

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية



مذكرة ماستر

اتصال وملاقات عامة

إعداد الطالب:
بوذيب بلال
جنيدي وائل

يوم: 20/09/2020

دور الفيسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية دراسة ميدانية لعينة
من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة-القطب الجامعي شتمة-

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة محمد خيضر	أ.د.	العضو 1
مشرفا ومقررا	جامعة محمد خيضر	أ.د.	نبيل لحمر
عضوا مناقشا	جامعة محمد خيضر	أ.د.	العضو 3

السنة الجامعية: 2019-2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

شكر وعرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على الرسول المعلم، الذي علمنا قيمة الاعتراف والتقدير لمن هم أهل الفضل، وبعد أن أتم الله بنعمته علينا إذ أتمنا هذه المذكرة العلمية التي نسأل الله أن يكتب لنا أجرها، وأن ينفعنا بها. فالحمد لله حمدا كثيرا.

نتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى الأستاذ "نبيل لحر" الذي تفضل علينا بالإشراف والتوجيه والنصح والإرشاد طيلة فترة الإعداد، كان خير موجه لنا في رحلة البحث فله منّا كل عبارات الاحترام والتقدير، فشكرا له على عطائه ومجهوداته.

والشكر الجزيل لمن قدما لنا الدعم في مشوارنا الدراسي وكانا مصدرا طاقتنا إلى كل من أمي وأبي.

كما نشكر كل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل.

والفضل والتقدير والاحترام إلى كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال الذين رافقونا طيلة مشوارنا الدراسي

فهرس المحتويات

المحتوى

الصفحة

الشكر والعرفان

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

أ-ب

مقدمة

الإطار المنهجي للدراسة

- 1 إشكالية الدراسة..... 3-2
- 2 أسباب الدراسة..... 04
- 3 أهداف الدراسة..... 04
- 4 أهمية الدراسة..... 05
- 5 تحديد المفاهيم والمصطلحات..... 9-5
- 6 الدراسات السابقة..... 16-9
- 7 منهج الدراسة..... 17-16
- 8 أدوات الدراسة..... 19-17
- 9 نوع الدراسة..... 20
- 10 مجتمع الدراسة والعينة..... 22-20

الإطار النظري للدراسة

- الفصل الأول: مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الاجتماعي والفايسبوك.....23-48
- المبحث الأول: مدخل إلى شبكات التواصل الاجتماعي.....24-41
- المطلب الأول: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي.....24-26
- المطلب الثاني: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي.....27-28
- المطلب الثالث: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.....28-31
- المطلب الرابع: أهم أنواع شبكات التواصل الاجتماعي.....32-35
- المطلب الخامس: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.....36-37
- المطلب السادس: أهم المداخل والأطر النظرية في دراسات الشبكات الاجتماعية.....37-39
- المطلب السابع: واقع شبكات التواصل الاجتماعي ومستقبلها.....40-41
- المبحث الثاني: ماهية الفاييسبوك.....41-48
- المطلب الأول: تعريف الفاييسبوك.....41-42
- المطلب الثاني: نشأة الفاييسبوك.....42-44
- المطلب الثالث: خصائص الفاييسبوك.....44-46
- المطلب الرابع: استخدامات الفاييسبوك.....46-47
- المطلب الخامس: إيجابيات وسلبيات الفاييسبوك.....47-48
- الفصل الثاني: مفاهيم حول الهوية الافتراضية والمجتمع الافتراضي.....50-67
- المبحث الأول: مدخل إلى الهوية.....50-53
- المطلب الأول: تعريف الهوية.....51-52

53-52.....	المطلب الثاني: وظائف الهوية.
57-53.....	المبحث الثاني: مفهوم الهوية الافتراضية.
54-53.....	المطلب الأول: تعريف الهوية الافتراضية.
55-54.....	المطلب الثاني: نشأة الهوية الافتراضية.
55.....	المطلب الثالث: خصائص الهوية الافتراضية.
56.....	المطلب الرابع: سمات الهوية الافتراضية.
57.....	المطلب الخامس: الشبكات الاجتماعية والهوية الافتراضية.
67-58.....	المبحث الثالث: المجتمع الافتراضي ودلالات المفهوم.
59-58.....	المطلب الأول: تعريف المجتمع الافتراضي.
61-60.....	المطلب الثاني: أنواع المجتمعات الافتراضية.
65-61.....	المطلب الثالث: سمات المجتمعات الافتراضية.
66-65.....	المطلب الرابع: مراحل تشكل المجتمعات الافتراضية.
66.....	المطلب الخامس: أسباب دراسة المجتمعات الافتراضية.
67-66.....	المطلب السادس: العلاقة بين المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي.

الإطار التطبيقي للدراسة

128-69.....	الفصل الثالث: دور الفايسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية.
70.....	تحليل وتفسير البيانات.
74-70.....	أ- الجداول البسيطة.
128-74.....	ب- الجداول المركبة.

133-129.....النتائج العامة للدراسة

خاتمة.

قائمة المراجع.

الملاحق.

ملخص الدراسة.

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
71-70.....	السمات العامة لأفراد عينة الدراسة(الجنس)	01
72-71.....	السمات العامة لأفراد عينة الدراسة(السن)	02
73-72.....	السمات العامة للأفراد عينة الدراسة (المستوى التعليمي)	03
74-73.....	السمات العامة للأفراد عينة الدراسة (المنطقة الجغرافية)	04
76-74.....	جدول يوضح مدى استخدام الطلبة لموقع الفايسبوك	05
77-76.....	جدول يوضح معدل استخدام الطلبة لموقع الفايسبوك	06
79-78.....	جدول يوضح عدد الساعات التي يقضيها الطلبة على موقع الفايسبوك	07
81-80.....	جدول يبين مدة اشتراك الطلبة على موقع الفايسبوك	08
83-82.....	جدول يوضح وسيلة الاتصال المستخدمة في التصفح على موقع الفايسبوك	09
85-84.....	جدول يبين الوقت المفضل للطلبة في التصفح على موقع الفايسبوك	10
87-86.....	جدول يوضح اللغة المستخدمة في موقع الفايسبوك من قبل الطلبة	11
89-88.....	جدول يوضح أسباب اختيار الطلبة لموقع الفايسبوك	12
91-90.....	جدول يوضح عدد الأصدقاء المتواجدة على صفحات الطلبة في موقع الفايسبوك	13
93-92.....	جدول يبين هدف الطلبة من استخدام موقع الفايسبوك	14
95-94.....	جدول يوضح رغبة الطلبة في استخدام موقع الفايسبوك	15
97-96.....	جدول يوضح دافع الطلبة من استخدام موقع الفايسبوك	16
99-98.....	جدول يبين مدى اتاحة الفرصة للطلبة في التعبير عن آراءهم على موقع الفايسبوك	17

101-100.....	جدول يوضح المعلومات الأكثر استقطابا من قبل الطلبة على موقع الفايسبوك	18
103-102.....	جدول يبين تحقيق الطلبة من وراء استخدام الفايسبوك	19
105-104...	جدول يوضح الطرق التي يستخدمها الطلبة في البحث عن المعلومات والأخبار	20
107-106.....	جدول يوضح شعور الطلبة عندما لا يستخدمون موقع الفايسبوك	21
108-107.....	جدول يوضح تأثير الفايسبوك على الطلبة	22
110-109.....	جدول يبين نسب استخدام الطلبة للاسم المستعار على موقع الفايسبوك	23
112-111.....	جدول يوضح الدافع من وراء إخفاء الطلبة لأسمائهم الحقيقية	24
114-113.....	جدول يبين الدافع من وراء إظهار الطلبة لأسمائهم الحقيقية	25
116- 115.....	جدول يوضح كم صفحة يملكها الطالب على موقع الفايسبوك	26
118-117.....	جدول يبين مدى صدق بطاقة الشخصية الموجودة في حساب الطلبة على موقع الفايسبوك	27
120-119.....	جدول يوضح هوية الطلبة على موقع الفايسبوك	28
122-121	جدول يوضح المجال التي فتحتة الهوية الافتراضية للتعليق بكل حرية في مختلف المضامين	29
124-123.....	جدول يوضح الثقة الموجودة بين الطلبة وأصدقائهم على موقع الفايسبوك	30
126-125.....	جدول يوضح تأثير الهوية الافتراضية على الشخصية الحقيقية للطالب	31
127-126.....	جدول يوضح المجتمعات الافتراضية وانعكاسها على عادات وقيم الطالب	32

مقدمة

مقدمة:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أهم تقنيات الاتصال الحديثة التي ظهرت في العقود الأخيرة، والتي ساهمت في إظهار تغيرات جذرية خاصة على مستوى الاتصال الاجتماعي بين الأفراد والجماعات حيث أصبحت من أكثر المواقع انتشارا في الأوساط الاجتماعية وذلك نظرا لتعدد الخدمات التي تتيحها والتطبيقات التي توفرها للمستخدم، فنجدها حملت الكثير من التغيرات خاصة بأنماط الاتصال وذلك في ظل تحول الفضاء العام للاتصال. ومن بين الرهانات التي تحققها هذه المواقع تمكين الفاعلين من تجاوز الإكراهات المرتبطة بالمواقع والتي تتمثل في التخلص من الحضور الجسدي والمكاني للتحويل إلى سياقات اتصالية جديدة افتراضية بدرجة الأولى، إذ يحدث التواصل بين المستخدمين تزامنا مع الصور وأسماء تصنع هويته عبر رموز افتراضية، حيث نجد أن الفيسبوك من بين أكثر المواقع استخداما لدى الشباب وخاصة الطلبة الذين وجدوا ضالتهم فيه من خلال المساحات الافتراضية الواسعة للتعبير عن أفكارهم وآرائهم واتجاهاتهم وحتى مشاكلهم، وذلك من خلال إنشاء صفحات خاصة بهم بهدف تحقيق التواصل والتفاعل الاجتماعي فموضوع الهوية قدس متجدد يرتبط بالوجود البشري وأصالته.

تعتبر الهوية من أبرز النقاشات الاجتماعية في الوقت الراهن على أساس اعتبارها قاعدة استقرار الفضاء الاجتماعي فنحن نبحث عن الذات السوسولوجية التي تشكل التفاعل بين الذات والمجتمع والذات بعد الحداثة الغير ثابتة، إذ تشكل الهويات المتعددة الجوانب والأوجه والقوالب المتعددة لذات إنسانية واحدة بأوجه متعددة بتعدد السياقات الدلالية الاجتماعية والنفسية التي يحيطها الفرد ويتردد عليها عبر مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، إذ نرى أن هذا الفضاء الافتراضي وجد فيه الطلبة مساحة للتعبير عن ذاتهم من خلال خلق هوية خاصة بهم تعكس تماثلهم وشخصيتهم الواقعية وتصورهم لهوية معينة تمكنهم من تبني خلفيات تشكل هويتهم الافتراضية والتي من خلالها نحاول الكشف عن تشكيل الهوية الافتراضية لدى جامعة محمد خيضر بسكرة -القطب الجامعي شتمة- عبر شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجا.

ومن أجل الوصول إلى فهم عميق ودقيق لهذا الموضوع اعتمدنا خطة دراسة مقسمة إلى مقدمة عامة وإطار منهجي وثلاثة فصول وخاتمة، أما الإطار المنهجي الذي تضمن موضوع الدراسة والإجراءات المنهجية

شمل على الإشكالية، أسباب الدراسة، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، تحديد المفاهيم والمصطلحات، الدراسات السابقة، منهج الدراسة، أدوات الدراسة، نوع الدراسة، مجتمع الدراسة والعينة. أما الفصل الأول المعنون بمدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الاجتماعي والفايسبوك و هو مقسم بدوره إلى مبحثين و تضمن المبحث الأول سبعة عناصر أساسية هي تعريف شبكات التواصل الاجتماعي، ونشأتها، وخصائصها، وأهم أنواع شبكات التواصل الاجتماعي، ودوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وأهم المداخل النظرية في دراسة الشبكات الاجتماعية، وأخيرا واقع شبكات التواصل الاجتماعي، أما المبحث الثاني المعنون بماهية الفاييسبوك ينقسم إلى خمسة عناصر أساسية هي تعريف الفاييسبوك، ونشأته، وخصائص الفاييسبوك، و استخداماته، والعنصر الخامس ايجابيات وسلبيات الفاييسبوك. ثم يليه الفصل الثاني الذي خصص للهوية الافتراضية والمجتمع الافتراضي. وقسم هو الآخر إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول مدخل إلى الهوية، تضمن مفهوم الهوية، ووظائف الهوية. أما المبحث الثاني فقد ركزنا فيه عن الهوية الافتراضية وانقسم بدوره إلى خمسة عناصر أساسية هي تعريف الهوية ونشأتها، خصائصها، سماتها، الشبكات الاجتماعية والهوية الافتراضية، أما بالنسبة للمبحث الثالث فقد خصص للمجتمع الافتراضي وانقسم إلى خمسة عناصر أساسية هي تعريف المجتمع الافتراضي، أنواعه، سمات المجتمعات الافتراضية، مراحل تشكل المجتمعات الافتراضية، أسباب دراسة المجتمعات الافتراضية. أما الفصل الثالث خصص لعرض وتحليل البيانات الميدانية وصولا إلى استخلاص النتائج المتعلقة بتساؤلات الدراسة وتوضيح دالاتها بالنسبة لأهداف الدراسة.

