمه لها، أو هي الاستجابة التي تبدو على المستقبل نتيجة وصول الرسالة التي يرغب المرسل في توصيلها للمتلقي¹، ويظهر المستقبل رد فعله من خلال سلوكيات حركية، لفظية، تغيرات فيزيولوجية.

ثالثا- عمليات الاتصال الاجتماعي:

1- التفاعل:

يعتبر من أهم عمليات الاتصال الاجتماعي، حيث يمثل العلاقة المتبادلة بين فردين فأكثر، يتوقف سلوك أحدهما على الآخر، والوسط الجماعي وسط تفاعلي بين عدة عناصر متفاعلة من بينها الطلبة من خلال سلوكياتهم الاتصالية في قاعات الدراسة، المطعم، المكتبة وسائل النقل الجماعي، الإقامة، فضاء الإنترنت بالجامعة، نوادي نقابة الطلاب.

2- التعاون:

وهو سلوك يعطي دلالة يمكن من خلاله قياس حجم الاتصال الاجتماعي بين الطلبة الممكن رصده في المشاركة الثقافية والنوادي، أثناء فترة السكن في الإقامة، الاستجابة لتقديم المساعدة عند صعوبة إستيجاب مادة علمية بأن يتطوع أحد الطلبة بتدريس زملائه، الدعم المادي والمعنوي في أوقات أزمات بعض الطلبة²، ويمكن أن يكون التعاون موجة من طرف رئيس قسم الجامعة أو أحد رؤساء أفواج الطلبة، ممثلي النقابات طلابية منسقي النوادي الطلابية كالتبرع بالدم، التشجير³.

¹ خيري خليل الجميلي: الإتصال ووسائله في مجتمع الحديث، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية مصر، 1997، ص

22

² جبارة عطية: علم الاجتماع الإعلام، الإسكندرية، دار الوفاء، دينا لطباعة والنشر، 2001، ص 66.

³ إبراهيم خطيب ياسين الخطيب وآخرون: التنشئة الاجتماعية لطفل، دار الثقافة النشر والتوزيع، عمان، 2003.

3- التكيف:

أحد أهم عمليات الاتصال الاجتماعي، التي تساهم في إنجاح العملية التفاعلية، فقد وضع علماء الاجتماع مفهوم التكيف هو قدرة الفاعل الاجتماعي أن يتواءم سلوكه مع متطلبات البيئة الاجتماعية، ويؤكد شايفر (sheifer) أن مجرى حياة الفرد سلسلة من عمليات التوافق المستمر، حيث على الدوام الفرد مضطر إلى تعديل سلوكه وانتقاء الاستجابة الملائمة للموقف الذي يشمل حاجات الفرد والدافعة لتحقيق الاشباع من جهة، ومن جهة أخرى لا بد أن يكون الفرد على قدر من المرونة حتى يستطيع أن يختار الاستجابة المناسبة للموقف الذي يوجد فيه أو قد يتعرض إليه، ويقول روشيه (Rochier): "إن الشخص المتوافق هو الذي يستطيع ان يتخير الأساليب الملائمة لثقافة المجتمع الذي يعيش فيه، كما يشير أن هناك فروق فردية بين أفراد المجتمع في تحقيق عملية التوافق الاجتماعي، ويسهم التكيف في أن يتجاوز الاتصال الاجتماعي العوائق التي تحول دون اكتمال دورة الاتصالية.¹

4- الصراع:

هو عملية اجتماعية تنجم عن التفاعل الاجتماعي، وهو مظهر متطرف يحدث بين شخصين لكنه عملية أساسية في العلاقات الاجتماعية لخلق روح الإبداع لكن بطرف إيجابية وليس سلبية حتى يستخدم العنف، كما نلاحظ في بعض المواقف الطلابية، فهناك صراع إيجابي كتحريك روح المنافسة العلمية بطرح سليمة وهادفة.

5- التضامن:

عرف هذا المفهوم في الدراسات السوسولوجية، وقد اهتم به إميل دوركايم (E.Durkheim) وأطلقه على العلاقات التي تسود المجتمعات البسيطة، وقصد بهذا أن الطابع الغالب على هذه المجتمعات علاقات قرابة دموية وأسرية، أعضائها متجانسون

¹ حازم مناحي سعادة: مفهوم التكيف والتوافق، مجلة المنال، 2010، بحوث ودراسات.

ويشتركون في نفس القيم ولهم انتماءات موحدة وذهنيات متماثلة، حيث تسير تحت إمرة العقل الجمعي، تنصهر مصلحة الفرد لصالح الجماعة في كل مناحي الحياة الاجتماعية.¹

رابعاً- وظائف الاتصال الاجتماعي:

الكل عملية اجتماعية وظيفية وجدت من أجلها، وللاتصال وظيفة حيوية وديناميكية إدراجها كالاتي:

1- التوجيه:

بمعنى تقديم وبناء وتكوين اتجاهات معرفية من المرسلين أو القائمين على عملية الاتصالية في عقول وسلوكيات المستقبلين أو المتلقين لرسالة تتلائم وطبيعة المجتمع "التي يراها المجتمع أنها صالحة للأفراد ومحقة لأهداف المجتمع العام"²، من خلال عملية تسير وفق ثلاث موافق هي: إما تعديل قيم أو تغييرها أو تثبيتها وتعزيزها .

2- التثقيف:

أي حصول المتلقين أو مستقبلي الرسائل على معلومات وخبرات تزيد من رصيدهم المعرفي سواء على المستوى العلمي أو العملي، فهذه العملية تكسب الفرد مهارتها ربما تعجز الأساليب الأكاديمية الاستفادة منها، فعملية التثقيف تساهم بشكل كبير في هذه العملية.

3- الترفية:

استلزم على المجتمع المعاصر وتفاديا لضغوط الحياة العملية والعلمية للأفراد أن يقوم الاتصال بعملية تسلية وإبعاد التعب والأرق على المجتمع وتحفيزه لاستمرار في الحياة الاجتماعية وأصبح الاتجاه القوي هو استخدام الترفيه الموجه لزيادة استمتاع الأفراد بمهارات ترفيهية تنمي اتجاهاتهم بما يعود عليهم بالفائدة.³

¹ عبد المجيد لبصير: موسوعة علم الاجتماع ومفاهيم في السياسة والاقتصاد والثقافة العامة، دار الهدى للطباعة للنشر والتوزيع، 2010، ص148

² خيرى خليل الجميلي، المرجع السابق، ص 2

³ المرجع نفسه، ص 33

4- التعرف الاجتماعي:

يتيح الاتصال الاجتماعي فرصة لزيادة التفاعل بين أفراد الجماعة الاجتماعية، والتي يتولد عنها صلات إجتماعية ذو طابع قوي من خلال عمليات التجارة، المصاهرة الصداقة... ويتحقق ذلك من خلال ما تنتشر وسائل الاتصال من أخبار، صور... إلخ ما تزيد من تعارف أفراد المجتمع الأول حتى المجتمع الثاني وغيره.

خامسا- أهداف الاتصال الاجتماعي:

يتحدد أهداف الاتصال الاجتماعي حسب النسق الذي يتم فيه ومن خلاله الاتصال وحسب المرسل والرسالة وطبيعة المتلقين برسالة، فالإتصال يتم بين الأطراف تشترك في الهدف كما هو الحال في نسق المؤسسة، أو بين مؤثر ومتأثر كما هو الحال في التدريس التعلم والإشهار والدعاية، وهذا ما ذهب إليه الباحث (كاري كرونكيت) (cronkitescary) في قوله: "الإتصال بين البشر يتم عندما يستجيب الإنسان لمز معين" مما يؤدي هذا الخلق نوع من أهداف هذه الاستجابة لرمز ما إلى:

- 1- خلق وإيجاد اتجاهات فكرية وسلوكية نمطية.
- 2- خلق عادات وسلوكات تنسجم مع أهداف الجهة القائمة بالاتصال.
- 3- تغطية أكبر قدر من مساحة التي يتحرك من خلالها المتصلين وسرعة استهلاكهم للمعلومة والسلعة.¹
- 4- أهداف شخصية واجتماعية، نفسية ومعرفية، جمالية وأمنية روحانية²، بحيث يسعى الإتصال إلى تحقيق ما يلي:

● التنسيق بين الأفعال والحاجات والتصرفات، فهي عملية تتطلب الموازنة بين احتياجات الفرد في وسطه الاجتماعي بتلبية حاجات الشخصية التي يشبعها المجتمع المتفاعل للفرد، لكن في حدود مدروسة ومضبوطة الكل يحقق إشباعا ته

¹ لظفي، مندي وادي: العرب الجزائري، منتديات التعليم العالي، منتدى علوم الاجتماعية والإنسانية، مفهوم الاتصال عناصره، أهدافه، أنواعه، في: 10/12/2021
² جماعة الجامعة السعودية الإلكترونية، 2012.

دون تعدي طرف على الآخر، أي يكون تكامل وتوازن يعمل للحفاظ على النسق العام الحياة الاجتماعية.¹

- المشاركة في المعلومات، فالاتصال عندما يحقق التنسيق بين سلوكيات الأفراد في الجماعة الواحدة ويضبط سلوكا تهم في إطار موحد لصالح الجماعة أن يحرم الفرد حاجاته فإن هذا يتطلب مشاركة كالعنصر فعال في الجماعة الاجتماعية بأن تتبادل الأفكار والخبر.

سادسا- خصائص الاتصال الاجتماعي:

- 1- عملية ديناميكية.
- 2- مستمرة في الزمان.
- 3- عملية دائرية.
- 4- عملية الأبعاد إنتاجها بنفس الوتيرة بالرغم توفر عناصر الاتصال لأنها عملية اجتماعية متغيرة.
- 5- عملية معقدة لا يمكن إلغاؤها.²

سابعا- المرجعية الاجتماعية للاتصال الاجتماعي:

إنطلاقا من التعريفات الخاصة بالاتصال الاجتماعي الذي يركز على دور التفاعل الاجتماعي الذي يشمل دور المعتقدات والعادات والمكونات النفسية والجغرافية والثقافية والنظم الاقتصادية والسياسية، التربوية والتعليمية، وبالتالي اهتمت الدراسات الاتصالية ببناء نماذج ونظريات توضح من خلالها الأطروحات وإشكالات الاتصالية ورصد المعوقات التي تعرقل المسار الطبيعي للعملية الاتصالية في الوسط الاجتماعي ومن ينب هذه المرجعيات أو النظريات نجدها بين التراث الكلاسيكي مثل: نظريات التأثير القوي المعتدل والمحدود.

نظريات تشكل الرأي والموافق وتحليل الرسائل الاتصالية والخطاب وغيرها النظريات التي يغلب عليها طابع الإهتمام بالمرسل ومضمون الرسالة ويهمل دور طبيعة القناة أو أداة

¹ سليم كفان، دراسة مدى فعالية الإتصال التنظيمي في المؤسسة ودوره في إتخاذ القرارات التنظيمية، مذكرة ماجستير، علوم التربية، قسنطينة، 2005.

² ابراهيم أبو عرقوب، مرجع سابق، ص 61

الرسالة وطبيعة المتلقي، لكن في الدراسات الحديثة ونتيجة مشاكل الاجتماعية التي سببها الرئيسي تدهور العلاقات الاتصالية بين مختلف أفراد الجماعة الاجتماعية في النسق الفرعي والعام لهذا تم تطوير نظريات حديثة تتماشى وتطورات التكنولوجيات من مختلف وسائل المادية والمادية في العملية الاتصالية مثل نظرية الإختلاف الفردية والاجتماعية، نظرية الغرس الثقافي نظرية تمثل المعلومات، واستخدامات الإشباعات ونظرية تحليل القيمي في الإعلام وتحليل الخطاب وغيرها من النظريات التي تستهدف جميع عناصر العملية الاتصالية بنظرة شمولية من أصغر اجتماعي الأسرة إلى أكبر نسق النظام العام والتعليم العالي التي تهدف إلى التحكم في الإطار الاجتماعي العام بأفضل طرق وتحقيق أفضل نتائج التواصل الاجتماعي.¹

ثامنا- النظريات المفسرة للاتصال الاجتماعي:

من بين النظريات التي اهتمت بالاتصال الاجتماعي نجد التفاعلية الرمزية وهي نظرية معاصرة، اهتمت بتحليل الأنساق الاجتماعية الصغرى، فهي تدرس الأفراد في المجتمع ومفهومها عن التوافق، والمعاني والادوار والأنماط السلوكية التفاعلية و من أشهر مؤسسيها جورج هربرت ميد (H.G.Mead) و هربرت بلومر (Blumer.H) وقد اهتمتا بالرموز ومعانيها التي اعتبرت ثورة فكرية والتي جسدها الفكر البشري وسهل عملية التواصل الإنساني، وأعطوا معاني لحركات أجسامهم وأصواتهم وقربت العالم القرية كونية، وساهمت في نقل المشاعر والاتجاهات بين أعضاء المجتمع، وزاد اهتمام الأفراد بالمعني ودلائلها تقوية العلاقات الاجتماعية²، كما أضاف تشارلز كولي (Coly.c) أن الإنسان تمكن من رصد تصورات (تمثلاته) لذاته وذوات الآخرين وتحويلها من بنية ذهنية إلى سلوكيات واقعية ملاحظة ومعبر عنه وحولت بعدها إلى إنتاجات وخبرات معرفية أفادت البشرية في حياتها، فعلى حد قوله: المجتمع ليس إنتاج تفاعل بين ذوات وعقول المتفاعلين،

¹ صلاح أبو قاسم، مقدمة عامة في نظريات الإتصال الحديثة، مثال نشر في الموقع:

Social research 23/05/2014

Kenanaonline.com/users/social_research/posts/620172.