الإطار المنهجي للدراسة

1) اشكالية الدراسة:

أدت التطورات التكنولوجية الحديثة إلى تغييرات طرأت في مختلف المجالات، حيث برز ذلك في الثورة التي حصلت لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي شهدتها العالم، فالتطور المذهل لشبكة المعلومات الدولية وانتشار تقنيات الاتصال وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام والاتصال ساهم في ظهور نوع جديد من المجتمعات وهي المجتمعات الافتراضية وهاته الأخيرة هي نتيجة لبروز المواقع الافتراضية والتكنولوجية الرقمية، تكون هذه المجتمعات في عالم ما يعرف بالعالم الافتراضي وهو ما يمثل للكثيرين الملاذ للإشباع الغير المنتاهي بعيدا عن رقابة الضوابط والقيم، وتشكيل الهويات المختلفة داخل شبكات تواصل الاجتماعي.

تعد شبكات التواصل الاجتماعي الظاهرة الاتصالية الأبرز في وقتنا الآن كونها تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع وخاصة الشباب الذين هم الأكثر استخداما للفايسبوك، فالأنترنت التي تفتح فضاءات لا تحكمها مرجعية التموقع بالمعنى الفيزيائي وتمكن الأفراد من تجاوز إكراهات الحضور الجسدي والتحاور دون الكشف عن هوياتهم الحقيقية.

إن الهوية هي الشفرة التي يمكن للفرد عن طريقها يعرف نفسه فمن خلالها يتميز الفرد عن الآخرين في العالم الواقعي ولكن في المجتمعات الافتراضية لا تتأسس هاته الهوية إلا حين ينخرط الفرد في شبكة التواصل الاجتماعي ويجوب عوالمها خارج حدود الجغرافية والثقافية والقيمة المحددة في شخصيته الاجتماعية.

فإن الاتصال داخل هذه الشبكات الإلكترونية تسمح للفرد بهويته الافتراضية أن تكون أكثر نشاطا عن الهوية الحقيقية وذلك لأنها تتجاوز الحدود من دون القيود الموجودة في الواقع، وتخرج هذه البيئة الذات الداخلية للفرد فهي تمنح الحرية للمستخدم وكذلك توسع الواقع لديه من الناحية الإيجابية.

في المقابل نجد الطرح ذي المنحنى السلي أن للهوية الافتراضية تأثير على الهوية الشخصية للفرد فالمستخدم لا يبالي في الكشف عن خصوصياته وما يترتب عليه من عواقب ازدواجية الشخصية وانفصامها للفرد بين الواقع والافتراض واحتمال أن تتعرض الهوية الافتراضية للقرصنة حيث غالبا ما يتلاعب بشخصية الفرد الافتراضية ويتقمصون أدوار أخرى ليدفع الآخرين للتفاعل معه فرما يكون رجل ويتعامل على أنه امرأة أو

يكون طالب ويتعامل على أنه أستاذ فهذه الهوية ليست لها حدود جغرافية، حيث تتعمق في فضاء الأنترنت وتتفاعل مع الآخرين عبر النص أو الصوت أو الصورة أو الرموز، فإن الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي أثار الانتباه إلى الآثار الكبيرة الناجمة منها في مجالات الحياة المختلفة، تشير الإحصائيات إلى أن 39% من مجموع السكان يستخدمون هذه الشبكات الإلكترونية ويأتي موقع الفاسبوك في الريادة بنسبة 91% ثم تليه باقي المواقع.

ومنه نطرح التساؤل الآتي:

ما هو دور الفايسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى طلبة جامعة بسكرة -القطب الجامعي شتمة-؟

-تساؤلات الدراسة:

- 1/ما مدى استخدام طلبة جامعة بسكرة لشبكة الفيسبوك؟
- 2/ما هي دوافع استخدام طلبة جامعة بسكرة لشبكة الفيسبوك؟
- 3/ما هي الاشباعات المحققة من استخدام طلبة جامعة بسكرة لشبكة الفيسبوك؟
- 4/ما هي معالم الهوية الافتراضية التي تقدمها شبكة الفيسبوك؟

-فرضيات الدراسة :

- هناك دلالة إحصائية من متغير إناث وذكور والهوية الافتراضية.
- هناك دلالة إحصائية من متغير السن والهوية الافتراضية.
- هناك دلالة إحصائية من متغير المستوى التعليمي والهوية الافتراضية.
- هناك دلالة إحصائية من متغير المنطقة الجغرافية والهوية الافتراضية.

(2) أسباب الدراسة :

الأسباب العلمية والعملية :

هناك عدة أسباب دفعتنا بإلحاح إلى اختيار هذا الموضوع وصياغة الإشكالية من أهمها :

1/قرب هذا الموضوع من تخصصنا في الدراسة.

2/رغبتنا الشخصية في التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطالب الجامعي.

3/توفر المراجع الكافية التي تمكن من إنجاز موضوع الدراسة.

4/معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافات المختلفة للهويات الافتراضية.

5/التعرف على مميزات وسلبيات الهوية الافتراضية وسبب لجوء الأفراد إلى هوية أخرى تختلف عن تلك التي تميزهم.

(3) أهداف الدراسة:

أهداف البحث العلمي إحدى الخطوات المهمة في سبيل إعداد الأبحاث العلمية، حيث يسعى كل طالب إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تعبر عن غايته أو ما يصبو إليه من خلال أطروحته أو الرسالة المقدمة في مجال التخصص الذي يدرسه، ومن أبرز الأهداف المراد الوصول إليها من هذه الدراسة التي هي بعنوان: "شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطالب الجامعي":

1/الكشف عن مبررات تغيير الطالب الجامعي لهويته الحقيقية.

2/توضيح سلبيات وإيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطالب الجامعي.

3/توضيح الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تكوين الشخصي لدى الطالب الجامعي.

4) أهمية الدراسة:

تتمثل هذه الدراسة الحالية بعنوان: «دور الفايسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطلب البسكري». " أهميتها في عدة نقاط تتمثل كآآتي:

1/أنها تعنى بدراسة شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطالب.

2/تسعى الدراسة إلى معرفة الاستخدامات المتنوعة والأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في مرحلة التكوين الشخصي للمستخدم.

3/أنها تبحث في الآثار المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الهويات الافتراضية المختلفة.

4/تأتي أهمية الموضوع في دراسة جميع آثار وحركات وتحركات الفرد المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقة هذه الأخيرة في تكوين الهوية الافتراضية.

5/يسعى الموضوع إلى دراسة أبعاد الهوية الافتراضية والنظر في مكوناتها لا سيما لما طرأ من تطورات في مجال الاتصال أدت إلى بروز مجتمعات رقمية.

6/التعرف على انعكاسات واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على هوية الفرد.

5) تحديد المفاهيم والمصطلحات:

1/الهوية:

—لغة:

فالهوية بفتح الهاء تعني على الصعيد المعجمي العربي القديم وكما جاء في لسان العرب لابن المنظور "المزية" البئر بعيدة المهوان، والهوة أو الحفرة البعيدة القعر.¹

¹ابن المنظور، لسان العرب، دار صادر للطباعة والنشر، الطبعة الثالثة، بيروت، 2004، ص116.

مصطلح الهوية مشتق من ضمير الغائب المفرد المذكر (هو) وللمثنى (هما) وجمع المذكر (هم) وللمؤنث المفرد (هي) وللمثنى (هما) وللجمع (هن)، ويراد بها حقيقة الشيء أو الشخص المطلقة المشتملة على صفاته الجوهرية وذلك منسوب إلى الضمير (هو) وتسمى أيضا وحدة الذات، وضمير الغائب هو الذي ينعت هوية الشخص أو الشيء وكلمة (identité) التي تعني هوية تتضمن معنى المطابقة، أي مطابقة الشيء لنفسه.¹

- اصطلاحا:

هي حالة في كون لكل شخص شيء محدد وقد عرف الباحث استوتهل (stuat hall) الهوية بأنها: "ارتباط بأماكن هادفة لها ممارسات جدلية تبني من أجلها".

فهي الشفرة التي يمكن للفرد عن طريقها أن يعرف نفسه فهي صورة الإنسان لدى نفسه، هي صورة حقيقية وأخرى مثالية، وهي شفرة تتجمع عناصرها العرقية على مدار التاريخ والجماعة من خلال ثرائها الإبداعي والثقافي وطابع حياتها والواقع الاجتماعي، بالإضافة إلى الشفرة وتتجلى الهوية كذلك من خلال تعبيرات خارجية شائعة مثل الرموز والعادات التي تنحصر قيمتها في أنها عناصر معلنة اتجاه الجماعات الأخرى.

وفي تعريف آخر هي: "منظومة متكاملة من المعطيات المادية والنفسية والمعنوية والاجتماعية، التي تتميز بوحدها وتنطوي على خاصية الإحساس بالجماعة والشعور بها."²

- اجرائيا:

هي الصفات التي يتميز بها الفرد عن غيره وتظهر بها شخصيته، إذ هي مصطلح تحتوي على المعلومات الرئيسية الخاصة بالفرد فهي التي تمثل كل شخص عن غيره.

2/المجتمع الافتراضي:

¹ سارة بنت محمد بن صالح، دراسات وأبحاث في قضايا معاصرة، دار خالد اللحياي للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 2017، ص187.

² دعاء أحمد البنا، المخابرات وقضايا الهوية الوطنية، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2019، ص42،43.

- اصطلاحا:

ظاهرة اجتماعية مثل المجتمع التقليدي مضافا إليه خصائص التكنولوجيا الرقمية، إذ يوجد تداخل كبير بين المجتمع الافتراضي والمجتمع الواقعي، إلا أن المجتمعات الافتراضية لا يمكن أن تكون بديلا من المجتمعات الحقيقية، لأنها تقوم على ثقافة هوية جزئية لا تسمح بتشكيل هوية قومية، فهي مجموعة قد تكبر في تعدادها من المئات إلى الملايين.¹

- اجرائيا:

مجموعة من الأفراد يتفاعلون معا إلكترونيا أكثر من تفاعلهم وجها لوجه لأسباب اجتماعية أو تعليمية أو مهنية، فهم لا يرتبطون معا بإطار جغرافي معين أو مكاني واحد.

3/ الهوية الافتراضية:

- اصطلاحا:

هي انعكاس للهوية الحقيقية عندما تكون المعلومات المعطاة صحيحة كذلك تسمح الهوية الافتراضية أن يكون الفرد أكثر نشاطا عن الهوية الحقيقية، وذلك لأنها تتجاوز الحدود من دون القيود الموجودة في الواقع، وتخرج هذه البيئة الذات الداخلية للفرد.

فهذه الهوية ليست ذات حدود جغرافية بل تسبح في فضاءات الانترنت وتتفاعل مع الآخرين عبر النص أو الصوت أو الصورة أو الرموز. للهوية الإلكترونية ثلاث خلفيات :

_ الإطار الذاتي للشخصية.

_ الإطار الافتراضي للشخصية.

_ الإطار الثقافي الطبيعي.²

¹ نفس مرجع سابق.

² عبد الحكيم أيمن، الهويات الافتراضية في المجتمعات العربية، دار الأمان للنشر، الطبعة الأولى، المغرب، 2017، ص 135 136.

-اجرائيا:

مجموعة الصفات والرموز التي يستخدمها الأفراد في تقديم أنفسهم للآخرين حيث يتفاعلون مع بعضهم في عالم يسمى بالعالم الافتراضي، إذ هي مجموعة السمات التي تعبر عن وجودهم في الفضاءات التواصلية وتمكنهم من التفاعل من خلالها مع محيطهم الجديد.

4/الشبكات:

-اصطلاحا:

بصورة عامة يرتكز مفهوم الشبكة على نسق يضم مجموعة من الخطوط المتشابكة ضمن هيكلية محددة ويطلق على نقاط التشابك مصطلح **العقد الشبكية**. وتساهم هذا العقد في تنظيم اتجاه الاتصال داخل حدود الشبكة كما يقوم بعض الآخر فيها بدور الحدود الفاصلة بين نسق شبكات وآخر ويهيمن على نقاط الاتصال مع المحيط الخارجي بمختلف الأنماط.

كما تعرف الشبكة بأنها نظام لربط جهاز الحاسوب أو أكثر من أجل تبادل المعلومات والبيانات بينهما ومن الممكن أن تكون أجهزة الحاسوب قريبة جدا من بعضها وذلك مثل أن تكون في غرفة واحدة ويتم وصل الأجهزة بعدة وسائل منها أجهزة الاتصال السلكية واللاسلكية ومن الممكن أن تكون شبكة الحاسوب مكونة من مجموعة أجهزة في أماكنها بعيدة الشبكات بين المدن أو الدول وحتى القارات.

5/التواصل:

-اصطلاحا:

التواصل في اللغة وضد التقاطع في ضد التدابر وضد التخاصم وضد الهجر في التواصل في اللغة يعني جميع أشكال التفاعل والتكامل المنبثقة للإحسان والرعاية والرفق والعناية أما اصطلاحا فيعني التواصل استمرار العلاقة المتينة بين طرفي العلاقة المشاركين فيها وهو أيضا انفتاح الذات على الآخر في علاقة فيها لا تنقطع حتى تعود من جديد.

6/الاجتماعي:

اصطلاحاً:

الاجتماع نسيج مكون من ثلاث اجتماعيات تمتلك الصلاة التي يحددها الإدراك المتبادل بين الجانبين أو مجموعة من الأفراد يربط بينهما رابط مشترك جامعة تعيش عيشة المشتركة تنظم حياتها في علاقتها المنظمة المعترف بها فيها بينهم.

7/شبكات التواصل الاجتماعي:

-اصطلاحاً:

هي ببساطة وسيلة إلكترونية حديثة للتواصل بين الأشخاص، حيث أنها تكون بنية اجتماعية افتراضية تجمع بين أشخاص أو منظمات تتمثل في نقاط إلتقاء متصلة بنوع محدد من الروابط الاجتماعية، إذ يجمع المشاركين فيها صداقة أو قرابة أو مصالح مشتركة، أو توافق في الهواية أو الفكر، أو رغبة في التبادل المادي أو المعرفي أو محبة أو كراهية لشيء معين.

جاء تعريف الشبكات الاجتماعية (social Networking service) في قاموس (odilis): هي "خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين".¹

-اجرائياً:

هي وسيلة للتواصل الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت التي تتيح للفرد التعبير عن نفسه ومشاركة أفكاره وآرائه مع الآخرين والتعرف عليهم وعلى ثقافتهم وذلك من خلال استخدام الوسائط الإلكترونية.

6) الدراسات السابقة:

إن أهمية الدراسات السابقة تظهر في أنها تزيد من قيمة البحث وتساعد القارئ والمناقش على معرفة مدى اعتماد الباحث على معلومات جديدة وحديثة نسبياً وغير منقولة.

¹أيمن بن ناصر بن حمد العباد، المسؤولية الجنائية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، مكتبة القانون والاقتصاد، الطبعة الأولى، السعودية، 2015، ص59.

حيث تكمن أهميتها كذلك في مساعدتها للباحث على عدم الوقوع في الأخطاء التي سبق ووقع فيها الباحثون الآخرون، وذلك لأن الباحث من خلال اطلاعه على الدراسات السابقة سيكتشف المشاكل التي عانى منها الباحثون الآخرون وبالتالي سيكون لديه القدرة على تجنبها وبما أن دراستنا الحالية تتناول موضوعاً حديثاً يراهن الأحداث الجارية والمتمثل في الهوية الافتراضية فقد وجدنا بعض الدراسات تناولت جوانب موضوع دراستنا وهي كالآتي:

الدراسة الأولى:

دراسة أجرتها "لامية يحيياوي" و "مريم شرقي" بعنوان: "الهوية الافتراضية عند مستخدمي الفيسبوك". دراسة على عينة من طالبات الدراسات العليا قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف المسيلة، مذكرة نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال وتدور إشكالية الدراسة حول ما طبيعة الهوية الافتراضية التي يظهر بها المبحوثين عند استخدامهم للفيسبوك؟

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي لأنه يتلائم مع موضوع الدراسة بالإضافة إلى كون مستخدمي الهوية الافتراضية في الفيسبوك هو المجتمع الأصلي.

اعتمدت الدراسة على بعض الأساليب الإحصائية البسيطة التي تساعد على العمل الميداني، كما اعتمدت على أدوات جمع البيانات وهي استمارة الاستبيان وهي أداة أساسية رئيسية للبحث وجمع المعلومات التي تتطلبها البحوث الاجتماعية وخاصة منها الإعلامية.

نتائج الدراسة:

أن الطلبة المشتركين في مواقع الفيسبوك من أكثر من سنتين بنسبة 70% كما هو الموضح في جدول

رقم 8.

أظهرت الدراسة أن المبحوثين الذين يستخدمون بياناتهم الحقيقية بنسبة 53,3% أجابوا بنعم.

أن المبحوثين يجدون صورهم مرتبطة بحالة مزاجهم من كل مرة بنسبة 66,7%.

__ أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على عدم إحساسهم بالانتماء إلى المجتمع الافتراضي الذين ينتمون إليه أكثر من المجتمع الحقيقي بنسبة 52%.

الدراسة الثانية:

دراسة "ريحانة بلوطي" بعنوان: "دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد." دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفاسبوك نموذجاً بجامعة الحاج لخضر _ باتنة _ مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، سعت هذه الدراسة إلى البحث في إشكالية "ما هي دوافع استخدام الهوية الافتراضية على الشبكات الاجتماعية؟ وما أثرها على الفرد؟ وانبثقت من هذه الإشكالية التساؤلات الآتية:

__ ما هي عادات تعرض الجزائريين لموقع فايسبوك؟

__ ما هي دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية؟

__ ما هي الإشاعات المحققة من وراء استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية؟

وتهدف هذه الدراسة إلى التوصل إلى معرفة أسباب ودوافع استخدام الفرد للهوية الافتراضية في تواصله عبر الشبكات الاجتماعية على ماهية المجتمع الافتراضي والحدود الفاصلة أو الحدود الرابطة بينه وبين المجتمع الحقيقي، التعرف على مفهوم الشبكات الاجتماعية ودورها في تفعيل الحياة الاتصالية للأفراد والمجتمعات، التوصل إلى معرفة الهوية الافتراضية والحدود بينها وبين الهوية الحقيقية لمستهل الشبكات الاجتماعية، الكشف عن إشباع المحقق من وراء استخدام بيانات هوية افتراضية لدى جمهور شبكات الاجتماعية، وتدرج هذه الرسالة ضمن دراسات الوصفية كما اعتمدت على المنهج الوصفي الذي يهدف إلى وصف الظاهرة و استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية، أما الأدوات المستخدمة تمثلت في الاستبيان من خلال طرح استمارة كأداة لجمع بيانات حول موضوع الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية.

وقد توصلت الباحثة إلى مجموعة من نتائج تمثلت في:

يملك أفراد العينة من المجتمع الجزائري الإنترنت في الخط الهاتف الثابت بنسبة 60.52% نظرا للتطور التكنولوجي في حقل الاتصالات الذي عرفته الجزائر في الألفية الثالثة، هذا التطور مكنهم من التعرف على الشبكات الاجتماعية ومنها الفيسبوك فامتلاكهم له يعود على أقصى تقدير منذ ثلاث سنوات وأكثر واستخدامهم له يومي بانتظام لمدة تزيد عن معدل ثلاث ساعات يوميا، في أماكن متعددة منها البيت بالدرجة الأولى باستخدام الحاسوب المنزلي أو الشخصي، ثم أماكن العمل أو الجامعة. وبناء على ما ذكر فإن عدد أصدقاء المبحوثين يتراوح ما بين 200-400 صديق تمثلهم 24.73% وتتنوع الصداقات بناء على معايير مختلفة منها تقارب السن أو الاهتمامات والتوجهات المشتركة والمستوى المعرفي والثقافي لذا نجد أن الصداقات على الفيسبوك هي من أولويات مستخدميه ثم التواصل بين الطلبة والأساتذة ورفقاء العمل. ينخرط المستخدمون في الفيسبوك مع المجموعات الافتراضية المختلفة والتي تكون ذات توجه متنوع لديهم بنسبة 21.21% ويستخدم أكثر من نصفهم أسماء مستعارة أو مركب من اسم حقيقي وآخر مستعار وتكون دلالات هذه الأسماء مختلفة إما حروف مختصرة لأسمائهم أو مقتبسة من أسماء شخصيات مشهورة فنيا أو تاريخيا أو رياضيا. كما يوفر المبحوثون بيانات هويتهم الحقيقية وقد تختلف عنها، لذا يخفي والإقامة، والمستوى الدراسي وغيرها، وقد تتطابق مع بيانات هويتهم الحقيقية وقد تختلف عنها، لذا يخفي بعضهم سنه وجنسه من الظهور على الجداريات الخاصة بهم خوفا من المضايقات والإحراج أو بداعي رفض المبدأ أساسا وبعضهم مبرره التسلية والترفيه كما يلجأ 24.73% إلى عدم وضع صورهم الحقيقية على الفيسبوك خاصة الإناث منهم نظرا للخوف من قرصنة واختراق حساباتهم أو تجنب المضايقات التي تلحقهم من الجنسين. وبالتالي فقد كان مبرر المبحوثين الأساسي في عدم التصريح بهويتهم الحقيقية والتواصل من خلال استخدام هوية افتراضية هو الخوف من القرصنة والاختراق ثم تجنب المضايقات والإحراج وبدافع الحرية في التواصل وكذا التواصل دون أن يتعرف عليهم الغير أما فيما يتعلق بالإشباع المحققة من وراء استخدام الفيسبوك فقد جاء في الأولوية الاشباع الاجتماعية المتمثلة في التعرف على صداقات جديدة بنسبة 21.75% ثم الاشباع المعرفية المتمثلة في زيادة الرصيد المعرفي للأفراد بنسبة 19.46% ثم الاشباع النفسية المتمثلة في الهروب من الواقع بنسبة 15.40%. أما عن شعور المبحوثين في حال غيابهم عن الفاسبوك فيتبين أنه ينتابهم رغبة ملحة في دخوله، فيما يشعر البعض بالقلق والإضطراب والبعض الآخر لا يبالي به. كما نجد أن أكثر من نصف أفراد العينة المختارة يثقون في رفقاء

الفيسبوك فيما 45.26% عن عدم الثقة فيهم. وفيما يتعلق بمستقبل استخدام الفيسبوك فإن 40% نيتهم التقليل من استخدام، والبعض الزيادة أو المحافظة على المستوى ذاته أو اعتزاله نهائياً، بينما ينوي 55.26% الإبقاء على استخدام الهوية الافتراضية في التواصل مع الآخرين والبقية يكشفون هويتهم الحقيقية.

الدراسة الثالثة:

بعنوان: "الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد" دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية من إعداد الأستاذة "يوسف مسعودة" بجامعة قاصدي مرباح بورقلة وهي دراسة نشرت في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية على خلفية الملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري يوم 27/ 28 أكتوبر 2010.

سعت هذه الدراسة إلى البحث في اشكالية علاقة الهوية الافتراضية بالهوية الحقيقية وكيف يتفاعل الأفراد داخل المجتمع الافتراضي؟ وأبعاد هذا التفاعل على الحياة الواقعية وانبثقت عن هذه الاشكالية التساؤلات الآتية:

- 1/ ما هي خصائص المجتمعات الافتراضية التي يسعى الأفراد إلى الانتماء إليها؟
- 2/ ما هي دوافع الأفراد للانخراط في المجتمعات الافتراضية؟
- 3/ هل تسعى الهوية الافتراضية إلى الانسلاخ عن قيم المجتمع ومعاييرها أم تراعيها داخل المجتمع الافتراضي؟
- 4/ كيف ينظر الأفراد لهوياتهم الافتراضية و تفاعلهم في المجتمع الرقمي؟
- 5/ هل تعتبر الهوية الافتراضية انعكاساً للهوية الحقيقية للأفراد أم انفصالاً عنها؟

كانت أهداف الدراسة الأساسية هي: التعرف والتعريف بالمجتمع الافتراضي والكشف عن بعض ملامح الهوية الافتراضية وأبعاد التفاعل الرقمي، واقتضت طبيعة الدراسة إلى استخدام المنهج الوصفي الذي يهدف إلى استكشاف الظروف المحيطة بالظاهرة من خلال استمارة رقمية اشتملت على 60 مفردة والتي تم

تصميمها بواسطة خدمات موقع مستندات جوجل Google-docs حيث تم نشر الرابط في منتديين ومجموعتين بريديتين وعلى موقع الفيسبوك ومن أهم النتائج التي وصلت إليها الدراسة :

يفضل الأفراد المبحوثين الانضمام إلى أكثر من مجتمع افتراضي كما أنهم يفضلون المجتمعات الافتراضية ذات البعدين العربي والعالمي وذات الطبيعيين الثقافي والعام وهو ما يعكس سعي أفراد العينة للانفتاح على المجتمعات الإنسانية الأخرى خارج الإطار المحلي أو الوطني مع تمسكهم بالهوية العربية كما يسعون للانخراط في مجتمعات افتراضية ذات هوية محددة تنعكس على الشعارات المشتركة بين الأعضاء.

2- إن الانضمام إلى المجتمعات الافتراضية كان يدفع الحوار وتبادل الآراء لدرجة الأولى مما يؤكد سعي الأفراد إلى إثبات الذات ونشر الأفكار كما أنه تحكمه الرغبة ووجود الراحة والتقبل والانسجام مع قيم الفرد وأفكاره.

3- تمثل الهوية الافتراضية عند غالبية الأفراد انعكاسا لهوياتهم الحقيقية وهو ما يفسر تصريحهم ببياناتهم الحقيقية حول السن والجنس والمواصفات ووضع صورهم الحقيقية كما يحاول البعض ربطها بالهوية الحقيقية عن طريق الاسم المستعار الذي يكون له دلالات شخصية غالبا وكذا صور رمزية واتخاذ شعارات تحمل التوجه الفكري أو توجه آخر .