² طلعت إبراهيم لطفي وكمال عبد الحميد الزيان، النظريات المعاصرة في علم الاجتماع، دار غريب، القاهرة، ص 119-

فالمجتمع نسيج وأفعال مشتركة متبادلة لذوي العقول، فأنا أتخيل عقلي يحمل ما يتصوره
عقلك من تصورات عقلي، وما يفكر به عقلك يفكر به عقلي".¹

ونرى أن "هربرت ميد" (Mead.H) اهتم بدراسة علاقة الفرد بالجماعة والمجتمع خاصة
من خلال عملية التفاعل الرمزي فمسألة المعنى ليس مسألة عقلية فقط بل هي عملية
اتصالية في حد ذاتها بين من يتناقلون هذه المعاني ويتشاركون في معنى الرمز وما يمثله
لهم".²

¹ ابراهيم عيسى عثمان، النظريات المعاصرة في علم الاجتماع، دار الشروق، عمان، 2007، ص 117.
² مرجع نفسه، ص 211.

خلاصة الفصل :

الاهتمام بدراسة الاتصال الاجتماعي، أصبح من أولويات المجتمع المعاصر، نتيجة طغيان العامل التكنولوجي في حياة المجتمعات الذي تعقدت حياته في ظل استخدام التقنية بشكل ملفت للانتباه، إلا أنه يبقى هذا الفاعل الاجتماعي يؤثر ويتأثر ووسيلة تأثيره وتأثره لا تكون إلا في اطار عمليات الاتصال الاجتماعي، ما بين التعاون والتضامن والتكيف لتحقيق اشباعات الأفراد والجماعة وتفتح لهم آفاق التواصل الاجتماعي الفعال، وبالرغم من صعوبات الاتصال الاجتماعي، إلا أن المجتمعات تسعى لترقية أساليب اتصالها، فلكل وسط اجتماعي قوانين تسيير عليها العملية الاتصالية وهي مرتبطة بالمكان والزمان، فالاتصال ذو طابع متغير لأن الفاعلين الاجتماعيين يتبدلون ويتغيرون حسب الظروف التي تتحكم فيها البيئة الاجتماعية والزمانية .

الجانب التطبيقي

الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

تمهيد

أولاً - مجالات الدراسة.

ثانياً - العينة

ثالثاً - أدوات جمع البيانات

رابعاً - الأساليب الإحصائية.

خلاصة

تمهيد:

تعتبر هذه المرحلة من أهم مراحل البحث العلمي ، لأنها توضح الخطوات المنهجية المتبعة في الدراسة الميدانية لتدعيم الخلفية النظرية للبحث والإجابة على تساؤلات الدراسة. فلا يكتمل أي بحث أو دراسة إلا بدقة النتائج المتحصل عليها في الاجراءات التطبيقية حيث يتناول هذا الفصل : مجالات الدراسة، وعينة الدراسة، وكذا الأدوات المستعملة في الدراسة وأهم الأساليب الإحصائية .

أولاً-مجالات الدراسة:

تتصب الدراسة الميدانية على تحليل واقع الميدان الذي يجري فيه البحث، لأن أي دراسة ميدانية تتطلب تحديد مجالاتها المختلفة، من مجال مكاني وزماني، ومجال بشري.

وعليه كانت مجالات الدراسة الحالية كالآتي:

أ- المجال المكاني:

أجريت هذه الدراسة بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية

ب -المجال البشري:

تمثل المجال البشري في طلبة سنة أولى ماستر علم الاجتماع تخصص اتصال، تربية، تنظيم وعمل.

ج-المجال الزمني: بدأت الدراسة الميدانية من تاريخ 25 افريل 2021 اذ قمنا بتوزيع الاستمارات على أفراد العينة إلى غاية 6 ماي 2021، وقد استغرقت مدة 12 يوم متتالية.

ثانياً-العينة

تعتبر خطوات اختيار العينة من الخطوات الاساسية في البحث العلمي فهي تساعد على جمع المعلومات والبيانات حول مجتمع الدراسة الأصلي، أو أنها مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي.¹

1 • موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف وسعيد سبعون،

دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006، ص62

تعرف العينة على أنها: "مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وهي تعتبر جزء من الكل بمعنى أنه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع لتجري عليها الدراسة، فالعينة إذن هي جزء معين او نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله ووحدات العينة قد تكون أشخاصا، كما تكون أحياء أو شوارع أو مدن أو غير ذلك".¹

وفي دراستنا الحالية قمنا بمسح شامل لطلبة علم الاجتماع تخصص اتصال، تربية، تنظيم والذين عددهم 100 طالب حيث 73 ذكور و27 اناث .

ثالثا- أدوات جمع البيانات :

الاستبيان:

هو: "وسيلة من الوسائل التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والجهد الأكبر في الاستبيان ينصب على بناء الفقرات الجيدة والحصول على استجابات كاملة".²

ويعرفه محمد عبد الحميد: "بأنه أسلوب لجمع البيانات يستهدف استشارة أفراد العينة بطريقة منهجية ومتقنة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة في موضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي لأفراد العينة في هذه البيانات".³

وقد قمنا بتعديل بعض الأسئلة وإلغاء البعض الآخر وإضافة بعض الأسئلة وهذا بعد توزيعها على المحكمين لتصل إلى شكلها النهائي بصياغة 30 سؤال .

وقد تضمن الاستبيان عدة أسئلة تم تصنيفها إلى عدة محاور منها:

أولا – البيانات الأولية

¹ صلاح مراد، فوزية هادي ، طرائق البحث العلمي (تعميماتها وإجراءاتها) ، دار الكتاب الحديث، الكويت ، 2002 ، ص 197.

² منذر عبد الحميد الضامن، أساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة، عمان، 2007، ص 91.

³ محمد عبد الحميد ، دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، د.ط، عالم الكتاب، القاهرة، 1993، ص 133.

ثانيا- دوافع استخدام الأفراد للفايسبوك .

ثالثا-أبعاد استخدام الأفراد للفايسبوك.

رابعا-تأثير الفاييسبوك على العلاقات الإجتماعية بين الأفراد.

رابعا-الأساليب الاحصائية: اعتمدنا في دراستنا على أسلوب التحليل الاحصائي في شكله البسيط للتكرارات، والنسب المئوية بعد تصنيف وتبويب البيانات، كما اعتمدنا في التحليل الاحصائي للبيانات على نظام SPSS.

خلاصة:

تطرقنا في هذا الفصل الى عرض الاجراءات المنهجية المتبعة في الدراسة الميدانية عرضا تفصيليا، انطلاقا من مجالات الدراسة والمتمثلة في المجالات الثلاثة المكانية والزمانية والبشرية، وكيفية اختيار العينة وتحديدها، وكذا أدوات جمع البيانات والتي تمثلت في الاستبيان، والأساليب الإحصائية المعتمدة.

الفصل الخامس: عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة

أولاً- تحليل البيانات وتفسيرها

ثانياً- الاستنتاجات العامة

1- الصدق : صدق المحتوى (الاتساق الداخلي) :

قمنا بحساب صدق المحتوى للمقياس بطريقة الاتساق الداخلي، وذلك بحساب معامل ارتباط كل محور من محاور الاستبيان عن الدرجة الكلية، تم استعمال نظام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS₂₃)؟؟؟ لحساب قيمة r لكل محور، فتحصلنا على النتائج المدونة في الجدول التالي:

المحاور	عدد أفراد العينة	قيمة معامل الارتباط R	مستوى الدلالة	القرار
دوافع استخدام الأفراد للفايسبوك	30	0.629	0.000	دالة إحصائية عند 0.01
ابعاد استخدام الأفراد للفايسبوك	30	0.722	0.000	دالة إحصائية عند 0.01
تأثير استخدام الفاييسبوك على العلاقات الاجتماعية بين الافراد	30	0.677	0.000	دالة إحصائية عند 0.01

من خلال الجدول رقم (01) نجد أن قيمة معامل الارتباط بيرسون بين المحاور والدرجة الكلية للاستبيان تتراوح بين 0.629 و 0.722 وهي تدل علي وجود علاقة قوية بين المحاور والدرجة الكلية للاستبيان ومستوي الدلالة تساوي 0.000 ، وهي أقل من مستوى معنوية 0.01 إذا هي دالة إحصائية عند 0.01 مما يؤكد على أن الاستبيان صادق من ناحية المحتوى أو المضمون.

2 - الثبات : التناسق الداخلي للبنود (ألفا كرو نباخ) :

قمنا بحساب ثبات المقياس بطريقة التناسق الداخلي للبنود (ألفا كرو نباخ) بواسطة نظام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS₂₃) ، النتائج مدونة في الجدول التالي :

المحاور	عدد البنود	قيمة معامل ألفا كرو نباخ	القرار
دوافع استخدام الأفراد للفايسبوك	5	0.643	دالة إحصائية
ابعاد استخدام الأفراد للفايسبوك	16	0.714	دالة إحصائية

دالة إحصائية	0.756	7	تأثير استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد
دالة إحصائية	0.802	28	الدرجة الكلية للاستبيان

من خلال الجدول رقم (02) نجد أن قيمة ألفا كرو نباخ للاستبيان ، أي درجة التناسق الداخلي بين بنود المحور الأول دوافع استخدام الافراد للفايسبوك 0.643 ، وهي علاقة موجبة بين البنود المكونة للمحور الأول ، ودرجة التناسق الداخلي بين بنود المحور الثاني ابعاد استخدام الافراد للفايسبوك تساوي 0.714 ، وهي علاقة موجبة بين البنود المكونة للمحور الثاني ، ودرجة التناسق الداخلي بين بنود المحور الثالث، تأثير استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية بين الافراد تساوي 0.756 ، وهي علاقة موجبة بين البنود المكونة للمحور الثالث، وهذا ما يؤكد درجة التناسق الداخلي لكل بنود الاستبيان والتي تساوي 0.802 وهي علاقة موجبة بين البنود الاستبيان وبذلك يمكن القول بأن الاستبيان ثابت .

الدراسة الأساسية:

بعد التأكد من صدق وثبات الاستبيان، قمنا بتوزيع الاستبيان علي العينة الأساسية والمقدرة ب 100 طالب جامعي بجامعة الوادي، و الذين اجابوا على الاستبيان، فكانت النتائج كالآتي:

عرض وتحليل النتائج:

1- عرض وتحليل نتائج المحور الأول :

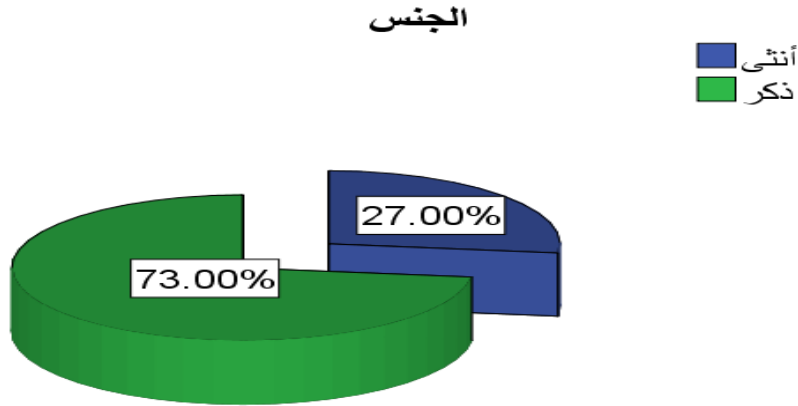
أ-الجنس:

جدول رقم (03) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر ، أنثى)

النسبة المئوية %	العدد	الجنس
73 %	73	ذكر
27%	27	أنثى

المجموع	100	% 100
---------	-----	-------

التمثيل البياني رقم (01) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر , أنثي)



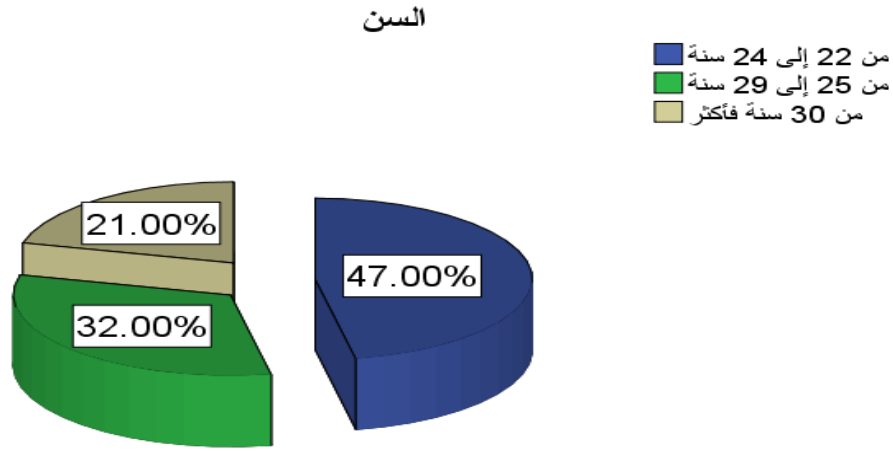
من خلال قراءتنا للجدول رقم (03) و التمثيل البياني رقم (01): نجد أن عينة دراستنا غير متساوية العدد بين الجنسين ، حيث نجد عدد الذكور 73 طالب جامعي بنسبة 73%، وعدد الإناث 23 طالبة جامعية بنسبة 23%، ويرجع هذا التفاوت في العدد إلى طبيعة تخصص علم الاجتماع الذي يغلب الإقبال عليه من طرف الطلبة أكثر من الطالبات عكس باقي التخصصات.

ب- السن:

جدول رقم (04) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب السن

النسبة المئوية %	العدد	فئات السن
47 %	47	من 20 إلى 24 سنة
32 %	32	من 25 إلى 29 سنة
21 %	21	من 30 سنة فأكثر
100 %	100	المجموع

التمثيل البياني رقم (02) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب السن



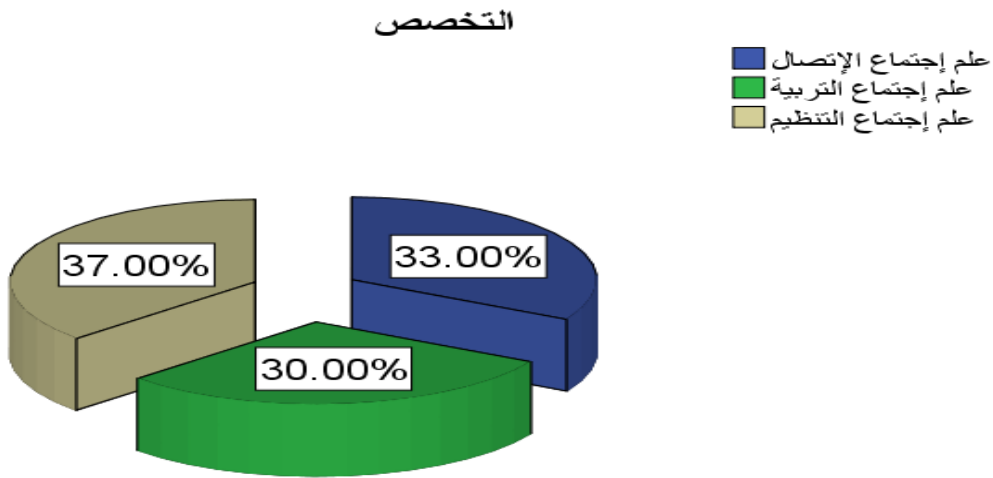
من خلال قراءتنا للجدول رقم(04) و التمثيل البياني رقم (02): نجد أن عينة دراستنا غير متساوية الفئات بين الأعمار ، حيث نجد عدد الفئات من 20 إلى 24 يمثل 47 فرد بنسبة 47% ، وعدد الفئات من 25 إلى 29 يمثل 32 فرد بنسبة 32% في حين أن أعمار فئات الطلبة الذين يفوق سنهم 30 سنة هم 21 فرد بنسبة 21% ،ومنه فإن هناك تباين واختلاف في فئات سن الطلبة وهذا بطبيعة الحال يعود إلى ان التعليم في الجامعة لا يقتصر على سن معين بالإضافة إلى أن الجامعة فتحت المجال أمام الجميع من أجل الإلتحاق بمقاعدھا .

ج -التخصص :

جدول رقم (05) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب التخصص

النسبة المئوية %	العدد	التخصص
33 %	33	علم إجتماع الاتصال
30 %	30	علم إجتماع التربية
37 %	37	علم إجتماع التنظيم وعمل
100 %	100	المجموع

التمثيل البياني رقم (03) توزيع ونسبة العينة حسب التخصص



من خلال قراءتنا للجدول رقم (05) والتمثيل البياني رقم (03): نجد أن عينة دراستنا مختلفة من حيث التخصص لدى الطلبة ، حيث نجد عدد الطلبة الذي يدرسون تخصص علم إجتماع التنظيم 37 طالبا بنسبة 37% ، في حين أن الطلبة الذي يدرسون علم إجتماع الاتصال هم 33 طالبا بنسبة 33% ، في حين أن الطلبة أصحاب تخصص علم إجتماع التربية هم 30 طالبا بنسبة 30%، ومنه فإن الملاحظ هنا أن هناك تباين في التخصصات وهذا راجع الى ان التعليم في الجامعة فتح افاقا متنوعة امام المتعلمين ،فكما شمل هذا التنوع تخصصات أخرى كعلم النفس والاقتصاد أيضا شمل علم الاجتماع ونجمت عنه فروع وتخصصات كثيرة، مثل علم اجتماع الاتصال، التربية، التنظيم.

2- عرض وتحليل نتائج المحور الأول : دوافع استخدام الافراد للفيسبوك.

2-1. هل يسهل عليك الفيسبوك التعامل مع الاخرين:

الجدول رقم (06) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب تسهيل الفيس بوك التعامل مع الاخرين حسب الجنس

الجنس	أنثى		ذكر		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
لا	1	3.70%	7	9.59%	8	8%
أحيانا	4	14.81%	8	10.96%	12	12%

80 %	80	79.45 %	58	81.48 %	22	نعم
100 %	100	100 %	73	100 %	27	المجموع

من خلال الجدول رقم (06) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين سهل عليهم الفايسبوك التعامل مع الآخرين حيث بلغ عددهم 80 بنسبة 80%، قابلتها نسبة 81.48% من الإناث وهي مرتفعة قليلا مقارنة بنسبة الذكور 79.45%، تليها نسبة الطلبة الذين أحيانا يسهل عليهم الفايسبوك التعامل مع الآخرين وهم 12 بنسبة 12%، قابلتها نسبة 14.81% من الإناث وهي مرتفعة قليلا مقارنة بنسبة الذكور 10.96%، تليها نسبة الطلبة الذين لم يسهل عليهم الفايسبوك التعامل مع الآخرين حيث عددهم 8 بنسبة 8%، قابلتها نسبة 9.59% من الذكور وهي مرتفعة مقارنة بنسبة الإناث 3.70%، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين سهل عليهم الفايسبوك التعامل مع الآخرين، ونفسر ذلك بأنه نظرا لخصائص الفايسبوك الكثيرة كالنفاذية واللاتزامنية فقد امكن لجميع الافراد عبر العالم الالتقاء افتراضيا وبناء العلاقات والاتصال باي وقت وفي أي مكان وباقل كلفة ممكنة فألغيت حواجز الزمان والمكان .

2-2. هل كونت صداقات جديدة عند استخدامك للفايسبوك:

الجدول رقم (07) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب تكوين صداقات جديدة عن طريق الفايسبوك

البدائل	تكرار	نسبة
لا	24	24 %
أحيانا	29	29 %
نعم	47	47 %
المجموع	100	100 %

من خلال الجدول رقم (07) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين قد كونوا صداقات جديدة عن طريق استخدامهم الفايسبوك حيث بلغ عددهم 47 بنسبة 47%، تليها نسبة المبحوثين الذين أحيانا ما يكونوا صداقات جديدة عند استخدامهم الفايسبوك وهم 29 بنسبة 29%، تليها نسبة المبحوثين الذين لم يكونوا صداقات جديدة عند استخدامهم الفايسبوك وهم 24 بنسبة 24%، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين قد كونوا صداقات جديدة عند استخدامهم الفايسبوك، ونفسر ذلك بأن الفايسبوك مجال مفتوح للتواصل والاتصال بين الافراد وإقامة العلاقات وتكوين الصداقات دون قيود .

2-3 هل تمكنت من ايجاد حلول لبعض مشاكلك الاجتماعية من خلال الفايسبوك :

الجدول رقم (08) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب ايجاد الحلول للمشاكل من خلال الفايسبوك حسب العمر

المجموع		من 30 فما أكثر		من 25 إلى 29		من 20 إلى 24		السن
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
% 22	22	%28.57	6	%25	8	%17.02	8	لا
%11	11	%9.52	2	%12.5	4	%10.64	5	أحيانا
%67	67	%61.90	13	%62.5	20	%72.34	34	نعم
% 100	100	% 100	21	% 100	32	% 100	47	المجموع

من خلال الجدول رقم (08) نلاحظ أن أغلبية الطلبة تمكنوا من ايجاد حلول لمشاكلهم الاجتماعية عن طريق الفيس بوك وهم بنسبة 67% بتكرار 67، قابلتها نسبة 72.34% من المبحوثين في الأعمار من 20 الى 24 سنة وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 62.5% من المبحوثين في الأعمار من 25 إلى 29 سنة، ونسبة 61.90% من المبحوثين الذين تفوق أعمارهم 30 سنة، تليها نسبة الطلبة الذين لم يتمكنوا من ايجاد حلول لمشاكلهم الاجتماعية عن طريق الفيس بوك 22% بتكرار 22، قابلتها نسبة 28.57% من المبحوثين اكثر من 30 سنة وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 25% من المبحوثين في الأعمار من 25 إلى 29 سنة ، ونسبة 17.02% من المبحوثين الذين اعمارهم من 20 الى 24 سنة، تليها نسبة الطلبة الذين أحيانا يتمكنون من ايجاد حلول لمشاكلهم الاجتماعية عن طريق الفايسبوك 11% بتكرار 11، قابلتها نسبة 12.5% من المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين 25 إلى 29 سنة وهي مرتفعة قليلا مقارنة بنسبة 10.64% من المبحوثين في الأعمار من 20 إلى 24 سنة ، ونسبة 9.52% من المبحوثين الذين أعمارهم أكثر من 30 سنة، وهذا ما يفسر بأن الفايسبوك يحوي صفحات مثل " صفحة مختص إجتماعي أو نفسي" وتتعلق بالمجال الإجتماعي والتي تقدم نصائح وحلول حول مختلف المشاكل الإجتماعية .

2-4 هل ساعدك الفايسبوك في اختيار اصدقائك بسهولة:

الجدول رقم (09) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفايسبوك لهم في اختيار الاصدقاء

البدائل	تكرار	نسبة
لا	12	%12
أحيانا	4	%4
نعم	84	%84
المجموع	100	% 100

من خلال الجدول رقم (09) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين قد ساعدهم الفيسبوك في اختيار اصدقائهم بسهولة حيث بلغ عددهم 84 بنسبة 84%، تليها نسبة المبحوثين الذين لم يساعدهم الفيس بوك في اختيار

اصدقائهم بسهولة وهم 12 بنسبة 12%، تليها نسبة المبحوثين الذين أحيانا يساعدهم الفيسبوك في اختيار اصدقائهم بسهولة وهم 4 بنسبة 4%، وهذا ما يفسر ذلك بان للفيسبوك دور كبير في تيسير العلاقات بين الافراد بل وحتى البحث عن الأصدقاء القدامى وليس فقط الأصدقاء الجدد مما جعل من هذا الموقع اهم موقع مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.

2-5. هل يساعدك الفاييسبوك في التعرف على تراث المجتمع:

الجدول رقم (10) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الفيسبوك في تعرفهم على تراث مجتمعهم .

المجموع		علم إجتماع التنظيم		علم إجتماع التربية		علم إجتماع إتصال		التخصص
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	البدائل
20%	20	16.22%	6	23.33%	7	21.21%	7	لا
8%	8	2.70%	1	10%	3	12.12%	4	احيانا
72%	72	81.08%	30	66.67%	20	66.67%	22	نعم
100%	100	100%	37	100%	30	100%	33	المجموع

من خلال الجدول رقم (10) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين ساهم الفيسبوك في مساعدتهم في التعرف على تراث المجتمع وهم بنسبة 72% بتكرار 72، قابلتها نسبة 81.08% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التنظيم، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 66.67% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع إتصال، وكذا نسبة 66.67% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التربية، تليها نسبة المبحوثين الذين لم يساهم الفيس بوك في مساعدتهم في التعرف على تراث المجتمع وهم بنسبة 20% بتكرار 20، قابلتها نسبة 23.33% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التربية، وهي مرتفعة قليلا مقارنة مع نسبة 21.21% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع اتصال ، نسبة 16.22% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التنظيم، تليها نسبة المبحوثين الذين أحيانا يساهم الفيس بوك في مساعدتهم في التعرف على تراث المجتمع بنسبة 8% بتكرار 8، قابلتها نسبة 12.12% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع الاتصال، وهي مرتفعة بقليل مقارنة مع نسبة 10% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التربية، و نسبة 2.70% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التنظيم، وهذا ما يبين أن أغلبية المبحوثين ساهم الفيسبوك في مساعدتهم على التعرف على تراث المجتمع، و نفس ذلك بان أي متصفح لموقع الفاييسبوك يتبادل مع غيره من الأفراد صور وفيديوهات وكذا الاطلاع على مناشير مما فتح المجال امام الكثير للتعريف والتعرف بعاداتهم وتقاليدهم .

3- عرض وتحليل نتائج المحور الثاني: ابعاد استخدام الافراد للفايسبوك.

3-1. هل تسعى من خلال استخدام الفاييسبوك الى توسيع علاقاتك الاجتماعية:

الجدول رقم (11) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب توسيع العلاقات الاجتماعية عن طريق الفيسبوك

البدائل	تكرار	نسبة
لا	30	30%
أحيانا	6	6%
نعم	64	64%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (11) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يسعون من خلال استخدامهم للفايسبوك الى توسيع علاقاتهم الاجتماعية حيث بلغ عددهم 64 بنسبة 64% , تليها نسبة المبحوثين الذين لا يسعون من خلال استخدامهم للفايسبوك الى توسيع علاقاتهم الاجتماعية وهم 30 بنسبة 30% , تليها نسبة المبحوثين الذين أحيانا يسعون من خلال استخدامهم للفايسبوك الى توسيع علاقاتهم الاجتماعية وهم 6 بنسبة 6% , وهذا ما يفسر بأن المبحوثين من خلال استخدامهم للفايسبوك يقيمون علاقات اجتماعية وصادقات مع غيرهم من الافراد وبذلك فاكيد تتسع دائرة علاقاتهم الاجتماعية.