4- هناك عوامل تزيد من فعالية الأفراد داخل المجتمعات الافتراضية وتزيد من تمسكهم بها كما تعمل على اثبات هوية الأفراد وإظهار قدراتهم منها تقلدهم منصب في هذه المجتمعات وحصولهم على تقدير أو وسام اعتراف بمجهوداتهم.

الدراسة الرابعة:

بعنوان "الشباب الجزائري والهوية الافتراضية" -دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، كلية العلوم الاجتماعية، قسم العلوم الاعلام الانسانية، شعبة علوم والاتصال، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال تخصص: تكنولوجيا وسائل الإعلام والمجتمع، من اعداد الطالبة كسيرة اسمهان واشراف الدكتور بالحضري بلوفه لعام 2018/2017، طرحت الطالبة اشكاليته التي تمثلت في:

ما خلفيات تبني الشباب الجزائري لهوية رمزية افتراضية ضمن فضاء الفايسبوك؟

وتفرعت هذه الإشكالية ضمن الهوية الافتراضية إلى عدة تساؤلات:

- عن ماهية سمات و خصائص اشباعات الهوية الافتراضية ضمن فضاء الفايسبوك؟

- ما العوامل و الخلفيات الكامنة وراء تبني الشباب الجزائري لهوية افتراضية؟

- كيف ينظر مستخدمو الفايسبوك؟ إلى ذواتهم في خضم مجتمع افتراضي يسمح بالتخفي خلف ستار هوية رقمية؟

- يمكن لنا أن نعتبر تخفي المستخدم خلف هوية افتراضية مجالا لكشف حقيقة هويته؟

وتهدف الدراسة إلى:

- محاولة البحث عن أهمية التفاعل الافتراضي و الكشف عن أبعاد الهوية الافتراضية.

- التعرف على أهم المعايير و الخلفيات التي تدفع بالشباب الجزائري إلى بناء هويته الافتراضية عبر موقع التواصل الاجتماعي.

- التوصل إلى معرفة سمات الهوية الافتراضية و الحدود الفاصلة بينها و بين الهوية الحقيقية.

- تحديد طبيعة العلاقات الاجتماعية التي تتشكل في خضم المجتمعات الافتراضية و أثرها على العلاقات الحقيقية داخل المجتمع.

- الكشف عن الانعكاسات المترتبة جراء استخدام الفايسبوك في كشف هوية رمزية.

وتندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف وصف خصائص وظروف مشكلة الدراسة وصفا دقيقا وشاملا معتمدا على جمع الحقائق وتحليلها لاستخلاص النتائج وتتمحور حول وصف أنماط السلوك التواصلية وطبيعة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومعرفة انعكاسات وخلفيات الاستخدام على الهوية الافتراضية لدى الشباب الجزائري.

أما منهج الدراسة فقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي الذي يهدف إلى وصف ظاهرة استخدام الهوية الافتراضية في فايسبوك لدى الشباب الجزائري بطريقة كمية واستخلاص مجموعة من نتائج بناء على المعلومات المحصل عليها من أفراد العينة، أما الأداة التي استخدمها الباحثة هي الملاحظة المباشرة والاستبيان من خلال طرح الاستمارة كأداة لجمع البيانات وتم توزيع 200 استبيان على مستخدمي الفايسبوك.

وبما أن دراسة الباحثة تقتصر على مستخدمي الفايسبوك فقد اختارت العينة القصدية وتم تركيز على فئة الشباب و من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: الذكور هم الأكثر اظهارا لهويتهم الاسمية أكثر مما هو عليه الحال عند جنس الإناث أي نسبة 62,71% مقارنة بنسبة 26,37% عند الإناث ومن جهة أخرى نجد أن نسبة الإناث تفوقت بنسبة 42,85% مقارنة بنسبة الذكور 13,55% في استخدام الاسم المستعار أو الاسم مركب من اسم حقيقي وآخر مستعار يفضل بعض المستخدمين بين تصريح بجنسه الحقيقي على حساباتهم الشخصية في مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك وهم يمثلون في ذلك بنسبه 97.33% بينما يفضل بعض الآخر بنسبة 2,66% على إخفاء ذلك. أما الذين صرحوا بالوظيفة الحقيقية لمستخدمي موقع الفايسبوك بنسبة 86,66% أما ربع الباحثين تقريبا فإنهم يسجلون وظيفة مستعارة بنسبة 13,33%

(7) منهج الدراسة:

إن اختيار المنهج المراد اتبعه من طرف الباحث لإنجاز بحثه يعتبر من أهم العناصر للقيام ببحث ناجح، وفي هذا الصدد يعرف موريس انجرس المنهج على أنه: "عبارة عن مجموعة من العمليات المنظمة قصد الوصول إلى أهداف معينة . كما يمكننا القول بأن منهج البحث هو "طريقة موضوعية يتبعها الباحث لدراسة ظاهرة من الظواهر بقصد تشخيصها وتحديد أبعادها ومعرفة أسبابها وعلاجها والوصول إلى نتائج عامة يمكن تطبيقها."

وما دامت مناهج البحث متعددة ومتنوعة فإنه يتحتم على الباحث اختيار المنهج المناسب الذي يخدم بحثه بطريقة علمية ومنهجية سليمة وكما نعلم بأن هناك العديد من الدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية وكل دراسة تتطلب مناهج معينة من أجل الوصول إلى الأهداف المسطرة في بداية البحث.

فالباحث ملزم باختيار نوع المنهج الذي يصب فيه تحليل معطياته وعلى هذا الأساس اعتمدنا في موضوعنا على المنهج الوصفي، حيث يعتمد فيه الباحث على الوصف بجمع البيانات الدقيقة وذلك للخروج بتعميمات وكذا جمع الحقائق وتفسيرها واستنباط كل النتائج أي تصوير الواقع الاجتماعي وتحليله بحيث يعرفه الباحث بأنه وصف ظاهرة معينة مماثلة في الوضع الراهن فيقوم بتحليل خصائص تلك الظاهرة والعوامل المؤثرة فيها، بحيث يركز المنهج الوصفي على وصف الظاهرة أو طبيعة مجتمع معين أو سلوك أفراده ويدرس العلاقة الموجودة بين المتغيرات.

ويمكن تعريفه أيضا على أنه أسلوب من أساليب التحليل المتمركز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة، ويهتم المنهج الوصفي بدقة بذكر الخصائص والميزات لشيء الموصوف معبرا عنه بصورة كمية وكيفية ويعرف هذا المنهج على أنه طريقه من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي للوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية معينة.¹

بناء على ما تقدم لنا تبين لنا بأن المنهج الوصفي هو الذي يخدم موضوعنا بصورة مباشرة لأنه يهدف إلى وصف وتحليل أبعاد الهوية الافتراضية على الشباب الجزائري وعليه فإننا من خلال استخدام المنهج الوصفي نعمل على وصف ظاهرة استخدام الشباب الجزائري للعديد من الهويات الافتراضية في شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يسمح هذا المنهج بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد مثل السمات العامة والاجتماعية الديمغرافية وكذلك أنماط السلوك التواصلية وطبيعة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية.

8) أدوات الدراسة:

للبحث العلمي أدواته التي تساعد الباحث في بحثه وترتبط هذه الأدوات بموضوع البحث والمنهج المستخدم في الدراسة ويتوقف نجاح الباحث إلى حد كبير على استخدام أدوات البحث فعليه الإحاطة

¹ - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثانية، 2005، الصفحة 282.

جيدا بالأدوات والطرق التي يستخدمها للوصول إلى نتائج مرضية باقل وقت وجهد وتكاليف " وهناك الكثير من الوسائل التي تستخدم للحصول على البيانات ويمكن استخدام عدد من هذه الوسائل معا في البحث لتجنب عيوب إحداها ولدراسة الظاهرة من كافة الجوانب وعموما يتعين أن تقيم الأدوات المختلفة لجمع البيانات في ضوء كفاءة كل منها في القيام بالوظيفة التي اختيرت لها ويمكن حصرها في ما يلي الاستمارة (الاستبيان) المقابلة، الملاحظة، تحليل المحتوى التحليل الإحصائي، التجريب. "

وعليه من أجل أن تكون المقاربة المنهجية الوصفية على مستوى معين وكبير من الدقة والبعد العلمي الموضوعي قمنا بتوظيف واستخدام أداة الاستمارة إضافة إلى الملاحظة كأداة مساعدة للاستبيان الذي يتمظهر من خلال تفرغ البيانات والمعطيات الميدانية وذلك وفقا وتماشيا مع تنظيم المتغيرات والمؤشرات وتحويلها إلى بيانات رقمية في شكل جداول احصائية بسيطة بهدف قراءتها قراءة تحليلية نقدية وذلك بتحويل الأرقام إلى جملة من الدلالات الاحصائية تسمح لنا بتوخي التفسير والفهم الصحيحين.

-الاستبيان:

يعتبر الاستبيان تقنية أساسية في جمع المعلومات التي يطلبها البحث الميداني وبناء على طبيعة الموضوع فإنه يفرض علينا نوع الأدوات المناسبة لذلك، لهذا سوف يكون اعتمادنا على اعداد الاستمارة التي تعرف بأنها أداة من أدوات البحث العلمي معدة لجمع البيانات بهدف الحصول على اجابات أسئلة والاستفسارات المكتوبة في نموذج أعد لهذا الغرض و يقوم المبحوثين بتسجيل اجاباتهم بأنفسهم أو هي أداة تتكون من مجموعة من الأسئلة توجه أو ترسل أو تسلم إلى الأشخاص الذين يتم اختيارهم لموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل الإجابات على الأسئلة الواردة بعد ذلك للباحث ولقد تمت الاستعانة بتقنية الاستمارة التي يتسنى لنا من خلالها الكشف عن خلفيات تبني طلبة جامعة بسكرة -القطب الجامعي شتمة- للهوية افتراضية ضمن شبكات التواصل الاجتماعي و عن ملامح دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية.

ومن حيث التصميم اشتملت هذه الأداة على أربعة محاور تتماشى وفقا للأسئلة المطروحة وذلك لإيجاد إجابات موضوعية ودقيقة والتي تضمنت بدورها أسئلة مفتوحة ومغلقة حرصنا على ترتيبها وتوضيحها

وإعطائها الصيغة المباشرة دون وضع الفرد المستجوب في حالة من الغموض وتم تحكيمها من قبل الأساتذة ومحكمين مختصين في مجال علوم الاعلام والاتصال قبل عملية التوزيع النهائية وتضمنت الاستمارة على 28 سؤالاً قسم كالآتي:

- صفات العينة: (السمات العامة).

- المحور الأول: مدى استخدام طلبة جامعة بسكرة لشبكة الفيسبوك.

- المحور الثاني: دوافع استخدام طلبة جامعة بسكرة لشبكة الفيسبوك.

- المحور الثالث: الاشباعات المحققة من استخدام طلبة جامعة بسكرة لشبكة الفيسبوك.

- المحور الرابع: معالم الهوية الافتراضية التي تقدمها شبكة الفيس بوك.

وقبل الإعداد النهائي للاستمارة وتوزيعها على أفراد العينة، قمنا بعرضها على ثلاثة أساتذة في التخصص قاموا بتحكيمها، ومن خلال ملاحظات المحكمين قمنا بإجراء التعديلات اللازمة على الاستمارة وإخراجها في شكلها النهائي.

-الملاحظة المباشرة:

تعرف الملاحظة على أنها عملية مراقبة أو مشاهدة الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية، متابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقتها بأسلوب علمي منظم ومخطط بقصد تفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهرة وتوجيهها لخدمة أغراض الانسان وتلبية احتياجاته حيث تعرف الملاحظة بأنها أهم طرق العلمية للكشف عن كينونة الظواهر بصفة دقيقة من أجل الوصول إلى الخصائص والعوامل المتحكمة في الظاهرة كما تتطلب الوقوف على الأشياء والتمعن فيها بواسطة استخدام مختلف الحواس.

وعليه تعتبر الملاحظة أداة هامة لجمع البيانات واستسقاء المعلومات المناسبة حيث تسمح بمعرفة سمات وملامح الهوية الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكذا تعرف على مواقف طلبة جامعة بسكرة - القطب الجامعي شتمة- مباشرة أثناء تعامله مع الاستمارة، ولتدعيم نتائج بحثنا قمنا بتوظيف الملاحظة كأداة ثانية وهذا من أجل مشاهدة الواقع على ما هو عليه أو في الطبيعة بهدف إنشاء الواقع العملي.

9) نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف خصائص وظروف مشكلة الدراسة وصفا دقيقا وشاملا معتمدا في هذا على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص النتائج، ودلالات نصل منها إلى تعليمات بشأن الظاهرة المدروسة وبصفة عامة فالبحث الوصفي يهدف إلى وصف ظواهر أو وقائع أو أشياء معينة من خلال جمع الحقائق والملاحظات الخاصة بها، بحيث يرسم ذلك كله صورة واقعية لها، هذا وقد لا تكفي ذلك البحوث بمجرد وصف الواقع وتشخيصه، وتهتم بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه الأشياء أو الظواهر موضوع البحث¹.