3-2. هل يساعدك الفاييسبوك في تعلم لغات أخرى:

الجدول رقم (12) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب اسهام الفاييسبوك في تعلم لغات اخرى

الجنس	أنثى		ذكر		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
لا	7	25.93%	21	28.77%	28	28%
أحيانا	3	11.11%	7	9.59%	10	10%
نعم	17	62.96%	45	61.64%	62	62%
المجموع	27	100%	73	100%	100	100%

من خلال الجدول رقم (12) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين ساعدهم الفيس بوك في تعلم لغات اخرى حيث بلغ عددهم 62 بنسبة 62% ، قابلتها نسبة 62.96% من الإناث وهي مرتفعة قليلا مقارنة بنسبة الذكور 61.64%، تليها نسبة المبحوثين الذين لم يساعدهم الفيس بوك في تعلم لغات اخرى وهم 28

بنسبة 28%، قابلتها نسبة 28.77% من الذكور وهي مرتفعة قليلا مقارنة بنسبة الاناث 25.93%، تليها نسبة المبحوثين الذين أحيانا يساعدهم الفيس بوك في تعلم لغات اخرى وهم 10 بنسبة 10%، قابلتها نسبة 11.11% من الاناث وهي مرتفعة قليلا مقارنة بنسبة الذكور 9.59%، وهذا ما يبين أن أغلبية المبحوثين ساعدهم الفايسبوك في تعلم لغات اخرى، ونفسر ذلك بأنه مادام متصفح الفايسبوك يقيم علاقات صداقة مع الاخرين ممن يعرفهم ولا يعرفهم فهو لا محالة سيكون ضمن قائمة أصدقائه أناس يتكلمون لغات اجنبية بخلاف اللغة العربية مما يضطره لتعلمها ليتمكنه التواصل معهم بيسر.

3-3. هل ترى ان الفايسبوك يثري رصيدك العلمي:

الجدول رقم (13) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب اثره الفايسبوك للرصيد المعرفي حسب العمر

المجموع	من 30 فما أكثر		من 25 إلى 29		من 20 إلى 24		السن البدائل	
	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
%29	29	%42.86	9	%25	8	%25.53	12	لا
%17	17	%9.52	2	%25	8	%14.89	7	أحيانا
%54	54	%47.62	10	%50	16	%59.57	28	نعم
% 100	100	% 100	21	% 100	32	% 100	47	المجموع

من خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أن أغلبية الطلبة يساهم الفيس بوك في اثره رصيدهم المعرفي وهم بنسبة 54% بتكرار 54، قابلتها نسبة 59.57% من المبحوثين في الأعمار من 20 الى 24 سنة وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 50% من المبحوثين في الأعمار من 25 إلى 29 سنة، ونسبة 47.62% من المبحوثين في الأعمار أكثر من 30 سنة، تليها نسبة الطلبة الذين لم يساهم الفيس بوك في اثره رصيدهم المعرفي وهم 29% بتكرار 29، قابلتها نسبة 42.86% من المبحوثين أكثر من 30 سنة وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 25.53% من المبحوثين في الأعمار من 20 إلى 24 سنة، ونسبة 25% من المبحوثين الذين اعمارهم من 25 الى 29 سنة، تليها نسبة الطلبة الذين أحيانا يساهم الفيس بوك في اثره رصيدهم المعرفي وهم 17% بتكرار 17، قابلتها نسبة 25% من المبحوثين 25 إلى 29 سنة وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 14.89% من المبحوثين في الأعمار من 20 إلى 24 سنة، ونسبة 9.52% من المبحوثين الذين سنهم أكثر من 30 سنة، وهذا ما يفسر ان أغلبية الطلبة يساهم الفايسبوك في اثره رصيدهم المعرفي، ونفسر ذلك بان استخدام الفرد للفايسبوك لا يتوقف فقط على التسلية والترفيه بقدر ما يحقق للفرد أيضا الحصول على المعلومات والمعارف واكتسابها وكذا تبادل تلك المعلومات فيما بينهم مما يثري رصيدهم العلمي والفكري.

3-4. هل تهدف باستخدام الفايسبوك الى تكوين علاقات اجتماعية جديدة:

الجدول رقم (14) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب تكوين علاقات اجتماعية جديدة عبر الفايسبوك

البدائل	تكرار	نسبة
لا	19	19%
أحيانا	9	9%
نعم	72	72%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (14) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يهدفون باستعمال الفايسبوك الى تكوين علاقات اجتماعية جديدة حيث بلغ عددهم 72 بنسبة 72% , تليها نسبة المبحوثين الذين لا يهدفون باستعمال الفايسبوك الى تكوين علاقات اجتماعية جديدة وهم 19 بنسبة 19% , تليها نسبة المبحوثين الذين أحيانا يهدفون باستعمال الفايسبوك الى تكوين علاقات اجتماعية جديدة وهم 9 بنسبة 9% , وهذا ما يبين أن أغلبية المبحوثين يكونون من خلال الفايسبوك علاقات اجتماعية جديدة، ويفسر ذلك بأن ما يميز الفايسبوك من تفاعلية وسهولة يجعل منه مجالا مشتركا بين مختلف الافراد ومن شتى الفئات دون استثناء فيتعرف الافراد على بعضهم ويكونون علاقات مع الاخرين بشتى بقاع العالم.

3-5. هل أفادك الفايسبوك في الوعي الديني:

الجدول رقم (15) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب افادة الفايسبوك لهم في الوعي الديني

التخصص	علم إجتماع إتصال		علم إجتماع التربية		علم إجتماع تنظيم		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
لا	6	18.18%	6	20%	10	27.03%	22
احيانا	12	36.36%	6	20%	4	10.81%	22
نعم	15	45.45%	18	60%	23	62.16%	56
المجموع	33	100%	30	100%	37	100%	100

من خلال الجدول رقم (15) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أفادهم الفيس بوك في الوعي الديني وهم بنسبة 56% بتكرار 56، قابلتها نسبة 62.16% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التنظيم، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 60% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع تربية ، نسبة 45.45% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع اتصال، تليها نسبة المبحوثين الذين لم يفدهم الفيس بوك في الوعي

الديني وهم بنسبة 22% بتكرار 22، قابلتها نسبة 27.03% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التنظيم، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 20% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التربية، ونسبة 18.18% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع اتصال، تليها نسبة المبحوثين الذين أحيانا يفديهم الفيس بوك في الوعي الديني بنسبة 22% بتكرار 22، قابلتها نسبة 36.36% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع الاتصال، وهي مرتفعة بقليل مقارنة مع نسبة 20% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التربية، و نسبة 10.18% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التنظيم، وهذا ما يبين أن أغلبية المبحوثين أفادهم الفيسبوك في الوعي الديني، ونفسر هذا بان الفيسبوك يوفر الترفيه والتسلية وإقامة علاقات الصداقة والتعرف على الاخبار والحصول على المعلومات كما يسهم أيضا في توعية الافراد في عدة مجالات كجمال الدين اذ ما يفتيء يعرض عبر صفحاته دروس وقضايا تخص ديننا الحنيف فتعرف الفرد بالدين اكثر وتبين له الحلال والحرام وإعطاء حلول لمشكلاته الاجتماعية والاقتصادية من منظور إسلامي بحت.

3-6. هل يقحمك الفيسبوك في السياسة :

الجدول رقم (16) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب اقام الفيسبوك للفرد في عالم السياسة

البدائل	تكرار	نسبة
لا	15	15%
أحيانا	24	24%
نعم	61	61%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (16) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يقحمهم الفيس بوك في عالم السياسة وهم بنسبة 61% بتكرار 61، تليها نسبة المبحوثين الذين أحيانا يقحمهم الفيسبوك في عالم السياسة وهم بنسبة 24% بتكرار 24، تليها نسبة المبحوثين الذين لا يقحمهم الفيس بوك في عالم السياسة وهم 15 بنسبة 15%، وهذا ما يوضح ان أغلبية المبحوثين يقحمهم الفيسبوك في عالم السياسة، ونفسر ذلك بان المستوى العلمي الذي حظي به افراد العينة يؤهلهم للخوض في عدة مجالات دون استثناء كالسياسة خاصة وان مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك لا تتوانى في عرض الكثير من الاخبار والمعلومات في كل المجالات حتى السياسة الآراء مما يشجعهم على التفاعل وولوج هذا العالم وتبادل الآراء فيما بينهم و طرح أفكار جديدة أو مساندة أو معارضة حزب معين او تقديم النقد .

3-7. هل يعتبر الفيسبوك وسيلة تعليمية بالنسبة لك :

الجدول رقم (17) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب اعتبار الفيسبوك وسيلة تعليمية

المجموع		ذكر		أنثى		الجنس البدائل
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%23	23	%24.66	18	%18.52	5	لا
% 24	24	%24.66	18	% 22.22	6	أحيانا
% 53	53	%50.68	37	%59.26	16	نعم
%100	100	%100	73	%100	27	المجموع

من خلال الجدول رقم (17) نلاحظ أن أغلبية الباحثين يعتبر الفيس بوك وسيلة تعليمية بالنسبة لهم بلغ عددهم 53 بنسبة 53% ، قابلتها نسبة 59.26% من الإناث وهي مرتفعة مقارنة بنسبة الذكور 50.68%، تليها نسبة الباحثين الذين أحيانا يعتبر الفيس بوك وسيلة تعليمية بالنسبة لهم وهم 24 بنسبة 24%، قابلتها نسبة 24.66% من الذكور وهي مرتفعة قليلا مقارنة بنسبة الإناث 22.22%، تليها نسبة الباحثين الذين لا يعتبر الفيس بوك وسيلة تعليمية بالنسبة لهم وهم 23 بنسبة 23%، قابلتها نسبة 24.66% من الذكور وهي مرتفعة مقارنة من نسبة الإناث 18.52%، وهذا ما يبين أن أغلبية الباحثين يعتبر الفيس بوك وسيلة تعليمية بالنسبة لهم ، ونفس ذلك بجودة المعلومات التعليمية التي يساهم الفيس بوك في نشرها عبر صفحاته ، بالإضافة إلى انه فتح المجال امام جميع المؤسسات التربوية وكذا مؤسسات التعليم العالي لنشر كل ما هو متعلق بالمواضيع والفصول الدراسية التي من خلالها يتفاعل الطالب والتلميذ واستفادتهم من تلك المعلومات التي تنشر عبر صفحاته.

3-8. هل ساعدك الفيس بوك في ربط علاقات مع الجنس الآخر:

الجدول رقم (18) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الفيس بوك في ربط علاقات مع الجنس الآخر

المجموع		من 30 فما أكثر		من 25 إلى 29		من 20 إلى 24		السن البدائل
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%25	25	%28.57	6	%28.13	9	%21.28	10	لا
%33	33	%28.57	6	%37.5	12	%31.91	15	أحيانا
%42	42	%42.86	9	%34.38	11	%46.81	22	نعم
% 100	100	% 100	21	% 100	32	% 100	47	المجموع

من خلال الجدول رقم (18) نلاحظ أن أغلبية الطلبة ساعدتهم الفيس بوك في ربط علاقات مع الجنس الآخر وهم بنسبة 42% بتكرار 42، قابلتها نسبة 46.81% من الباحثين في الأعمار من 20 الى 24

سنة وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 42.86% من المبحوثين اعمارهم من 30 فما اكثر، ونسبة 34.38% من المبحوثين في الأعمار من 25 الى 29 سنة، تليها نسبة الطلبة الذين احيانا يساعدهم الفيسبوك في ربط علاقات مع الجنس الاخر وهم 33% بتكرار 33، قابلتها نسبة 37.5% من المبحوثين من 25 الى 29 سنة وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 31.91% من المبحوثين في الأعمار من 20 إلى 24 سنة ، ونسبة 28.57% من المبحوثين اكثر من 30 سنة، تليها نسبة الطلبة الذين لم يساعدهم الفيسبوك في ربط علاقات مع الجنس الاخر وهم 25% بتكرار 25، قابلتها نسبة 28.57% من المبحوثين اعمارهم اكثر من 30 سنة وهي مرتفعة بقليل مقارنة بنسبة 28.13% من المبحوثين في الأعمار من 25 إلى 29 سنة ، ونسبة 21.28% من المبحوثين الذين اعمارهم من 20 الى 24 سنة، وهذا ما يوضح ان أغلبية الطلبة ساعدهم الفيس بوك في ربط علاقات مع الجنس الاخر، ونفسر ذلك بكون الفيسبوك موقع هام جدا في تحقيق الاتصال والتواصل الاجتماعي وبناء العلاقات بين الافراد خاصة مع الجنس الاخر.

3-9. هل ساهم الفيسبوك في اكسابك معلومات جديدة:

الجدول رقم (19) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب اكسابهم الفيسبوك معلومات جديدة

البدايل	تكرار	نسبة
لا	17	17%
أحيانا	35	35%
نعم	48	48%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (19) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين ساهم الفيسبوك في اكسابهم معلومات جديدة ونسبتهم 48% بتكرار 48، تليها نسبة المبحوثين الذين احيانا يساهم الفيسبوك في اكسابهم معلومات جديدة وهم بنسبة 35% بتكرار 35، تليها نسبة المبحوثين الذين لا يساهم الفيسبوك في اكسابهم معلومات جديدة وهم 17 بنسبة 17%، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين ساهم الفيسبوك في اكسابهم معلومات جديدة ، وهذا يبين أن الفيسبوك فضاء شاسع لتبادل المعلومات والأفكار ونشر كل ما هو جديد بالمجالات المختلفة في الحياة الأمر الذي يعكس حصول الافراد على معلومات وافكار تنثري معرفتهم.

3-10. هل يحقق لك الفيسبوك التسلية والترفيه:

الجدول رقم (20) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب تحقيق الفيسبوك للتسلية والترفيه.

التخصص	علم إجتماع إتصال		علم إجتماع التربية		علم إجتماع تنظيم		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
البدايل							
لا	4	12.12%	12	40%	13	35.14%	29
							29

%48	48	%48.64	18	%43.33	13	%51.52	17	أحيانا
%23	23	%16.22	6	%16.67	5	%36.36	12	نعم
%100	100	%100	37	%100	30	%100	33	المجموع

من خلال الجدول رقم (20) نلاحظ أن أغلبية أحيانا يحقق لهم الفيس بوك التسلية والترفيه وهم بنسبة %48 بتكرار 48، قابلتها نسبة %51.52 من المبحوثين في تخصص علم اجتماع اتصال، وهي مرتفعة قليلا مقارنة مع نسبة 48.64 % من المبحوثين في تخصص علم اجتماع تنظيم، ونسبة %43.33 من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التربية، تليها نسبة المبحوثين الذين لا يحقق لهم الفيس بوك التسلية والترفيه وهم بنسبة %29 بتكرار 29، قابلتها نسبة %40 من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التربية، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة %35.14 من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التنظيم، ونسبة %12.12 من المبحوثين في تخصص علم اجتماع اتصال، تليها نسبة المبحوثين الذين يحقق لهم الفيس بوك التسلية والترفيه وهم بنسبة %23 بتكرار 23، قابلتها نسبة %36.36 من المبحوثين في تخصص علم اجتماع الاتصال، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة %16.67 من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التربية، و نسبة %16.22 من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التنظيم، وهذا ما يبين أن أغلبية المبحوثين أحيانا يحقق لهم الفيس بوك التسلية والترفيه ويفسر ذلك بان الفيسبوك يساهم في التواصل وإقامة العلاقات الاجتماعية بالإضافة الى وظيفة هامة هي التسلية والترفيه اذ يتفاعل مع بعض المنشورات المسلية او اللعب بألعاب الكترونية جماعية

3-11. هل زاد رصيدك الثقافي بعد استخدام الفيسبوك:

الجدول رقم (21) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب زيادة رصيدهم الثقافي.

المجموع		ذكر		أنثى		الجنس البدائل
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%27	27	%21.92	16	%40.74	11	لا
%48	48	%50.68	37	%40.74	11	أحيانا
%25	25	%27.40	20	%18.52	5	نعم
%100	100	%100	73	%100	27	المجموع

من خلال الجدول رقم (21) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا يساهم الفيسبوك في زيادة رصيدهم الثقافي حيث بلغ عددهم 48 بنسبة %48، قابلتها نسبة %50.68 من الذكور وهي مرتفعة مقارنة بنسبة

الاناث 40.74%، تليها نسبة المبحوثين الذين لم يزد رصيدهم الثقافي بعد استخدامهم الفيس بوك وهم 27 بنسبة 27%، قابلتها نسبة 40.74 % من الاناث وهي مرتفعة مقارنة بنسبة الذكور 21.92%، تليها نسبة المبحوثين الذين زاد رصيدهم الثقافي بعد استخدامهم الفيس بوك وهم 25 بنسبة 25%، قابلتها نسبة 27.40% من الذكور وهي مرتفعة مقارنة بنسبة الاناث 18.52%، وهذا ما يوضح أن أغلبية المبحوثين احيانا يساهم الفيسبوك في زيادة رصيدهم الثقافي ونفسر ذلك بان للفيسبوك وظائف كثيرة والتي من بينها تثقيف الافراد وامدادهم بمعلومات قيمة تثري رصيدهم العلمي والفكري والثقافي.

3-12. هل تتواصل مع أصدقاء ذوو مستوى ثقافي عالي:

الجدول رقم (22) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب التواصل مع الاصدقاء ذوو مستوى ثقافي عالي.

البدائل	تكرار	نسبة
لا	33	33%
أحيانا	40	40%
نعم	27	27%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (22) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا يتواصلون مع اصدقاء ذوو مستوى ثقافي عالي وهم بنسبة 40% بتكرار 40، تليها نسبة المبحوثين الذين لا يتواصلون مع اصدقاء ذوو مستوى ثقافي عالي وهم بنسبة 33% بتكرار 33، تليها نسبة المبحوثين الذين يتواصلون مع اصدقاء ذوو مستوى ثقافي عالي وهم 27 بنسبة 27%، وهذا ما يبين أن أغلبية المبحوثين أحيانا يتواصلون مع اصدقاء ذوو مستوى ثقافي عالي وهذا يعود إلى رغبتهم في الاستفادة من ثقافة الاخرين وتطوير الرصيد الثقافي الذي يمتلكونه ويكون ذلك من خلال متابعة صفحاتهم الشخصية والتعليق على منشوراتهم ومشاركتهم في التفاعل مع المواضيع التي يطرحونها.

3-13. هل تشارك في المسابقات الثقافية التي تنشر عبر صفحات الفيسبوك:

الجدول رقم (23) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب المشاركة في المسابقات الثقافية التي تنشر عبر صفحات الفيسبوك

البدائل	تكرار	نسبة
لا	19	19%
أحيانا	47	47%
نعم	34	34%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (23) نلاحظ أن أغلبية الباحثين أحيانا يشاركون في المسابقات الثقافية التي تنشر عن طريق صفحات الفيس بوك وهم بنسبة 47% بتكرار 47، تليها نسبة الباحثين الذين يشاركون في المسابقات الثقافية التي تنشر عن طريق صفحات الفيسبوك وهم بنسبة 34% بتكرار 34، تليها نسبة الباحثين الذين لا يشاركون في المسابقات الثقافية التي تنشر عن طريق صفحات الفيسبوك وهم بنسبة 19%، وهذا ما يوضح أن أغلبية الباحثين أحيانا يشاركون في المسابقات الثقافية التي تنشر عن طريق صفحات الفيسبوك وهذا يعود الى أنهم يرغبون في زيادة رصيدهم الثقافي وحب المنافسة والتعلم وإقامة علاقات مع الآخرين .

3-14. هل تساهم في نشر المواضيع الثقافية على صفحتك الشخصية:

الجدول رقم (24) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب نشر المواضيع الثقافية في صفحتهم الشخصية.

المجموع		من 30 فما أكثر		من 25 إلى 29		من 20 إلى 24		البدائل
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
14%	14	14.29%	3	3.12%	1	21.28%	10	لا
55%	55	57.14%	12	56.25%	18	53.19%	25	أحيانا
31%	31	28.57%	6	40.63%	13	25.53%	12	نعم
100%	100	100%	21	100%	32	100%	47	المجموع

من خلال الجدول رقم (24) نلاحظ أن أغلبية الطلبة أحيانا يساهمون في نشر المواضيع الثقافية على صفحتهم الشخصية وهم بنسبة 55% بتكرار 55، قابلتها نسبة 57.14% من الباحثين في الأعمار اكثر من 30 سنة وهي مرتفعة قليلا مقارنة بنسبة 56.25% من الباحثين اعمارهم من 25 الى 29، ونسبة 53.19% من الباحثين في الأعمار من 20 الى 24 سنة، تليها نسبة الطلبة الذين يساهمون في نشر المواضيع الثقافية على صفحتهم الشخصية وهم 31% بتكرار 31، قابلتها نسبة 40.63% من الباحثين من 25 الى 29 سنة وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 28.57% من الباحثين في الأعمار اكثر من 30 سنة ، ونسبة 25.53% من الباحثين اعمارهم من 20 الى 24، تليها نسبة الطلبة الذين لا يساهمون في نشر المواضيع الثقافية على صفحتهم الشخصية وهم 14% بتكرار 14، قابلتها نسبة 21.28% من الباحثين اعمارهم من 20 الى 24 سنة وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 14.29% من الباحثين في الأعمار اكثر من 30 سنة ، ونسبة 3.12% من الباحثين الذين اعمارهم من 25 الى 29 سنة وهذا ما يبين أن أغلبية الطلبة أحيانا يساهمون في نشر المواضيع الثقافية على صفحتهم الشخصية وهذا ما يفسر بانهم يثبتون أنفسهم ومكانتهم داخل المجتمع من خلال منشورات تعكس شخصياتهم ومستواهم العلمي والثقافي.

3-15. هل تزور المكتبات الالكترونية من خلال استخدام الفيسبوك:

الجدول رقم (25) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب زيارة المكتبات الالكترونية من خلال استخدام الفايبيوك

المجموع		من 30 فما أكثر		من 25 إلى 29		من 20 إلى 24		السن
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%46	46	%61.90	13	%56.25	18	%31.91	15	لا
%44	44	%38.10	8	%40.63	13	%48.94	23	أحيانا
%10	10	%0	0	%3.12	1	%19.15	9	نعم
% 100	100	% 100	21	% 100	32	% 100	47	المجموع

من خلال الجدول رقم (25) نلاحظ أن أغلبية الطلبة لا يزورون المكتبات الالكترونية من خلال استخدام الفايبيوك وهم بنسبة %46 بتكرار 46، قابلتها نسبة %61.90 من المبحوثين في الأعمار اكثر من 30 سنة وهي مرتفعة مقارنة بنسبة %56.25 من المبحوثين الذين اعمارهم من 25 الى 29، ونسبة %31.91 من المبحوثين في الأعمار من 20 الى 24 سنة، تليها نسبة الطلبة الذين احيانا يزورون المكتبات الالكترونية من خلال استخدام الفايبيوك وهم %44 بتكرار 44، قابلتها نسبة %48.94 من المبحوثين من 20 الى 24 سنة وهي مرتفعة مقارنة بنسبة %40.63 من المبحوثين في الأعمار من 25 الى 29 سنة ، ونسبة %38.10 من المبحوثين الذين اعمارهم اكثر من 30 سنة، تليها نسبة الطلبة الذين يزورون المكتبات الالكترونية من خلال استخدام الفايبيوك وهم %10 بتكرار 10، قابلتها نسبة %19.15 من المبحوثين الذين اعمارهم من 20 الى 24 سنة وهي مرتفعة مقارنة بنسبة %3.12 من المبحوثين في الأعمار من 25 الى 29 سنة ، ونسبة %0 من المبحوثين الذين اعمارهم اكثر من 30 سنة ، وهذا ما يفسر ان أغلبية الطلبة لا يزورون المكتبات الالكترونية من خلال استخدام الفايبيوك وهذا راجع إلى الإعتماد على موقع قوقل في زيارة المكتبات الالكترونية أكثر من الاعتماد على موقع الفايبيوك.

3-16. هل يساعدك الفايبيوك في اكتساب المعارف العلمية:

الجدول رقم (26) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفايبيوك في اكتساب المعارف العلمية

المجموع		علم إجتماع تنظيم		علم إجتماع التربية		علم إجتماع إتصال		التخصص
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%29	29	%35.14	13	%40	12	%12.12	4	لا
%48	48	%48.64	18	%43.33	13	%51.52	17	أحيانا
%23	23	%16.22	6	%16.67	5	%36.36	12	نعم
%100	100	%100	37	%100	30	%100	33	المجموع

من خلال الجدول رقم (26) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا يساعدهم الفيس بوك في اكتساب المعارف العلمية وهم بنسبة 48% بتكرار 48، قابلتها نسبة 51.52% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع اتصال، وهي مرتفعة قليلا مقارنة مع نسبة 48.64% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع تنظيم، ونسبة 43.33% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التربية، تليها نسبة المبحوثين الذين لا يساعدهم الفيس بوك في اكتساب العلمية وهم بنسبة 29% بتكرار 29، قابلتها نسبة 40% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التربية، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 35.14% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التنظيم، ونسبة 12.12% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع اتصال، تليها نسبة المبحوثين الذين يساعدهم الفيس بوك في اكتساب المعارف العلمية وهم بنسبة 23% بتكرار 23، قابلتها نسبة 36.36% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع الاتصال، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 16.67% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التربية، و نسبة 16.22% من المبحوثين في تخصص علم اجتماع التنظيم، وهذا ما يوضح أن أغلبية المبحوثين أحيانا يساعدهم الفاييسبوك في اكتساب المعارف العلمية وهذا يعود إلى أنهم في كثير من الاحيان لا يستغلون الفاييسبوك فقط لمجرد التسلية او الترفيه او إقامة العلاقات والتواصل بالآخرين بل أيضا استغلاله لإكتساب معلومات وتحميل كتب ومجلات ورسائل جامعية تفيدهم.

4- عرض وتحليل نتائج المحور الثالث: تأثير استخدام الفاييسبوك على العلاقات الاجتماعية للأفراد.

4-1. هل ساهم الفاييسبوك في تقوية الصلات والعلاقات مع الآخرين:

الجدول رقم (27) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الفاييسبوك في تقوية الصلات والعلاقات مع الآخرين

المجموع	ذكر		أنثى		الجنس
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نسبة					البدائل
%9	9	%9.59	7	%7.41	لا
% 9	9	% 8.22	6	%11.11	أحيانا
% 82	82	%82.19	60	%81.48	نعم
%100	100	%100	73	%100	المجموع

من خلال الجدول رقم (27) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون أن الفاييسبوك يساهم في تقوية العلاقات والصلات مع الآخرين حيث بلغ عددهم 82 بنسبة 82% ، قابلتها نسبة 82.19% من الذكور

وهي مرتفعة قليلا مقارنة بنسبة الاناث 81.48%، تليها نسبة المبحوثين الذين يرون أن الفيسبوك أحيانا يساهم في تقوية العلاقات والصلات مع الاخرين وهم 9 بنسبة 9%، قابلتها نسبة 11.11% من الاناث وهي مرتفعة قليلا مقارنة بنسبة الذكور 8.22%، تليها نسبة المبحوثين الذين يرون أن الفيسبوك لا يساهم في تقوية العلاقات والصلات مع الاخرين وهم 9 بنسبة 9%، قابلتها نسبة 9.59% من الذكور وهي مرتفعة مقارنة بنسبة الاناث 7.41%، وهذا ما يبين أن أغلبية المبحوثين يرون أن الفيسبوك يساهم في تقوية العلاقات والصلات مع الاخرين وهذا راجع إلى قوة موقع الفيسبوك في تحقيق التقارب والتلاحم بين الافراد من خلال تسهيل عملية الاتصال والتواصل عن طريق الرسائل أو المكالمات الصوتية أو المكالمات السمعية البصرية.