وعليه فإننا من استخدام البحوث الوصفية والمسحية نستطيع جمع البيانات والحقائق لمعرفة واستخلاص دور الفايسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة-قطب الجامعي شتمة-ويمكننا أيضا من إصدار تعميم كلي للظاهرة فيما بعد وبيان خصائصها والدوافع والأسباب التي تتحكم في ذلك بالإضافة إلى الغاية المحققة من وراء استخدامهم للهوية الافتراضية بدلا عن الهوية الحقيقية في التواصل عبر الشبكات الاجتماعية.

10) مجتمع الدراسة والعينة:

يعرف مجتمع البحث على أنه جميع المفردات والوحدات التي تتوفر فيها الخصائص المطلوبة لدراستها، وعادة ما يعرف مجتمع البحث باسم إطار مجتمع البحث الذي يشمل عليه جميع أسماء وعناوين مفردات البحث².

هو أيضا مجموعة من المفردات التي تشترك في صفات وخصائص محددة ومجتمع الدراسة هو الذي يشمل جميع مفردات الدراسة أي هو الكل الذي نرغب في دراسته، فالمقصود بمجتمع

¹-صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، دار العلوم للنشر والتوزيع، طبعة الأولى، عنابة، 2003، صفحة 150.

²موريس أنجوس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط1، الجزائر، 2004، ص298.

البحث هو كل العناصر التي تنتمي إلى مجال البحث، فقد عرفه بعض الباحثين بأنه يتمثل في جميع أفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث.¹

بناء ما تقدم من الطرح ارتأينا باختيار مجتمع استنادا لمجموعة من المؤشرات ذلك ما نتج عنه مجموعة طلبة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لولاية بسكرة أي المفردات التي لها نفس الخصائص المراد دراستها والمتمثلة في أنهم ينتمون لفئة الشباب التي تعتبر هاته الأخيرة الفئة المعرضة بشكل كبير لهاته الشبكات لما تحتوي وتبث من مضامين تتناسب مع خصائص الطلبة.

عينة الدراسة:

يعد اختيار الباحث للعينة من الخطوات والمراحل المهمة للبحث العلمي، فيمكن تعريفها بأنها عبارة عن نموذج تشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث ومثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات.²

فهي أيضا عبارة عن الطريقة أو الأسلوب الذي يتم بموجبه اختيار جزءا ممثلا للكل، تكون نموذج أو عينة ملائمة بهدف تحديد خصائص أو مواصفات معينة في مجتمع الدراسة والخروج باستنتاجات عن المجتمعات.³

وبحسب طبيعة دراستنا تم اختيار العينة القصدية لعينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الفاييسوك تحديدا لطلبة جامعة محمد خيضر بسكرة-القطب الجامعي شتمة-حيث بلغ عدد أفراد عينة هذا البحث 70 مفردة.

¹كاظم المقدادي، حماية البيئة البحرية، مركز الكتاب الأكاديمي، الأردن، 2016، ص198.

²محمد حاسم العبيدي، طرق البحث العلمي، ديورنو للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2016، ص144.

³عامر ابراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي، دار البازوري العلمية، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، ص168

أو عن طريق القرعة فهي بهذه الحالة لا تعطي الفرص المتكافئة لكل وحدة اجتماعية لأن تكون فالعينة القصدية هي اختيار كفي من قبل الباحث للمبحوثين استنادا إلى أهداف بحثه ولا يتم اختيار المبحوثين من خلال الجدول العشوائي ضمنها.¹

فهي التي يتم اختيارها لغرض معين أو قصد معين، كونها تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها الباحث، وينتقي الباحث الأفراد الذين هم من بين مفردات العينة على أساس عمدي طبقا لما يراه من سمات تتوافر في هذه المفردات بما يخدم أهداف الدراسة²

¹ أمال صلاح عبد الرحيم، دليل الباحث في البحث الاجتماعي، الناشر للنشر، الطبعة الأولى، الرياض، 2011، ص80.

² محمد عبد الإله الطيطي، مناهج البحث العلمي من التبيين إلى التمكين، دار اليازوري، عمان، 2020، ص59

الفصل الأول:

مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل

الاجتماعي والفيسبوك.

الفصل الأول: مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الاجتماعي والفايسبوك.

تمهيد:

لقد شهدت شبكات التواصل الاجتماعي في السنوات القليلة الماضية العديد من التطورات منذ بداية ظهورها إلى يومنا هذا انتشارا واسعا للعديد من المواقع كاليوتيوب و التويتير و ماي سبيس وغيرها من المواقع ومن أبرزها موقع الفاييسبوك، مما أدى هذا إلى تزايد عدد مستخدميها بشكل بارز وهذا بفضل الخصائص التي تتميز بها هاته الشبكات كالتفاعلية، فلم يعد التواصل مقتصرًا على الحضور الشخصي من خلال تبادل الزيارات أو حتى مجرد اجراء مكالمة هاتفية وإنما قربت المسافات بين الشعوب ألغت كل الحدود فهي عبارة عن فضاءات متاحة للجميع، وبمأن الفاييسبوك من أبرز مواقع هاته الشبكات له العديد من الميزات التي من خلاله أصبح أكبر شبكة تضم عدد هائل من المستخدمين من مختلف الفئات.

وفي سعينا لمعرفة أكثر حول شبكات التواصل الاجتماعي والفايسبوك، قمنا بإدراج فصل بعنوان "مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل والفايسبوك" الذي انطوى تحته مبحثين، حيث احتوى المبحث الأول على سبعة مطالب، أما المبحث الثاني احتوى على خمسة مطالب.

المبحث الأول: مدخل إلى شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الانترنت والتي ظهرت ما يعرف بالجيل الثاني للويب، حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لاهتماماتهم او انتماءاتهم جامعة، بلد، صحافة، أو شركة...، بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف على أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض وتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين وشبكات الاعلاميين.

كما عرفت موسوعة ويب اوبيديا الشبكات الاجتماعية بأنها: " عبارات تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية يتيح لمستخدمه وضع صفحة شخصية عامة معروضة التعريف، ويتيح إمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين الذين يقومون بالدخول على تلك الصفحة الشخصية، مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن تستخدم لوصف المواقع ذات الطابع الاجتماعي، مجموعات النقاش الحي وغرف الدردشة وغيرها من المواقع الاجتماعية الحية."

لقد أحدث هذا الاختراع انعكاسات كبيرة على قواعد حرية النشر والتعبير، وتدعيم الفكر الديمقراطي وحقوق الانسان وغيرها من مفاهيم سياسية واجتماعية وتجارية انتشرت وتكونت حولها الجماعات المستفيدة من سهولة استخدامها والمشاركة فيها دون خبرات تقنية أو تكاليف مادية ويرى البعض أنها سوف تؤدي إلى بزوغ فكر كوكبي يعمل على تغيير العالم.¹

¹ علي حجازي ابراهيم، الاعلام البديل، المعزز للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، الاردن، 2017، ص106.

يعرف زاهي راضي مواقع تواصل الاجتماعي: " بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات."

وكما تضع كلية شريديان التكنولوجية تعريفا اجرائيا لشبكات التواصل الاجتماعي بأنها:

" استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الانتاج والعرض أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي أنواع الاعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا الذي يميزه وهي أهم سماته."¹

يعرف ايهاب خليفه في كتابه بأنها: " مواقع تتشكل من خلال الإنترنت، تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، واثاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع الاخر."

كما عرفها الشهري: "إنها عبارة عن منظومة من الشبكات والمواقع الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول والهوايات أو جماعة مع أصدقائه ومن ثم تتيح الفرص لإنشاء رسائل إلكترونية ونشرها بين أعضاء الموقع والمواقع المشاركة على الشبكات بحرية تامة."²

وكما يعرفها (Koch et Richter) بأنها التطبيقات والمنابر ووسائل الإعلام عبر شبكة الإنترنت التي تهدف إلى تسهيل التفاعل والتعاون وتبادل المعلومات.

وعرفها الدكتور سعد البطوطي في كتابه التسويق السياحي بأنها موقع ويب انشئت بغرض جمع المستخدمين والاصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات عن تكوين صداقات واهتمامات وانشطة جديدة،

¹ صلاح عبد الحميد، يحيى عاطف، الاعلام والفضاء الالكتروني، مؤسسة طيبة للنشر وتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2015، ص 119، 120.

² عائشة علي، نوري الود، الاشباع المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طالب الجامعي، مجلة الوقاية والارغوميا، العدد 6، 2016، ص 174.

كما تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين كمشاركة الملفات، المحادثة الفورية والبريد الإلكتروني ومقاطع الفيديو والصور والتدوين.

فيما عرفها الدكتور حسنين شفيق بوضوح أكبر وتضمنين خصائصها بالقول أنها مواقع على الإنترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات، والصور وتبادل مقاطع الفيديو وانشاء المدونات وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية وسبب وصفه للشبكات بالاجتماعية أنها تتيح التواصل مع الاصدقاء وزملاء الدراسة وتقوي الروابط بين اعضاء هذه الشبكات في فضاء الانترنت.

أما مركز الدراسات الاستراتيجية في جامعة الملك عبد العزيز فعرّفها بأنها وسيلة إلكترونية حديثة للتواصل الاجتماعي إذ أنها تكون بنية اجتماعية افتراضية تجمع بين الأشخاص أو في المنظمات تتمثل في نقاط إلتقاء متصلة بنوع محدد من الروابط الاجتماعية، إذ يجمع المشاركين صداقة أو قرابة أو مصالح مشتركة، أو توافق في الهوية أو الفكر أو رغبة في التبادل المادي أو المعرفي.¹

بالإضافة إلى أن الشبكات الاجتماعية هي تعد من الشبكات الفعالة في تسهيل الحياة العملية، بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من التواصل ببعضهم البعض وبعد طول السنوات، وتمكنهم أيضا من التواصل الصوتي والمرئي وتبادل الصور وغيرها.²

هي مجموعة المواقع الإلكترونية التي توفر فيها تطبيقات الإنترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات التبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الأنترنت.³

¹ بريكة حميدة، احمد بلول، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصالية اعلامية على الشباب الجامعي، مجلة افاق للعلوم، جامعة الجلفة، العدد 3، ص 30.

² حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2015، ص 83.

³ خالد الغسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2013، ص 24.

المطلب الثاني: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

مفهوم الشبكات الاجتماعية: يعود ظهورها إلى عالم الاجتماع جون بارنز في عام 1954م أطلق هذا المصطلح على نوادي المراسلة العالمية بشكلها التقليدي التي كانت تستعمل في ربط العلاقات بين الأفراد من دول العالم المختلفة باستعمال الرسائل الاعتيادية المكتوبة، أما تاريخ التواصل الانساني عبر الانترنت فيرجع ظهوره إلى عام 1989م ميلادي عندما تم اختراع شبكة للويب وظهور أول متصفح على شبكة الانترنت والذي أطلق عليه اسم وورد ويد ويب فاتحاً بذلك الأبواب للتواصل الانساني عبر شبكة الانترنت.

أما عن نشأة شبكات التواصل الاجتماعي وتطورها، فقد مرت بعدة مراحل نسردها فيها يأتي:

المرحلة الأولى: بدأت ثلث من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات، مثل (كلاس ميتس) عام 1995م، للربط بين زملاء الدراسة وموقع (دجريزس) عام 1997م، حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء.

المرحلة الثانية: تشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات مواقع والمشاركة، والوسائط المتعددة، وغيرها) اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل، والاندماج، والتعاون، ولقد ارتدت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت، وتعد مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن أن تؤرخ هذه المرحلة بانطلاقة موقع (الفايسبوك). ومع بداية عام 2005م ظهر موقع ماي سبايس الأمريكي الشهير الذي تعرف على (غوغل) في عدد مشاهدات صفحاته، ويعد من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم، ومع منافسه الشهير فايسبوك الذي كان قد بدأ في الانتشار الموازي معه.

ثم ظهر تويتر Twitter، فشكل قفزة هائلة في البنية الاتصالية، وأنماط التأثير الاجتماعي في المجتمعات الإنسانية، وأصبح من أهم وسائل تحقيق التواصل الإنساني، والاستكشاف المعرفي، والنقاش، ممهدة لنشأة واقع جديد تتغير فيه صورة التواصل والتفاعل والتأثير.¹

المطلب الثالث: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تتخذ شبكات التواصل الاجتماعي أشكالاً مختلفة، وتتمتع بمزايا وخصائص متنوعة يمكن حصرها في العناصر التالية:

1/ التفاعلية Interactivité:

تقوم عملية الاتصال في شبكات التواصل الاجتماعي على الاتصال متعدد الأطراف، والذي يتم من خلاله تبادل الأدوار، بحيث يصبح لكل طرف القدرة على التعبير بحرية، والتأثير على عملية الاتصال في الوقت والمكان الذي يناسبه.

2/ التكامل Intégration:

تمثل هذه الشبكات ساحة اتصالية، تجمع بين نظم الاتصال وأشكالها، والوسائل الرقمية المختلفة المحتوى، بأشكاله ووظائفه في منظومة واحدة، توفر للمتلقين الخيارات المتعددة في إطار متكامل بحيث تتيح للفرد إمكانية التعرض للمواد الإعلامية التي يختارها، أو إعادة إرسالها إلى الخزين.

3/ تجاوز الحدود الثقافية:

وبالتالي تميزت المجالات الاتصالية بالعالمية وسقوط الحواجز الثقافية بين أطرافها.

4/ تجاوز حدود المكان والزمان:

مما وفر عنصر المرونة والتفاعل، بل عن تطور تقنيات الاتصال إلى أجهزة المحمول سهلة النقل أو الحمل من مكان إلى آخر، مهما تباعدت المسافات بين أطراف عملية الاتصال.

¹ علي سيد اسماعيل، مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة الأخلاقيات المرفوضة، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2020، ص 37، 38.

5/ الإستغراق في عملية الاتصال:

داهمت شبكات الاتصال الاجتماعي حياة الأفراد بشكل إجباري وحتمي، بحيث أصبحت هي بحد ذاتها بمثابة محرك بحث تلجأ لها الأفراد للوصول عما يبحثون عنه.

6/ قوه التأثير:

فنظرا لما تنطوي عليه شبكات التواصل الاجتماعي من قوة في التأثير وسرعة في الوصول وكثافة في الانتشار، فلا غير أن نقول أنها أصبحت لغة العصر وقد اكتسحت هذه اللغة التقنية الجديدة جميع لغات العالم وطوتها وأثرت في سجلها وأثرت في استعمالها.

7/ سهولة الاستخدام:

وقد أحدثت هذه الميزة ثورة في عالم الاتصال، لاسيما مع ظهور الهاتف الجوال والذي سهل عملية استخدام تلك الشبكات.

8/ المشاركة sharing:

وتعني قدرة نقل المعلومات من وسيط لآخر من شبكة لأخرى فوسائل الاعلام الاجتماعية تأتي من الجمهور نفسه من خلال التشارك والسيطرة على المحتوى وإضافة التعليقات والروابط والصور والفيديو والردود على المشاركات من المستخدمين الآخرين وذلك بفضل تشجيع التفاعل بين المستخدمين بطريقة لم تستطيع أن توفرها أفضل مواقع الويب.

9/ الشمولية:

تسمح شبكة التواصل الاجتماعي من خلال نظامها الرقمي بنقل بيانات على شكل نصوص وكتابات كما في تويتر والفايسبوك إضافة إلى الصوت والصورة والرسوم المتاحة بقدر عالي من الدقة كما في اليوتيوب والانستغرام.

10/ إمكانية النشر من قبل المواطنين:

فلقد ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في ظهور الصحفي المواطن الذي يمكن أن يشارك بفعالية في تلك الشبكات دون الخضوع لتأثير حارس البوابة ليصبح للمواطن دور فعال في التأثير والتغيير والتعبير الحر عن الرأي دون أي ضابط يراعي فيه خصوصية الفرد والمجتمع.

11/ الاتصال السريع:

الشبكات لديها القدرة على نقل الأخبار والمعلومات بسرعة فائقة فأي حدث أو موقف يحدث في أي مكان يمكن نقله وتداوله عبر الشبكات الاجتماعية في نفس الوقت.

12/ الانتشار:

الشبكات الاجتماعية من أكبر المواقع ووسعها على شبكة الإنترنت انتشارا، واستمرارا، لتقدمها خاصية التواصل بين الأفراد والجماعات المستخدمين لها، من حيث تمكن من التواصل وتبادل الأفكار والآراء، والمعلومات، والملفات، والصور، والفيديو.

13/ الانفتاح:

ساعدت على الانفتاح والعالمية لسهولة تواصل الأفراد مع غيرهم وتخطيط جميع الحواجز والقيام بتبادل المعلومات والآراء والتواصل مع العالم وتبادل الأفكار والخبرات التي لم تكن تصلهم من قبل ظهور هذه التكنولوجيا.

15/ التسويق:

فقد أعادت شبكة التواصل الاجتماعي تشكيل المفهوم التسويقي في المجتمعات المعاصرة بما تحمله من خصائص كفعالية الانتشار، وسرعة الوصول، والتفاعل، وتعدد الوسائط، وقلة التكلفة كما أحدثت تكنولوجيا الإنترنت تغييرات جذرية في ممارسة الأعمال التجارية في المنطقة العربية والعالمية منذ أن أضفى عليها الطابع التجاري والمؤسسات في تسعينات القرن العشرين.¹

¹ علي سيد إسماعيل، المرجع سبق ذكره، ص45،46،47.

ولشبكات التواصل الاجتماعي خصائص عديدة نذكر منها كذلك:

1-متعددة ومتنوعة: حيث هناك العديد من شبكات التواصل الاجتماعي (مثل: الفيسبوك وتويتر والفيبر والواتس آب وجوجل بلس ولين والبريد الإلكتروني)، والشخص يمكنه اختيار المناسب له منها وفي الوقت والمكان الذي يناسبه هو.

2-اختيارية: فشبكات التواصل الاجتماعي هي نوع من التواصل الإلكتروني الاختياري دون أن يكون هناك أي إجبار أو إلزام على أحد من التواصل مع الآخرين. فهم بمحض إرادتهم يتواصلون أو لا يتواصلون مع الآخرين أو يتوقفون عن التواصل مع الآخر.

3-تعدد الاستعمالات: فيستخدمها الشخص العادي ليعرف الأخبار، ويستخدمها الباحث لمعرفة البحوث والدراسات السابقة في موضوع بحثه، ويستخدمها التلميذ أو الطالب للتعلم، ويستخدمها المؤلف للحصول على معلومات تفيده في تأليف كتبه، ويستخدمها الكاتب للتواصل مع القراءة ويستخدمها المسوق لتسويق السلع التي ينتجها مصنعها وشركته أو لتسويق الخدمات التي تقدمها شركته أو مؤسسته أو جمعيتها، ويستخدمها المعلن للإعلان عن سلعته أو خدماته، ويستخدمها السياسي للتواصل مع الجماهير وكسب تأييدهم له في الانتخابات ... وهكذا.

4-التوفير والاقتصادية: فشبكات التواصل الاجتماعي اقتصادية في الجهد والوقت والمال، فهي على سبيل المثال توفر لك الاتصال الهاتفي المحلي أو الدولي بالجان بالأشخاص الهامين في حياتك وتسهل لك إرسال الأخبار والمعلومات والصور لهم في ثواني، وتسهل على الباحث معرفة البحوث والدراسات السابقة العربية والأجنبية والمرتبطة بموضوع بحثه وهو جالس في منزله دون أن يذهب إلى المكتبات ودون أن يسافر إلى الجامعات الأخرى في المحافظات أو المناطق الأخرى.¹

¹ مدحت محمد أبو النصر، التدريب عن بعد-بوابتك لمستقبل أفضل، دار الكتب المصرية، القاهرة، ط1، 2017، ص153،154.

المطلب الرابع: أهم أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

أولاً: الفاييسبوك:

فايسبوك باللغة الإنجليزية Facebook، موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً تديره شركة " فايسبوك محددة "، المسؤولية كملكية خاصة لها.

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال " فايسبوك " على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004، ويتيح نشر الصفحات الخاصة profils، وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين، وانتشر فيما بعد ليشمل كل الأشخاص.¹

فيها يركز مؤسسه مارك زوكبورغ Mark Zuckerberg على أنه: " موقع ويب مجاني خاص محدود المسؤولية كملكية خاصة لشركة فايسبوك، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك للمستخدمين إضافة أصدقائهم إلى قائمة الأصدقاء وإرسال الرسائل إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.²

ثانياً: التويتتر:

ظهر تويتتر في بداية عام 2006 على يد ثلاثة من المبرمجين الطموحين كمشروع تجريبي للتواصل الداخلي بين موظفي شركة Odeo في مدينة سان فرانسيسكو الأمريكية، ومع ظهور الفائدة من خدمات هذا المشروع قامت الشركة في وقت لاحق من ذلك العام بإطلاق تويتتر بشكل رسمي للاستخدام كموقع للتواصل الاجتماعي باسم twitter.com أي المغرد، ورغم تعرض الموقع للعديد من الصعوبات التقنية حتى وقت قريب بسبب تزايد عدد المستخدمين له، إلا أنه لاقى نجاحاً واضحاً على شتى الأصعدة، وبعد

¹ وليد عبدلي، بشرى برش، أثر الإعلانات الإلكترونية عبر موقع الفاييسبوك في قيم الطلبة الجامعيين الجزائريين، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، جامعة الحاج لخضر، العدد الأول، ص163، 164.

² صابر بقور، داعش برؤية الجزيرة عبر الفاييسبوك لخطاب وأتماط الوعي الجماهيري، دار الخليج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2018، ص91.

انفصال تويتر عن الشركة الأم وتحوله في العام 2007 إلى شركة قائمة بذاتها باسم Twitter , Inc.. والاستمرار في تطويره والارتقاء بخدماته توسع انتشاره بوتيرة عالية في مختلف أنحاء العالم ليحظى بأكثر من 200 مليون مستخدم في عام 2011.¹

هو أولاً وقبل كل شيء نظام مراسلة عامة في الوقت الفعلي بالطبع لديك إمكانية من إعدادات التكوين الخاصة بحسابك، لتقييد الوصول إلى رسائلك على المستخدمين الذين تسمح لهم بذلك فقط، ولكنك ستفقد طبيعة الخدمة ذاتها، والتي تعد في جزء كبير منها جزء من اهتمامها والذي يفسر نجاحها الحالي.² كما يعرف التويتر أيضاً أنه من الوسائط الفورية بامتياز، فقد طور Twitter بشكل كبير للاستخدامات المهنية. إن بساطتها وانتشارها وإمكانية التفاعل بحرية مع جميع المستخدمين المسجلين تجعلها وسيلة متميزة للشركات .

من مميزاتة:

- أنه يعتبر من وسائط الوقت الفعلي.
- سرعة تدفق المعلومات.
- سهولة التفاعل.
- سهولة الوصول.
- بساطة الرسائل.
- عدم الشكليات.
- كفاءة التبادل.³

ثالثاً: اليوتيوب:

تأسس اليوتيوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة (باي بال PayPal) عام (2005) في ولاية كاليفورنيا) في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتمد اليوتيوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية (أدوب فلاش)، ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى.

¹ بشير الحلاق، تويتر 140 حرفاً تغير العالم، الطبعة الإلكترونية الثانية، 2012، صفحة 7.

² Olivier Abou ،twitter ،1ere édition française ،paris ،2009 ،page 6.

³ De Thierry Faucher, Frédéric Bouchez, Twitter : Quels enjeux pour mon organisation ?, Learning drip éditions ، France ،2012 ،page 9 ،12.

وقامت (غوغل) عام (2006) بشراء الموقع مقابل (1,65) مليار دولار أمريكي، ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2.0)، وأصبح اليوتيوب عام (2006) شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة (تايم) الأمريكية.

هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصا في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم، منها: الكوارث الطبيعية والتحركات والانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية.

يرى الباحث أن اليوتيوب هو: موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (غوغل)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه ويزوره الملايين يوميا، وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو، التي لم تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها، كما يستفيد مرتادو الفيسبوك من مقاطع الفيديو التي تتعلق بالانتفاضات الجماهيرية في البلدان العربية والشرق الأوسط وعرضها على صفحات الفيسبوك، ويعتبر اليوتيوب من شبكات التواصل الاجتماعية المهمة.

تحدث: Rebecca rewall في كتابها:

The company and Its Founders: عن ظاهرة اليوتيوب والعقول اللامعة وراء تلك الظاهرة، وكيف بدأ اليوتيوب من فكرة بسيطة إلى أن أصبح شركة كبرى ومن أهم شبكات التواصل الاجتماعي¹.

رابعا: ماي سبيس:

بالتأكيد هو أول موقع ويب للتواصل الاجتماعي، يمكنك أن تجادل بأن فكرة الشبكات الاجتماعية على الإنترنت تعود إلى عندما بدأ الناس في تجميع القوائم البريدية من حسابات البريد الإلكتروني الخاصة بهم حتى يتمكنوا من إرسال رسائل جماعية إلى الأصدقاء والعائلة.

¹ جهاد عوده، النظام الاجتماعي والاستراتيجي الأمريكي المأزوم، كنوز للنشر والتوزيع، الطبعة 1، 2014، ص 152، 153.

Nuts and Bolts of MySpace هو متجر شامل للعديد من الخدمات المقدمة على مواقع الويب الأخرى، عندما تبدأ في تصفح طبقات موقع Myspace، ستكتشف بسرعة أن هناك الكثير يحدث على www.myspace.com بعد الاشتراك في موقع Myspace ، يمكنك الوصول إلى العديد من الأدوات " مثل:

تعد خدمة MySpace أداة أساسية لبناء الويب تتيح لك إنشاء موقعك الخاص وتخصيصه حسب رغبتك، بدلاً من الاضطرار إلى البدء من البداية باستخدام HTML أو برنامج إنشاء الويب، ما عليك سوى ملء الفراغات في MySpace لإنشاء صفحتك.