4-2. هل يساعدك الفيسبوك في اكتساب المعايير والقيم الاجتماعية:

الجدول رقم (28) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفيسبوك في اكتساب المعايير والقيم الاجتماعية.

البدائل	تكرار	نسبة
لا	11	11%
أحيانا	11	11%
نعم	78	78%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (28) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يساعدهم الفيسبوك في اكتساب القيم والمعايير الاجتماعية وهم بنسبة 78% بتكرار 78، تليها نسبة المبحوثين الذين لا يساعدهم الفيس بوك في اكتساب القيم والمعايير الاجتماعية وهم بنسبة 11% بتكرار 11، تليها نسبة المبحوثين الذين أحيانا يساعدهم الفيسبوك في اكتساب القيم والمعايير الاجتماعية وهم بنسبة 11% بتكرار 11، وهذا يوضح أن أغلبية المبحوثين يساعدهم الفيسبوك في اكتساب القيم والمعايير الاجتماعية ونفسر ذلك بان القيم والمعايير الاجتماعية التي تطرح على صفحات الفيسبوك هي في الحقيقة إنعكاس للقيم الاجتماعية السائدة في المجتمع وفي الواقع المعاش.

4-3. هل يساعدك الفيسبوك في اكتساب مهارات وأفكار وخبرات جديدة:

الجدول رقم (29) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الفيسبوك في اكتساب المهارات والافكار والخبرات الجديدة

البدائل	من 20 إلى 24		من 25 إلى 29		من 30 فما أكثر		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
لا	11	23.40%	11	34.38%	9	42.86%	31
أحيانا	5	10.64%	4	12.5%	0	0%	9
نعم	31	65.96%	17	53.13%	12	57.14%	60

المجموع	47	% 100	32	% 100	21	% 100	100	% 100
---------	----	-------	----	-------	----	-------	-----	-------

من خلال الجدول رقم (29) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يساعدهم الفايسبوك في اكتساب مهارات وافكار وخبرات جديدة وهم بنسبة 60% بتكرار 60، قابلتها نسبة 65.96% من المبحوثين في الأعمار من 20 الى 24 وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 57.14% من المبحوثين الذين اعمارهم اكثر من 30 سنة، ونسبة 53.13% من المبحوثين في الأعمار من 25 الى 29 سنة، تليها نسبة المبحوثين الذين لم يساعدهم الفيسبوك في اكتساب مهارات وافكار وخبرات جديدة ونسبتهم 31% بتكرار 31، قابلتها نسبة 42.86% من المبحوثين من 30 سنة فما أكثر، وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 34.38% من المبحوثين في الأعمار من 25 الى 29 سنة، ونسبة 23.40% من المبحوثين الذين اعمارهم من 20 الى 24 سنة، تليها نسبة المبحوثين الذين أحيانا يساعدهم الفيس بوك في اكتساب مهارات وافكار وخبرات جديدة وهم 9% بتكرار 9، قابلتها نسبة 10.64% من المبحوثين اعمارهم من 20 الى 24 سنة وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 12.5% من المبحوثين في الأعمار من 25 الى 29 سنة، ونسبة 0% من المبحوثين الذين اعمارهم اكثر من 30 سنة، وهذا ما يفسر بان أغلبية المبحوثين يساعدهم استخدام الفايسبوك في تكوين علاقات بافراد لكل منهم قدر معين من المهارات والخبرات وبالتالي فالتواصل بينهم وبين هؤلاء سيسهم بدرجة كافية في اكتسابهم لمهارات وافكار وخبرات جديدة.

4-4. هل تتفاعل مع المنشورات التي تحويها صفحة الفايسبوك:

الجدول رقم (30) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب التفاعل مع منشورات صفحة الفايسبوك

البدائل	تكرار	نسبة
لا	37	37%
أحيانا	14	14%
نعم	49	49%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (30) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يتفاعلون مع المنشورات التي تحويها صفحة الفايسبوك وهم بنسبة 49% بتكرار 49، تليها نسبة المبحوثين الذين لا يتفاعلون مع المنشورات التي تحويها صفحة الفيسبوك وهم بنسبة 37% بتكرار 37، تليها نسبة المبحوثين الذين أحيانا يتفاعلون مع المنشورات التي تحويها صفحة الفيسبوك وهم بنسبة 14% بتكرار 14، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يتفاعلون مع المنشورات التي تحويها صفحة الفايسبوك وهذا ما يفسر بقدرة الفايسبوك على جذب انتباه المتابعين، اذ تجعل من الافراد يتفاعلون معها عن طريق النقد أو الاعجاب بالمحتوى أو إعطاء وجهة نظر او التعليق.

4-5. هل طور الفايسبوك شخصيتك:

الجدول رقم (31) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب تطوير الفايسبوك لشخصيتهم.

البدائل	تكرار	نسبة
لا	11	11%
أحيانا	18	18%
نعم	71	71%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (31) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين طور الفيسبوك شخصيتهم ونسبتهم 71% بتكرار 71, تليها نسبة المبحوثين الذين أحيانا يطور الفيسبوك شخصيتهم وهم بنسبة 18% بتكرار 18, تليها نسبة المبحوثين الذين لم يطور الفايسبوك شخصيتهم وهم بنسبة 11% بتكرار 11, وهذا ما يبين أن أغلبية المبحوثين قد طور الفايسبوك شخصيتهم, وهذا يفسر بدرجة الإنفتاح والإطلاع على الافراد بالعالم الاخرى والتي سهل الفايسبوك التعرف عليها مما اكسب الكثير من الافراد تحسنا ملحوظا في شخصياتهم.

4-6. هل يساعدك الفايسبوك على تبني العادات والتقاليد:

الجدول رقم (32) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الفايسبوك في تبني العادات والتقاليد

البدائل	تكرار	نسبة
لا	17	17%
أحيانا	6	6%
نعم	77	77%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (32) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يساعدهم الفايسبوك على تبني العادات والتقاليد وذلك بنسبة 77% بتكرار 77, تليها نسبة المبحوثين الذين لا يساعدهم الفايسبوك على تبني العادات والتقاليد وهم بنسبة 17% بتكرار 17, تليها نسبة المبحوثين الذين أحيانا يساعدهم الفايسبوك على تبني العادات والتقاليد وهم بنسبة 6% بتكرار 6, وهذا ما يبين لنا درجة اعتزاز وافتخار الافراد بعاداتهم وتقاليدهم وتجنب النظرة الإزدرائية الدونية لهذه العادات، وانها جزء من ثقافة المجتمع وجزء لا يتجزأ من الفرد .

4-7. هل زاد الفايسبوك من تواصلك مع الاسرة والاهل:

الجدول رقم (33) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب زيادة التواصل مع الأسرة والاهل.

التخصص	علم إجتماع إتصال	علم إجتماع التربية	علم إجتماع التنظيم	المجموع
--------	------------------	--------------------	--------------------	---------

نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	البدائل
%22	22	%27.03	10	%23.33	7	%15.15	5	لا
%20	20	%8.11	3	%20	6	%33.33	11	احيانا
%58	58	%64.86	24	%56.67	17	%51.52	17	نعم
%100	100	%100	37	%100	30	%100	33	المجموع

من خلال الجدول رقم (33) نلاحظ أن أغلبية الباحثين زاد الفيسبوك من تواصلهم مع الاسرة والاهل بنسبة 58% بتكرار 58، قابلتها نسبة 64.86% من الباحثين في تخصص علم اجتماع تنظيم، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 56.67% من الباحثين في تخصص علم اجتماع التربية، ونسبة 51.52% من الباحثين في تخصص علم اجتماع اتصال، تليها نسبة الباحثين الذين لم يزد الفيسبوك من تواصلهم مع الاسرة والاهل وهم بنسبة 22% بتكرار 22، قابلتها نسبة 27.03% من الباحثين في تخصص علم اجتماع تنظيم، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 23.33% من الباحثين في تخصص علم اجتماع التربية، ونسبة 15.15% من الباحثين في تخصص علم اجتماع اتصال، تليها نسبة الباحثين الذين احيانا يزيد الفيسبوك من تواصلهم مع الاسرة والاهل بنسبة 20% بتكرار 20، قابلتها نسبة 33.33% من الباحثين في تخصص علم اجتماع الاتصال، وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 20% من الباحثين في تخصص علم اجتماع التربية، و نسبة 8.11% من الباحثين في تخصص علم اجتماع التنظيم، وهذا ما يوضح أن أغلبية الباحثين زاد الفيسبوك من تواصلهم مع الاسرة والاهل وهذا راجع الى ميزة الاتصال السريع والتي وفرها الفيسبوك سواء بالرسائل او الفيديوهات او المكالمات بأقل تكلفة وجهد ووقت.

مناقشة النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة :

1 - النتائج الجزئية :

أ - النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الأول: والذي ينص على : " ماهي دوافع استخدام الافراد للفيسبوك".

- من خلال نتائج الجدول رقم (06) نلاحظ أن أغلبية الباحثين سهل عليهم الفيسبوك التعامل مع الاخرين حيث بلغ عددهم 80 بنسبة 80%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (07) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين قد كونوا صداقات جديدة عن طريق استخدامهم الفايسبوك حيث بلغ عددهم 47 بنسبة 47%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (08) نلاحظ أن أغلبية الطلبة تمكنوا من إيجاد حلول لمشاكلهم الاجتماعية عن طريق الفايسبوك بنسبة 67% بتكرار 67.

- من خلال نتائج الجدول رقم (09) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين قد ساعدتهم الفايسبوك في اختيار اصداقائهم بسهولة حيث بلغ عددهم 84 بنسبة 84%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (10) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين قد ساهم الفايسبوك في مساعدتهم في التعرف على تراث المجتمع ونسبتهم 72% بتكرار 72.

من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الأول الذي مفاده : " ماهي دوافع استخدام الافراد للفايسبوك " , حيث نجد ان أغلبية المبحوثين ساهم الفايسبوك في تسهيل التعامل لديهم مع الاخرين من خلال توفير خدمة الرسائل السريعة والتواصل عن طريق المنشورات او الفيديوهات , بالإضافة إلى أن الكثير من المبحوثين كونوا صداقات جديدة عن طريق استخدامهم للفايسبوك الامر الذي يؤدي الى الإقرار بأن الفيسبوك فضاء للتعرف واكتساب اصداق جدد عبر مختلف الاماكن والبلدان , ثم ان هناك العديد من المبحوثين تمكنوا من إيجاد حلول لمشاكلهم الاجتماعية عن طريق الفيسبوك وذلك من خلال الاعتماد على بعض الصفحات الاجتماعية في موقع الفيسبوك كصفحات الاخصائيين النفسانيين والاجتماعيين والتربيين وغيرها من الصفحات الاجتماعية , وما يلاحظ كذلك أن اغلبية المبحوثين ساعدتهم الفيسبوك في اختيار اصداقائهم بكل سهولة وذلك من خلال الاعتماد على المعلومات الشخصية في صفحة الشخص ومدى توافق تلك المعلومات مع طموحات وتوجهات المبحوثين الشخصية , فالعديد من المبحوثين كذلك يقرون بأن الفايسبوك ساعدتهم في التعرف على تراث المجتمع من خلال وجود منشورات تثقيفية داخل موقع الفايسبوك تنمي الوعي بأهمية التراث والمحافظة عليه والتمسك به , ومن هنا فإن هذه المؤشرات ماهي الا انعكاس للدوافع التي جعلت الافراد يستخدمون الفيسبوك, الأمر الذي يؤدي إلى الإقرار بأن هناك دوافع لإستخدام الافراد للفايسبوك.

ب-النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الثاني: والذي ينص على:" ما هي ابعاد استخدام الافراد للفايسبوك".

- من خلال نتائج الجدول رقم (11) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يسعون من خلال استخدامهم للفايسبوك الى توسيع علاقاتهم الاجتماعية حيث بلغ عددهم 64 بنسبة 64%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (12) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين ساعدتهم الفايسبوك في تعلم لغات اخرى حيث بلغ عددهم 62 بنسبة 62%.
- من خلال نتائج الجدول رقم (13) نلاحظ أن أغلبية الطلبة يساهم الفايسبوك في اثراء رصيدهم المعرفي ونسبتهم 54% بتكرار 54.
- من خلال نتائج الجدول رقم (14) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين هدفهم من استخدام الفايسبوك هو تكوين علاقات اجتماعية جديدة حيث بلغ عددهم 72 بنسبة 72%.
- من خلال نتائج الجدول رقم (15) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين استفادوا من استخدام الفيسبوك في جانب الوعي الديني و نسبتهم 56% بتكرار 56.
- من خلال نتائج الجدول رقم (16) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يقمهم الفايسبوك في عالم السياسة بنسبة 61% بتكرار 61.
- من خلال نتائج الجدول رقم (17) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يعتبرون الفايسبوك وسيلة تعليمية وقد بلغ عددهم 53 بنسبة 53%.
- من خلال نتائج الجدول رقم (18) نلاحظ أن أغلبية الطلبة ساعدتهم الفايسبوك في ربط علاقات مع الجنس الاخر وذلك بنسبة 42% بتكرار 42.
- من خلال نتائج الجدول رقم (19) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين ساهم الفيسبوك في اكسابهم معلومات جديدة بنسبة 48% بتكرار 48.
- من خلال نتائج الجدول رقم (20) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا يحقق لهم الفيسبوك التسلية والترفيه وذلك بنسبة 48% بتكرار 48.
- من خلال نتائج الجدول رقم (21) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين احيانا يساهم الفيس بوك في زيادة رصيدهم الثقافي حيث بلغ عددهم 48 بنسبة 48%.
- من خلال نتائج الجدول رقم (22) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا يتواصلون مع اصدقاء ذوو مستوى ثقافي عالي ونسبتهم 40% بتكرار 40

- من خلال نتائج الجدول رقم (23) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا يشاركون في المسابقات الثقافية التي تنشر عن طريق صفحات الفيسبوك ونسبتهم 47% بتكرار 47.