ألبوم صور عبر الإنترنت: إلى جانب صورة ملفك الشخصي التي تظهر على صفحة ملف تعريف MySpace الخاصة بك، يمكنك تحميل صور أخرى يمكن عرضها بواسطة أعضاء MySpace الآخرين (أو، إذا اخترت ذلك، من قبل أصدقائك فقط). على غرار الكتاب السنوي العالمي، فإن ألبوم الصور هذا هو أول مكان يذهب إليه شخص ما ليرى كيف تبدو.

المدونة: يوفر MySpace أداة مضمنة لبدء يوميات الويب الخاصة بك، والمعروفة على الإنترنت باسم مدونة.

المدونات: وهي اختصار لسجلات الويب، عبارة عن مراسلات عبر الإنترنت حيث يقوم المستخدمون بتسجيل الأفكار أو الإبلاغ عن الأحداث، يسمح لك موقع MySpace بجعل مدونتك معروضة بشكل عام أو قابلة للعرض فقط لجمهور محدد، يمكنك حتى وضع علامة على الإدخالات الفردية باعتبارها خاصة إذا كنت ترغب في ذلك. نحن نغطي التدوين بالتفصيل في الفصل.

استضافة الفيديو: أضاف MySpace أداة لاستضافة ومشاركة مقاطع الفيديو القصيرة.¹

¹ Ryan hupfer, Mitch maxon, Ryan c, Williams, my space for dummies, 2ans edition, Canada, 2008, page14, 16.

المطلب الخامس: دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

توجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي وينشأ حساباً واحداً له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، ومن بين أهم العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد وخصوصاً الشباب للاشتراك في هذه المواقع ما يلي:

أ/ **المشاكل الأسرية:** تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد حيث توفر له الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية، ولكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلاً في غياب دور الوالدين أو أحدهما يسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري.

ب/ **الفراغ:** بعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة الفيسبوك مثلاً لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور والملفات الصوتية يجعل الفيسبوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة أحد الوسائل لملء الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند البعض منهم.

ج/ **البطالة:** تعتبر عن عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفسي ومنه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وإن كانت هذه الحلول افتراضية، فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصاً ناقماً على المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل والتعبير عن قدراته وإيديولوجياته كربط علاقات مع أشخاص افتراضيين من أجل الإحتيال والنصب.

د/ **الفضول:** تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالم افتراضياً مليئاً بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجريبها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب وإذا ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر.

ذ/التعارف والتكوين الصداقات: سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد.

ر/ التسويق أو البحث عن وظائف: في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها.

كما تتمتع بقبالية التصميم والتطوير، وتصنيف المشتركين حسب العمر والجنس والاهتمامات والهوايات وسهولة ربط الأعمال بالعملاء وأيضا ربط أصحاب العمل بالعملاء وانتشار المعلومة واستثمارها.

فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين ومع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي وتبادل الخبرات والكفاءات كما هو الحال في شبكة لينكدان.

فمن خلال عرض لأهم العوامل التي تدفع بالأفراد للإقبال الكبير للاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي نجد أن هناك من يستخدمها بدافع التعلم وتوسيع المعارف والمهارات الشخصية والحياتية، ومناقشة قضايا المجتمع، التعبير عن الآراء بحرية والتنفي عن الذات...، بالإضافة إلى مجموعة من الأسباب التي لم يسعنا ذكرها جميعا.¹

المطلب السادس: أهم المداخل والأطر النظرية في دراسات الشبكات الاجتماعية:

يدرك المتأمل لواقع الدراسات والمنهجيات التي تتم في إطار التفاعلات الشبكية على المستوى الافتراضي أنها استوجبت تطوير منهجيات علمية ومداخل نظرية تواكب التغير السريع الذي يحدث في إطار التفاعل الافتراضي. فكما أن تطور الشبكات سريع فإن تطور المنهجيات لا بد أن يتوافق مع هذا التطور ويمثل

¹ علي حجازي ابراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، المعتر للنشر والتوزيع، الطبعة 1، 2017، ص 85، 87.

ذلك التحدي الكبير أمام دراسات المجتمع الافتراضي بشكل عام من هذا المطلق نستعرض أهم المداخل النظرية والأدوات المنهجية الحديثة في دراسات الشبكات الاجتماعية.

أ-مدخل الهوية الافتراضية والتلاعب بالذات: إن الانترنت التي تفتح " فضاءات " لا تحكمها مرجعية التموّج بالمعنى الفيزيائي، تمكن الأفراد من تجاوز إكراهات الحضور الجسدي، والتحاوّر دون أن يكشفوا عن هوياتهم الحقيقية.

إن هذا التحرر النسبي لمستخدمي الانترنت في علاقتهم بالمكان والجسد والوضع الاجتماعي ستخلق نوعا جديدا من الممارسات متمثلة تحديدا في تمكين الأفراد من اصطناع هويات افتراضية وإدارتها بما يتناسب ورغبتهم في التعدد الهوياتي، فهي هوية تخيلية تسعى إلى القفز على " محرمات " الهوية الاجتماعية.

فالفرد في الهوية الافتراضية غالبا ما يتلاعب بهويته ويتقمص أدوار أخرى ليدفع الآخرين للتفاعل معه فربما يكون رجلا ويتعامل على أنه امرأة أو يكون طالبا ويتعامل بأنه أستاذ، وهذا ما يطلق عليه التلاعب بالذات.

ب-مدخل الاعتماد المتبادل: يمثل الاعتماد المتبادل مدخل أساسي مرتبط بتحليلات الشبكات الاجتماعية، مع ملاحظة أن هذا المدخل يختلف باختلاف أدبيات العلوم الإنسانية فإذا كان الاهتمام في أدبيات علم النفس النظرية تركز على المحور السلوكي في تفسير مرجعية الاعتماد المتبادل، أما أدبيات العلوم السياسية تركز على فكرة نقل المعلومات باعتبار أن لها دور في تحليل الشبكات الاجتماعية من ناحية، ولها مؤثراتها السياسية من ناحية أخرى. بينما تركز أدبيات علم الاجتماع على تفسير الاعتماد المتبادل في سباقاته الاجتماعية.

والفرضية الأساسية لهذا المدخل يمكن بلورتها في الجملة الآتية " بلعب الاعتماد المتبادل دورا أساسيا في تبادل المعلومات بما يؤثر على المعتقدات والقرارات الشخصية والجماعية والمنافع وحتى الاحتجاجات والإضرابات "، مع الأخذ في الاعتبار أن تشكل الاعتماد المتبادل يكون بحسب قوة الروابط بين الأفراد والجماعات، وتتفاوت قوة الروابط بالدوافع المختلفة لاستخدام الشبكات الاجتماعية فالدوافع الترفيهية تختلف عن الدوافع الاجتماعية التي تختلف بدورها عن الدوافع السياسية، مع ملاحظة دينامية العلاقات

عبر الشبكات الاجتماعية إذ أنها من الممكن أن تضعف لأنها مرتبطة باهتمامات الأفراد التي ربما تتهاون في قوتها بما يؤثر علي فاعلية الاعتماد المتبادل.

ج-مدخل رأس المال الاجتماعي للشبكات الاجتماعية: يعتبر بورديو وكولمان وبوتنام ولين من أشهر منظري مفهوم رأس المال الاجتماعي، وتأسس رأس المال الاجتماعي على شبكة العلاقات الاجتماعية التي يملكها الفرد والتي يحصل منها على رصيده في التفاعلات التي من الممكن أن تحقق مآرب ذات أبعاد متباينة له.

د-مدخل التفاعلية الرمزية **Symbolic Interactions**: وهو يهتم بالديناميات النفسية الاجتماعية لتفاعل الأفراد في الشبكات الاجتماعية، ويركز على المفاهيم **Définitions** والمعاني **Meanings**، والتي وجدت وتم المحافظة عليها من خلال التفاعل الرمزي بين الأفراد. فهويتنا أو إحساسنا بالذات يتشكل من خلال التفاعل الاجتماعي **Social interaction** ويتشكل أيضا مفهوم الذات **Self - Concept** من خلال كيفية تفاعل الآخرين معنا.

وهو يعد من بين الأطر النظرية المناسبة لدراسة الوجود الاجتماعي في المجتمع الافتراضي، فالأفراد يتفاعلون من خلال الشبكات الاجتماعية من خلال استخدام النص، والصوت والفيديو أو الشخصيات الرقمية. وهذه الوسائل تمثل معاني ورموز لهم. فالمستخدمين يتصرفون في المجتمع الافتراضي من خلال ما تعنيه الأشياء لهم، ويتشكل لديهم ذوات الكترونية من خلال التفاعل مع الآخرين.

هـ-نظرية ثراء وسائل الإعلام **Media Richness**: والتي تستخدم لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجية وفقا لدرجة ثرائها المعلوماتي. وهي ترى أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة وطبقا لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدي تكون أكثر ثراء. فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثا.¹

¹ محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي، وقوة التعبئة الافتراضية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2018، ص50، 53.

المطلب السابع: واقع شبكات التواصل الاجتماعي ومستقبلها:

شهد العقد الأخير من القرن المنصرم حركة تقنية متسارعة، وتطورا كبيرا في مجال وسائل الاتصال والمعلومات، وتعددت وسائل التواصل مع الآخرين مع التقدم التقني، وأصبح الإنسان قادرا على التواصل مع غيره دون أي حواجز، كما انتشرت شبكة الإنترنت في كافة أرجاء المعمورة، وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات؛ للتقارب، والتعارف، وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، واستقاد كل متصفح هذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، ثم ظهرت المواقع الإلكترونية، والمدونات الشخصية، وشبكات المحادثة، التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث، وخلقت نوعا من التواصل بين أصحابها، ومستخدميها من جهة، وبين المستخدمين أنفسهم من جهة أخرى.

إذن بزغت شبكات التواصل الاجتماعي إلى حيز الوجود منذ القرن العشرين، ثم تطورت استخداماتها في كافة المجالات.

وتشير الدلائل والإحصائيات إلى أن الاعتماد عالميا عليها يزداد يوما بعد يوم، لا سيما في ظل الاتجاهات المتزايدة نحو الاعتماد على شبكة الإنترنت في كافة المجالات.

وقد استخدم الشباب - في بداية الأمر - مواقع التواصل الاجتماعي للدردشة، ولتفريغ الشحن العاطفية، ولكن يبدو أن موجة من النضج سرت، وأصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر، من أجل المطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية. كاستخدام كبار الشخصيات هذه الوسائل الجديدة، واقتطعوا وقت معينة من الأنشطة الأخرى لصالحها، لإيمانهم بأنها البوابة الحقيقية والحادة؛ للتواصل بين المواطنين.

وبلغة الأرقام نجد أن أكثر من مليون شخص يستخدمون الشبكات الاجتماعية، من أصل مليوني شخص يستخدمون الإنترنت في العالم، وهذه الأرقام تعطينا مؤشر واضح على أكثر من أن نصف مستخدمي الإنترنت يتعاملون مع الشبكات الاجتماعية.

ومواقع التواصل الاجتماعية في ازدياد مستمر، وباتت تفرض نفسها بقوة على واقعنا؛ حيث إنها جزء لا يتجزأ من أسلوب حياة شريحة كبيرة من المجتمع.

المبحث الثاني: ماهية الفاييسبوك:

المطلب الأول: تعريف الفاييسبوك:

الفايسبوك كلمة أعجمية مكونة من جزأين فيس face وكتاب book تعني وجه الكتاب مثلما أراد بها مؤسس الموقع.

وهو شبكة تواصل اجتماعي مجانية منتشرة على الإنترنت، تسمح للمستخدمين المسجلين بإنشاء متصفحات أو صفحات شخصية، وتحميل الصور والفيديو، وإرسال الرسائل إلى العائلة والزملاء بهدف التواصل. وطبقا لبعض الإحصائيات، فإن مستخدمي الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية مثلا ينفقون وقتا على الفيسبوك أكثر من أي مواقع أخرى.¹

يعد موقع الفاييسبوك واحد من أشهر المواقع على الشبكة العالمية، ورائد التواصل الاجتماعي، وأصبح موقع الفاييسبوك اليوم منبرا افتراضيا للتعبير، واتخذته الشباب اليوم بديلا للأحزاب السياسية العاجزة والفاشلة.

وهو عبارة عن شبكة اجتماعية تديره شركة " فيسبوك " شركة مساهمة؛ فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.

ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيديّة في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة

¹ حسن أحمد قحمية، الفاييسبوك تحت المجهر، دار النخبة، مصر، الطبعة الأولى، 2017، ص23.