- من خلال نتائج الجدول رقم (24) نلاحظ أن أغلبية الطلبة أحيانا يساهمون في نشر المواضيع الثقافية على صفحاتهم الشخصية و قدرت نسبتهم ب 55% بتكرار 55.

- من خلال نتائج الجدول رقم (25) نلاحظ أن أغلبية الطلبة لا يزورون المكتبات الالكترونية من خلال استخدام الفيسبوك وذلك بنسبة قدرها 46% بتكرار 46.

- من خلال نتائج الجدول رقم (26) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أحيانا يساعدهم الفيسبوك في اكتساب المعارف العلمية وذلك بنسبة 48% بتكرار 48.

من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الثاني الذي ينص على: " ما هي ابعاد استخدام الافراد للفيسبوك" , حيث نجد أن اغلبية المبحوثين يسعون من خلال استخدامهم للفيسبوك الى توسيع علاقاتهم الاجتماعية و تعلم لغات أخرى من أجل اثراء رصيدهم المعرفي والاجتماعي , اذ للفيسبوك حسب اغلبية المبحوثين دور في تنمية الوعي الديني الامر الذي يبدو جليا من خلال نشر القران الكريم وقصص دينية ومواعظ دينية عبر صفحات الفيسبوك او عبر منشورات شخصية في صفحات الافراد, فالكثير من المبحوثين كذلك يقمهم الفيسبوك في عالم السياسة من خلال التفاعل مع المنشورات السياسية , بالإضافة الى ان الفيسبوك يعتبر وسيلة تعليمية اذا ما تم الاستعانة به في تلك العملية من خلال تخصيص مجموعات وصفحات تخص التعليم العالي او التربية وبت منشورات وفيديوهات تهتم بتطوير الطالب والتلميذ ودمجهم في العملية التعليمية عن بعد وهذا ما نحتاجه اليوم في ظل وباء كورونا وتطبيق اجراءات الحجر الصحي , فالفيسبوك يساهم كذلك في تعليم واكساب الافراد معلومات جديدة وفي أي مجال من مجالات الحياة , فبعض النظر عن كل هذا فالفيسبوك هو المنبر الاول للترفيه عن الفرد وتحقيق التسلية، من خلال التفاعل مع المنشورات المضحكة او قراءة الاشعارات او مشاهدة الافلام او مشاركة النكت, فبعض المبحوثين كذلك يتواصلون عن طريق الفيسبوك بأفراد يملكون مستوى ثقافي عالي وذلك رغبة منهم في التواصل معهم والاستفادة من الموضوعات التي تطرح عبر موقع الفيسبوك , فالكثير من المبحوثين احيانا يشاركون هذه المواضيع عبر صفحاتهم الشخصية , ومن هنا فإن هذه المؤشرات هي نتاج أبعاد استخدام الافراد للفيسبوك .

ج- النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الثالث: والذي ينص على : " ما تأثير استخدام الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية بين الافراد".

- من خلال نتائج الجدول رقم (27) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون أن الفايسبوك يساهم في تقوية العلاقات والصلات مع الآخرين حيث بلغ عددهم 82 بنسبة 82%

- من خلال نتائج الجدول رقم (28) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يساعدهم الفايسبوك في اكتساب القيم والمعايير الاجتماعية ونسبتهم 78% بتكرار 78.

- من خلال نتائج الجدول رقم (29) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يساعدهم الفايسبوك في اكتساب مهارات وافكار وخبرات جديدة وذلك بنسبة 60% بتكرار 60.

- من خلال نتائج الجدول رقم (30) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يتفاعلون مع المنشورات التي تحويها صفحة الفايسبوك و نسبتهم 49% بتكرار 49

- من خلال نتائج الجدول رقم (31) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين طور الفايسبوك شخصيتهم ونسبتهم 71% بتكرار 71.

- من خلال نتائج الجدول رقم (32) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يساعدهم الفايسبوك على تبني الكثير من العادات والتقاليد ونسبتهم 77% بتكرار 77.

- من خلال نتائج الجدول رقم (33) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين زاد الفايسبوك من تواصلهم مع الاسرة والاهل وذلك بنسبة 58% بتكرار 58.

من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الثالث الذي ينص على: " ما تأثير استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية بين الافراد", حيث نجد أن تأثير استخدام الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية بين الافراد ايجابي وذلك من خلال أنه يساهم في تقوية الصلات والعلاقات بين الآخرين بالإضافة الى مساهمته في اكساب الافراد القيم والمعايير الاجتماعية، فالكثير من المبحوثين ساعدهم الفايسبوك على اكتساب مهارات وافكار وخبرات جديدة , ثم ان كثيرا من المبحوثين يتفاعلون مع المنشورات التي تحويها صفحات الفيسبوك الامر الذي يؤدي الى تكوين علاقات اجتماعية من خلال هذا التفاعل لتكون بذلك علاقات اجتماعية وطيدة و متماسكة , فكثر من الاشخاص طور الفيسبوك شخصيتهم كثيرا وهذا لم يأتي صدفة وانما هو نتاج احتكاكهم واندماجهم عن طريق موقع الفيسبوك مع اشخاص فاعلين ساهموا في تزويدهم بمهارات واساليب لتطوير شخصياتهم الامر الذي يؤكد وجود نوع من الوحدة والتماسك والعلاقات الاجتماعية , ثم ان كثيرا من الافراد ساهم الفايسبوك في تعزيز تواصلهم مع اسرهم ,

ومن هنا فإن هذه المؤشرات هي انعكاسات للدور الاجتماعي الذي يقوم به الفايسبوك من اجل تحقيق رابطة اجتماعية تعمل على توطيد العلاقات الاجتماعية بين الافراد والتأثير بالإيجاب على هذه العلاقات , ومنه هنا فإنه يمكن القول أنه : "هناك تأثير لاستخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية بين الافراد "

2 - النتائج الرئيسية :

نتائج الإجابة على التساؤل الرئيسي : الذي ينص على : " ما علاقة الفايسبوك بتحقيق الاتصال الاجتماعي".

من خلال الإجابة على التساؤلات الجزئية للدراسة اتضح أن :

- هناك دوافع لإستخدام الافراد للفايسبوك.

- هناك العديد من الأبعاد لإستخدام الافراد للفايسبوك.

- هناك تأثير لاستخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية بين الافراد

من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الرئيسي القائل بأن هناك علاقة بين الفايسبوك وتحقيق

الاتصال الاجتماعي ، حيث تبين لنا أن هناك العديد من الدوافع لاستخدام الافراد للفايسبوك واغلبها دوافع

ذاتية تخص شخصيتهم , بالإضافة الى أن هناك العديد من الابعاد لاستخدام الافراد للفايسبوك وهي تحمل

طابع الاجتماعي , ثم ان هناك تأثيرا لاستخدام الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية بين الافراد الذي ظهر

بشكل ايجابي من خلال تحقيق التماسك وتوطيد العلاقات بين الافراد, ومن هنا يمكن القول بأن هناك

"علاقة بين استخدام الفايسبوك وتحقيق التواصل الاجتماعي".

الختامة

الخاتمة:

من المهم تناول أحد وأهم الموضوعات المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي وهو موقع (الفايسبوك) والتي اثرت على المجتمع وافكاره وتوجهاته والتي كان لها تأثيراً كبيراً على الساحة الاجتماعية والسياسية في العالم جميعه والوطن العربي بشكل خاص، حيث زاد اهتمام المجتمع وخاصة فئة الشباب بمواقع التواصل الاجتماعي وموقع الفاييسبوك حتى اصبح اغلب الشباب لديهم صفحة على موقع الفاييسبوك لتكون نافذة راصدة للمجتمع الخارجي وهويته التي تميزه عن غيره، إذ اصبح هذا الموقع من أهم مصادر التأثير والتأثير الاجتماعي، وبالرغم من الانتقادات التي الشديدة التي يتعرض لها الفاييسبوك ودوره في التفكك الأسري وتأثيره السلبي على المجتمع الاسري لكن هناك في المقابل من يرى انه وسيلة مهمة للتنامي والالتحام بين المجتمعات وكذلك الاندماج بين افراد المجتمع الواحد وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر والاطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة اضافة لدوره الفاعل والمتميز كوسيلة اتصال ناجعة في الانتفاضات الجماهيرية.

قائمة المراجع والمصادر

أولا-الكتب:

- إبراهيم أبو عرقوب: الإتصال الإنساني ودوره في التفاعل الإجتماعي، دار المجدلاوي لنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2001،
- ابراهيم عبد الهادي محمد المليجي، الرعاية الطبية والتأهيلية، 2002
- إبراهيم خطيب ياسين الخطيب وآخرون: التنشئة الاجتماعية لطفل، دار الثقافة النشر والتوزيع، عمان، 2003.
- ابراهيم عيسى عثمان، النظريات المعاصرة في علم الإجتماع، دار الشروق، عمان، 2007.
- بشير العلاق ، الاتصال في المنظمات العامة بين النظرية والممارسة ، ط 17، دار البارودي العلمية للنشر والتوزيع ، الأردن، 2009
- عباس، مصطفى صادق : الإعلام الجديد الوسائل والمفاهيم والتطبيقات .ط1. عمان: دار الشروق للنشر ، 2008
- محمد الصاوي محمد مبارك ، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية ، القاهرة، 1992
- خالد سليم : ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية .قطر دار المتنبي للنشر والتوزيع ، 2005.
- موريس أنجرس، منهجية البحث اعلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف وسعيد سبعون، دار القصبية للنشر، الجزائر، 2006
- عاطف العبد عدلي: الاتصال والرأي العام، الأسس النظرية والاسهامات العربية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1993،
- وائل مبارك خضر، فضل الله . اثر الفيس بوك على المجتمع . ط 1. مصر: مدونة شمس النهضة ، 2010
- السيد عبد الحميد ، عطية ومحمد محمود مهدي: الإتصال الإجتماعي وممارسة الخدمة الإجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2003،

- مصطفى عبد السميع محمد وآخرون: الإتصال والوسائل التعليمية قراءات أساسية لطالب المعلم، مركز الكتاب النشر، القاهرة، ط1، 2001،
- خيرى خليل الجميلي: الإتصال ووسائله في مجتمع الحديث، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية مصر، 1997.
- جبارة عطية: علم الاجتماع الإعلام، الإسكندرية، دار الوفاء، دينا لطباعة والنشر، 2001.
- عبد المجيد لبصير: موسوعة علم الاجتماع ومفاهيم في السياسة والاقتصاد والثقافة العامة، دار الهدى للطباعة للنشر والتوزيع، 2010
- طلعت إبراهيم لطفي وكمال عبد الحميد الزيان، النظريات المعاصرة في علم الاجتماع، دار غريب، القاهرة.
- صلاح مراد، فوزية هادي ، طرائق البحث العلمي (تعميماتها واجراءاتها) ، دار الكتاب الحديث، الكويت ، 2002
- فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002
- منذر عبد الحميد الضامن، أساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة، عمان، 2007
- محمد عبد الحميد ، دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، د.ط، عالم الكتاب، القاهرة، 1993

ثانيا-المجلات:

- زهير عابد: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني . مجلة جامعة النجاح للأبحاث ، 06 (2012)
- جمال، العيفة: "الاتصال الشخصي في عصر شبكات التواصل الاجتماعي ضرورة اجتماعية في عالم متغير".مجلة علوم الانسان والمجتمع، 10 (2014)
- نحو مجتمع المعرفة. "المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي". مركز الاستراتيجية جامعة الملك عبد العزيز، 39 (2012)
- محمد جاسم الفكي: نظريات الإتصال والإعلام الجماهيري، موقع الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانيمارك.

ثالثا- المذكرات:

- سعاد بن جديدي :علاقة مستوى النرجسية بالإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك لدى المراهق الجزائري"، أطروحة دكتورا،جامعة محمد خيضر بسكرة،الجزائر، 2016
- بدر الدين ،بن بلعباس: شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر . جامعة محمد خيضر بسكرة. الجزائر 2015 .
- حنان، شعشوع الشهري: " اثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيسبوك وتويتر أنموذجا " . رسالة ماجستير جامعة الملك عبد العزيز بجدة .2014.
- حسين ليلي : "اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك و تويتر أنموذجا" شهادة ماستر. جامعة محمد خيضر بسكرة . الجزائر، 2015 .
- محمد المنصور . "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المتلقين" . رسالة ماجستير منشورة الاكاديمية العربية بالدنمارك. 2012
- إيمان حنين ، شين . "لغة التواصل في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في الجذب السياحي" . شهادة ماستر. جامعة محمد خيضر بسكرة. الجزائر، 2015
- سليم كفان، دراسة مدى فعالية الإتصال التنظيمي في المؤسسة ودوره في إتخاذ القرارات التنظيمية، مذكرة ماجستير، علوم التربية، قسنطينة، 2005.

رابعا- المواقع الإلكترونية:

- أبو الفداء بن مسعود : القول المسبوك في حقيقة مواقع الفيسبوك ، www.alathar2.net ، تاريخ آخر الاطلاع 2017-01-25 ، بتوقيت 20:30
- موقع الألوكة الالكتروني، www.alukah.net ، تاريخ اخر اطلاع 2021/05/30 بتوقيت 11:00
- محمد حسن : التعريف بالمواقع الاجتماعية ، الموقع الأول في العالم ، www.abaarpress.com تاريخ آخر اطلاع 2021-05-8 ، بتوقيت 19:15.

● حازم مناحي سعادة: مفهوم التكيف والتوافق، مجلة المنال، 2010، بحوث ودراسات.

www.almanal magazine.com

● صلاح أبو قاسم، مقدمة عامة في نظريات الإتصال الحديثة، مثال نشر في الموقع:

Social research 23/05/2014 Kenanaonline.com/users/social

research/posts/620172

● لطفي، مندي وادي: العرب الجزائري، منتديات التعليم العالي، منتدى علوم الاجتماعية

والإنسانية، مفهوم الاتصال عناصره، أهدافه، أنواعه، في : 10/12/2021

الملاحق

الملحق رقم (01): الاستبيان

جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم العلوم الاجتماعية

استخدام الفيسبوك وتحقيق الاتصال الاجتماعي

اخي الطالب اختي الطالبة :

نضع أمامك مجموعة من البنود المتعلقة بعلاقة الفيسبوك وتحقيقه الاتصال الاجتماعي المطلوب منك قراءة متأنية وصحيحة لكل بند والاجابة عنها بما يتناسب مع حالتك أنت شخصيا بصدق وصرامة.

1- ضع (X) أمام الاجابة التي ترى أنها أكثر انطباقا عليك.

2- الرجاء الاجابة على كل العبارات.

3- ليس هناك اجابة صحيحة وأخرى خاطئة والصحيحة هي التي تعبر عن رأيك الحقيقي.

والان يمكنك البدء في الاجابة وتأكد أن اجابتك لن يطلع عليها سوى الباحث, كما أنها تستغل لأغراض علمية فقط

البيانات الشخصية:

1- الجنس: ذكر () انثى ()

2- السن:

3- التخصص:

المحور الأول: دوافع استخدام الافراد للفيسبوك؟

4- هل يسهل عليك الفيسبوك التعامل مع الاخرين ؟

نعم () لا () أحيانا ()

5- هل كونت صداقات جديدة عند استخدامك للفايسبوك؟

نعم () لا () أحيانا ()

6- هل تمكنت من ايجاد حلول لبعض مشاكلك الاجتماعية من خلال الفاييسبوك؟

نعم () لا () أحيانا ()

7- هل ساعدك الفيسبوك في اختيار اصدقائك بسهولة؟

نعم () لا () أحيانا ()

8- هل يساعدك الفاييسبوك في التعرف على تراث المجتمع؟

نعم () لا () أحيانا ()

المحور الثاني: ابعاد استخدام الافراد للفايسبوك ؟

9- هل تسعى من خلال استخدام الفيسبوك الى توسيع علاقاتك الاجتماعية ؟

نعم () لا () أحيانا ()

10- هل يساعدك الفاييسبوك في تعلم لغات أخرى؟

نعم () لا () أحيانا ()

11- هل ترى ان الفاييسبوك يثري رصيدك العلمي؟

نعم () لا () أحيانا ()

12- هل تهدف باستعمال الفاييسبوك الى تكوين علاقات اجتماعية جديدة؟

نعم () لا () أحيانا ()

13- هل افادك الفاييسبوك في الوعي دينيا؟

نعم () لا () أحيانا ()

14- هل يقحمك الفاييسبوك في عالم السياسة ؟

نعم () لا () أحيانا ()

15- هل يعتبر الفاييسبوك وسيلة تعليمية بالنسبة لك ؟

نعم () لا () أحيانا ()

16- هل ساعدك الفاييبوك في ربط علاقات مع الجنس الاخر؟

نعم () لا () أحيانا ()

17- هل ساهم الفيبوك في اكسابك معلومات جديدة ؟

نعم () لا () أحيانا ()

18- هل يحقق لك الفاييبوك التسلية والترفيه؟

نعم () لا () أحيانا ()

19- هل زاد رصيدك الثقافي بعد استخدام الفاييبوك ؟

نعم () لا () أحيانا ()

20- هل تتواصل مع أصدقاء ذوو مستوى ثقافي عالي ؟

نعم () لا () أحيانا ()

21- هل تشارك في المسابقات الثقافية التي تنشر عبر صفحات الفيبوك

نعم () لا () أحيانا ()

22- هل تساهم في نشر المواضيع الثقافية على صفحتك الشخصية ؟

نعم () لا () أحيانا ()

23- هل تزور المكتبات الالكترونية من خلال استخدام الفيبوك ؟

نعم () لا () أحيانا ()

24- هل يساعدك الفيبوك في اكتساب المعارف العلمية ؟

نعم () لا () أحيانا ()

المحور الثالث: تاثير استخدام الفاييبوك على العلاقات الاجتماعية بين الافراد؟

25- هل ساهم الفاييبوك في تقوية الصلات والعلاقات مع الآخرين ؟

نعم () لا () أحيانا ()

26- هل يساعدك الفيبوك في اكتساب المعايير والقيم الاجتماعية ؟

نعم () لا () أحيانا ()

27- هل يساعدك الفيسبوك في اكتساب مهارات وأفكار وخبرات جديدة؟

نعم () لا () أحياناً ()

28- هل تتفاعل مع المنشورات التي تحويها صفحة الفيسبوك؟

نعم () لا () أحياناً ()

29- هل طور الفيسبوك شخصيتك؟

نعم () لا () أحياناً ()

30- هل يساعدك الفيسبوك على تبني العادات والتقاليد؟

نعم () لا () أحياناً ()

31- هل زاد الفيسبوك من تواصلك مع الاسرة والاهل؟

نعم () لا () أحياناً ()

ملحق رقم (02) : مخرجات برنامج spss

Correlations

		الكلية_الدرجة	الاول_المحور	الثاني_المحور	الثالث_المحور
الكلية_الدرجة	Pearson Correlation	1	.629**	.722**	.677**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
الاول_المحور	Pearson Correlation	.629**	1	.142	.040
	Sig. (2-tailed)	.000		.159	.690
	N	30	30	30	30
الثاني_المحور	Pearson Correlation	.722**	.142	1	.064
	Sig. (2-tailed)	.000	.159		.526
	N	30	30	30	30
الثالث_المحور	Pearson Correlation	.677**	.040	.064	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.690	.526	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.643	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.714	16

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	7

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.802	28

الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid أنثى	27	27.0	27.0	27.0
ذكر	73	73.0	73.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

السن

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid من 20 إلى 24 سنة	47	47.0	47.0	47.0
من 25 إلى 29 سنة	32	32.0	32.0	79.0
من 30 سنة فأكثر	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

التخصص

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid علم اجتماع الاتصال	33	33.0	33.0	33.0
علم اجتماع التربية	30	30.0	30.0	63.0
علم اجتماع التنظيم	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Crosstabulation محور 1_1 * الجنس

Count

	الجنس		Total
	أنثى	ذكر	
محور 1_1 لا	1	7	8
أحيانا	4	8	12
نعم	22	58	80
Total	27	73	100

محور 2_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لا	24	24.0	24.0	24.0
أحيانا	29	29.0	29.0	53.0
نعم	47	47.0	47.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

محور 3_1 * السن Crosstabulation

Count

	السن			Total
	من 20 إلى 24 سنة	من 25 إلى 29 سنة	من 30 سنة فأكثر	
محور 3_1 لا	8	8	6	22
أحيانا	5	4	2	11
نعم	34	20	13	67
Total	47	32	21	100

محور 4_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لا	12	12.0	12.0	12.0
أحيانا	4	4.0	4.0	16.0
نعم	84	84.0	84.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

محور 5_1 * التخصص Crosstabulation

Count

	التخصص			Total
	علم اجتماع الاتصال	علم اجتماع التربية	علم اجتماع التنظيم	
محور 5_1 لا	7	7	6	20
أحيانا	4	3	1	8
نعم	22	20	30	72
Total	33	30	37	100

محور 2_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لا	30	30.0	30.0	30.0
أحيانا	6	6.0	6.0	36.0
نعم	64	64.0	64.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

محور 2_2 * الجنس Crosstabulation

Count

	الجنس		Total
	أنثى	ذكر	
محور 2_2 لا	7	21	28
أحيانا	3	7	10
نعم	17	45	62
Total	27	73	100

محور 2_3 * السن Crosstabulation

Count

	السن			Total
	من 20 إلى 24 سنة	من 25 إلى 29 سنة	من 30 سنة فأكثر	
محور 2_3 لا	12	8	9	29
أحيانا	7	8	2	17
نعم	28	16	10	54
Total	47	32	21	100

محور 2_4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لا	19	19.0	19.0	19.0
أحيانا	9	9.0	9.0	28.0
نعم	72	72.0	72.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

محور 5_2 * التخصّص Crosstabulation

Count

		التخصّص			Total
		علم اجتماع الاتصال	علم اجتماع التربية	علم اجتماع التنظيم	
محور 5_2	لا	6	6	10	22
	أحيانا	12	6	4	22
	نعم	15	18	23	56
Total		33	30	37	100

محور 6_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	15	15.0	15.0	15.0
	أحيانا	24	24.0	24.0	39.0
	نعم	61	61.0	61.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

محور 7_2 * الجنس Crosstabulation

Count

		الجنس		Total
		أنثى	ذكر	
محور 7_2	لا	5	18	23
	أحيانا	6	18	24
	نعم	16	37	53
Total		27	73	100

محور 8_2 * السن Crosstabulation

Count

		السن			Total
		من 20 إلى 24 سنة	من 25 إلى 29 سنة	من 30 سنة فأكثر	
محور 8_2	لا	10	9	6	25
	أحيانا	15	12	6	33
	نعم	22	11	9	42
Total		47	32	21	100

محور 2_9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لا	17	17.0	17.0	17.0
أحيانا	35	35.0	35.0	52.0
نعم	48	48.0	48.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Crosstabulation محور 2_10 * التخصص

Count

		التخصص			Total
		علم اجتماع الاتصال	علم اجتماع التربية	علم اجتماع التنظيم	
محور 2_10 لا	لا	4	12	13	29
أحيانا	أحيانا	17	13	18	48
نعم	نعم	12	5	6	23
Total		33	30	37	100

Crosstabulation محور 2_11 * الجنس

Count

		الجنس		Total
		أنثى	ذكر	
محور 2_11 لا	لا	11	16	27
أحيانا	أحيانا	11	37	48
نعم	نعم	5	20	25
Total		27	73	100

محور 2_12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لا	33	33.0	33.0	33.0
أحيانا	40	40.0	40.0	73.0
نعم	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

محور 2_13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لا	19	19.0	19.0	19.0
أحيانا	47	47.0	47.0	66.0
نعم	34	34.0	34.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

محور 2_14 * السن Crosstabulation

Count

		السن			Total
		من 20 إلى 24 سنة	من 25 إلى 29 سنة	من 30 سنة فأكثر	
محور 2_14 لا	لا	10	1	3	14
أحيانا	أحيانا	25	18	12	55
نعم	نعم	12	13	6	31
Total		47	32	21	100

محور 2_15 * السن Crosstabulation

Count

		السن			Total
		من 20 إلى 24 سنة	من 25 إلى 29 سنة	من 30 سنة فأكثر	
محور 2_15 لا	لا	15	18	13	46
أحيانا	أحيانا	23	13	8	44
نعم	نعم	9	1	0	10
Total		47	32	21	100

محور 2_16 * التخصص Crosstabulation

Count

		التخصص			Total
		علم اجتماع الاتصال	علم اجتماع التربية	علم اجتماع التنظيم	
محور 2_16 لا	لا	4	12	13	29
أحيانا	أحيانا	17	13	18	48
نعم	نعم	12	5	6	23
Total		33	30	37	100

محور 1_3 * الجنس Crosstabulation

Count

		الجنس		Total
		أنثى	ذكر	
محور 1_3	لا	2	7	9
	أحيانا	3	6	9
	نعم	22	60	82
Total		27	73	100

محور 2_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	11	11.0	11.0	11.0
	أحيانا	11	11.0	11.0	22.0
	نعم	78	78.0	78.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

محور 3_3 * السن Crosstabulation

Count

		السن			Total
		من 20 إلى 24 سنة	من 25 إلى 29 سنة	من 30 سنة فأكثر	
محور 3_3	لا	11	11	9	31
	أحيانا	5	4	0	9
	نعم	31	17	12	60
Total		47	32	21	100

محور 4_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	37	37.0	37.0	37.0
	أحيانا	14	14.0	14.0	51.0
	نعم	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

محور 3_5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لا	11	11.0	11.0	11.0
أحيانا	18	18.0	18.0	29.0
نعم	71	71.0	71.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

محور 3_6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لا	17	17.0	17.0	17.0
أحيانا	6	6.0	6.0	23.0
نعم	77	77.0	77.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Crosstabulation محور 3_7 * التخصص

Count

	التخصص			Total
	علم اجتماع الاتصال	علم اجتماع التربية	علم اجتماع التنظيم	
محور 3_7 لا	5	7	10	22
أحيانا	11	6	3	20
نعم	17	17	24	58
Total	33	30	37	100