للتعرف إليه. وقد قام **مارك زوكربيرغ** بتأسيس الفيسبوك بالاشتراك مع كل من **داستين موسكوفيتز** و**كريس هيوز** الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسب وكانا رفيقي زوكربيرغ في سكن الجامعة عندما كان طالبا في جامعة هارفارد، كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليغ وجامعة ستانفورد ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة المدارس الثانوية، وأخيرا أي شخص يبلغ من العمر 13 عاما فأكثر، يضم الموقع حاليا أكثر من مليار مستخدم على مستوى العالم.¹

والفيسبوك هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات، والملفات، والصور الشخصية، ومقاطع الفيديو والتعليق عليها، وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، وكذلك إمكانية التقاء الأصدقاء القدامى والجدد وتبادل المعلومات وآخر الأنباء والتطورات معهم.²

المطلب الثاني: نشأة الفيسبوك:

ترجع بنايات إنشاء موقع (Facebook) إلى " **مارك زوكربيرج (Mark Zuckerberg)** " الطالب في الفرقة الثانية بجامعة Harvard عندما قام بإطلاقه في 4 فبراير 2004. ولكن بعد أسبوع واحد فقط من انطلاق الموقع تم إتهام " **Zuckerberg** " بسرقة الفكرة من قبل ثلاث أساتذة بنفس الجامعة، وفيما بعد تحول هذا الاتهام إلى دعوي قضائية متكاملة خاصة بعدما تم رفع قضية ضد " **Zuckerberg** " اتهموه فيها بالنصب والاحتيال وفيما يلي عرض لنشأة (Facebook) في خريف عام 2003 قام ثلاث أساتذة من جامعة (Harvard) وهم **DJ bij (1) Cameron** : **Winklevoss** , " **Tyler Winklevoss** " , " **Divya Narendra** " شبكة اجتماعية

¹ حنان عادل، منير عبادي، شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الإخبارية في المؤسسة السمعية البصرية في الجزائر، جامعة قسنطينة3، جامعة الجزائر3، ص3.

² حمد عبد الله القميري، تقنيات التعليم ومهارات الاتصال، الطبعة الثانية، دار الشقري، الطبعة الثانية، 2015، ص275.

خاصة بالجامعة تقوم بالربط بين الطلاب والأساتذة (وأطلقوا عليها اسم . Harvard)
(W Connections.com)

وقاموا بالاستعانة بطالب آخر وهو " Mark Zuckerberg " وقد كان " Zuckerberg " مشهور إلى حد ما بالجامعة وذلك لأنه قام قبل ذلك بتأسيس موقع يسمى (FaceMash) وفي الفترة من منتصف عام 2003 وحتى يناير 2004 توالى الأحداث بين Zuckerberg من جانب وبين كل " Wink levoss " و " Narendra " من جانب آخر، انتهت بأن قام Zuckerberg بتسجيل ملكيته لموقع الفيسبوك إلا أن هذا لم يؤثر على نجاح موقع Facebook ففي سبتمبر 2005 واستثمار نجاح الموقع، قامت إدارة الموقع بإتاحته لطلاب المدارس العليا. وفي نوفمبر 2006 قامت إدارة الموقع بالسماح للشركات والمنظمات بإنشاء حسابات خاصة بهم من أجل الأغراض التجارية.¹

وكان من الطبيعي أن يلفت النجاح السريع الذي حققه الموقع أنظار العاملين في صناعة المعلومات، فمن ناحية بات واضحاً أن سوق شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت بنمو بشكل هائل، ويسد احتياجاً هاماً لدى مستخدمي الانترنت خاصة من صغار السن، ومن ناحية أخرى نجح موقع (فيسبوك) في هذا المجال بشكل كبير، وكانت النتيجة أن تلقى **جوكربيرج** عرضاً لشراء موقعه مبلغ مليار دولار العام 2009، إلا أن **جوكربيرج** فاجأ كثيرين من حوله برفض العرض، وتوقع كثيرون أن يندم على هذا الرفض، خاصة وأنه جاء بعد عام واحد فقط من قيام شركة (**تبرز كوربوريشن**)، التي يمتلكها المليونير الأسترالي روبرت مير دن، بشراء موقع (ماني سي)، وهو من أشهر مواقع العلاقات الاجتماعية، بمبلغ 580 مليون دولار.²

إضافة لما ذكرناه سابقاً حول نشأة الفيسبوك نجد أيضاً الدكتور **مؤيد نصيف جاسم السعدي** صاحب كتاب **الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي** (دراسة في موقع الفيسبوك) يرى أن هذا الموقع نما

¹ نزمين علاء الدين، إدارة استراتيجيات تواصل المنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2019، ص18.

² ياسر الخضر البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية، عمان، 2013، ص391.

نموا سريعا، ففي شهر كانون الثاني من عام 2010م، أعلن مسؤول الموقع (مارك زوكربيرغ) أن الفيسبوك قد جمع 400 مليون مستخدم ولا بد هنا من الأخذ بالحسبان أن مارك زوكربيرغ كان قد أعلن في أيلول من عام 2009م وصول الموقع إلى 300 مليون مستخدم، وقبل ذلك بوقت ليس طويلا أي في تموز من عام 2009م، أعلن عبر مدونة الفيسبوك أن الشبكة قد تجاوزت حاجز 250 مليون مستخدم منذ إطلاق الموقع في شباط من عام 2004م. أي أن الشبكة الاجتماعية، وفي نحو الشهرين فقط قد جمعت خمسين مليون مستخدم جديد ولوضع هذا الرقم في إطار أكثر تحديدا بعد لا بد من الإشارة إلى أن مارك زوكربيرغ قد أعلن في نيسان من عام 2009م أن الموقع قد تجاوز المئتي مليون مستخدم، وقد استغرق هذا النمو من 200 إلى 250 مليون مستخدم نحو التسعين يوما، في حين لم يستغرق النمو من 250 إلى 300 مليون مستخدم أكثر من ستين يوما وهو معدل نمو يبلغ 833 ألف مستخدم في اليوم، ولوضع هذا الرقم في إطار أدق فإنه يعني دخول 35 ألف مستخدم كل ساعة، أو 578 كل دقيقة. وتضع بعض التقديرات معدل النمو للموقع عند 750 ألف مستخدم جديد في اليوم في كل مرة يتجاوز فيها الفيسبوك عتبة نمو معينة، نجده يحقق ذلك في وقت قياسي مقارنة بالإنجازات السابقة، فبين عامي 2008م و2009م، نما الفيسبوك بمقدار 157. % جاذبة 208 مليون مستخدم، وفي أيلول من عام 2009م، كان الفيسبوك يستقبل نحو 300 مليون مستخدم في الشهر مما جعله رابع أكبر موقع في العالم في حينها، ولم يكن يفوقه من المواقع الأخرى سوى غوغل ومايكروسوفت.¹

المطلب الثالث: خصائص الفاييسبوك:

يتضمن الفيسبوك عددا من الخصائص التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض ومن أهمها:

Wall - أو لوحة الحائط: وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

¹ مؤيد نصيف جاسم السعدي، الوظيفة الاتصالية لموقع التواصل الاجتماعي (دراسة في موقع الفيسبوك)، الناشر ألفا للوثائق، الجزائر، الطبعة الأولى، 2016، ص 165.

- Pokes: التي تتيح للمستخدمين ارسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشعار يخبر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

- Photos أو الصور: التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع، ويمكن ضبط إعدادات الخصوصية للألبومات الفردية، وبالتالي الحد من مجموعات المستخدمين الذي يمكنهم مشاهدة ألبوم معين فعلى سبيل المثال يمكن ضبط إعدادات الخصوصية لألبوم ما بحيث تتيح لأصدقاء المستخدم فقط مشاهدة الألبوم، بينما يمكن ضبط إعدادات الخصوصية في ألبوم آخر على نحو يتيح لجميع مستخدمي فيسبوك مشاهدة هذا الألبوم. من السمات الأخرى الخاصة بتطبيقات Photos القدرة على تسمية المستخدمين.

- Statu أو الحالة: التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي، جدير بالذكر أنه يمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم لأي شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقا لإعدادات الخصوصية. كما يتيح الفيسبوك إمكانية إرسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء إلى لوحة الحائط، الذي كان مقتصرًا من قبل على المحتويات النصية فقط.

- التغذية الإخبارية: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم، وقد أثارت هذه السمة حالة من الاستياء بين مستخدمي فيسبوك من بداية الأمر؛ حيث شكوا البعض من سوء التنظيم وكثرة البيانات غير المرغوب فيها، بينما عبر البعض الآخر عن مخاوفهم من أن يؤدي ذلك إلى سهولة تعقب الآخرين لأنشطتهم الشخصية (مثل التغييرات التي تطرأ على علاقاتهم والأحداث المختلفة والمحادثات التي يتبادلونها مع الآخرين) وردا على تلك الحالة من الاستياء، تم تعديل تلك الخاصية بحيث صار لدى المستخدمين القدرة على التحكم في نوع البيانات التي يمكن تبادلها مع الأصدقاء بصورة تلقائية. فضلا عن ذلك، فإنه يمكن للمستخدمين منع أصدقائهم من مشاهدة التحديثات

التي تطراً على أنواع محددة من الأنشطة التي يقومون بها مثل التغيير في الملف الشخصي أو الرسائل المكتوبة على لوحات الحائط الخاص بهم والأصدقاء الذين تمت إضافتهم مؤخراً.

- **Facebook Note** أو تعليقات الفاييسبوك: وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها.

- تطبيق إرسال رسائل فورية إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج **Comet** : وأطلق عليه اسم **Chat**، ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم، وهو يشبه في أداء وظيفته برامج إرسال الرسائل الفورية الموجودة على سطح المكتب.

- الهدايا: التي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية، تتكلف الهدايا 1.0 دولار لكل هدية، ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها.

- **Marketplace**: الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مجانية.

- تطبيق **Event** أو الأحداث: الذي يوفر للمستخدمين وسيلة لإبلاغ الأصدقاء عن الأحداث المرتقب وقوعها.

- تطبيق **Vidéo** : الذي يوفر إمكانية تبادل أفلام الفيديو المنزلية بين المستخدمين.¹

المطلب الرابع: استخدامات الفاييسبوك:

للفاييسبوك العديد من الاستخدامات من أهمها أنه:

-يساعد على التواصل الاجتماعي من خلال قضاء وقتك مع الآخرين.

-يساعد على اكتشاف الأشخاص والأفكار والمواهب والقدرات الشخصية.

¹ جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم، عمان، الطبعة الأولى، 2015، ص 39، 42.

- سرعة تبادل المعلومات والأخبار.
- يسمح باستخدام التطبيقات والاستقصاءات والمشاركة مع الآخرين.
- يمكن استخدامه في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني.
- يمكن للشبكات المهنية والشركات استخدامه للتواصل فيما بينها.
- يقدم حلول الأعمال والدعاية لفرد أو جهة أو منظمة أو شركة والخدمات المرتبطة بها.
- الحصول على تغذية راجعة وآراء الناس في الخدمات أو المنتجات أو الأفكار المعروضة.
- جلب الزوار والمعجبين لموقع الشخص أو الجهة بربطه مع صفحة الفيسبوك.
- الحصول على الحافز الاجتماعي وتشجيع الآخرين.
- إظهار الأحداث ذات الاهتمام المشترك والترويج لمناسبات مهمة ومؤثرة.
- تبادل التهاني والتوصيات والذكريات المشتركة بين الأشخاص.
- الاحتفاظ بالموضوعات المطروحة للنقاش والملاحظات.
- إتاحة الخصوصية مع اتخاذ الاحتياطات اللازمة من خلال إعدادات الموقع.
- تيسير استخدام الموقع من خلال قوائم وإجراءات بسيطة.¹

المطلب الخامس: إيجابيات وسلبيات الفيسبوك:

1- بعض إيجابياته:

- وسيلة لنشر الدعوة إلى الله، فيعرض الدعاة، والمسلمون دعوتهم بمختلف الطرق، والأساليب، ويسبب إقبال الناس عليه بكثرة، يمكن أن يكون ذلك نقطة تأثير مهمة في هذا المجال.

¹ محمد سيد ريان، الفيس بوك والثورة المصرية، دار الجمهورية للصحافة، مصر، 2013، ص 17، 18.

- نافذة سريعة للإعلام، ونشر الأخبار المختلفة فور حدوثها.

- البحث عن صديق، أو قريب افتقدته منذ زمن بعيد، ولم تعد بينكما صلة فيمكن إيجاداه من خلال البحث عن اسمه في الفيسبوك.

- طريقة للتعبير عن الرأي في الأحداث السائدة في العالم، أو في أي مجال من مجالات الحياة.

2- بعض سلبياته:

- ضياع الساعات، وهدر الأوقات، وفوات كثير من الأعمال.

- قلة التواصل الشخصي مع الأسرة، وضعف الروابط، والعلاقات بسبب قضاء وقت كبير في عالم الفيسبوك الشاسع.

- إرهاق الجهد عموماً، والعينين خصوصاً عند طول الاستخدام.

- وسيلة للفساد الأخلاقي، فمن خلاله يدخل بعض الناس على المواقع الإباحية التي يحتويها.¹

¹ عمر عبد العزيز هلال، وسائل التواصل الاجتماعي وأحكامها في الفقه الإسلامي (فيسبوك، واتس أب، تويتر، سكايب، فاير)، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، بيروت، 2019، ص66.

الفصل الثاني:

مفاهيم حول الهوية الافتراضية والمجتمع

الافتراضي

تمهيد:

ساهمت الإنترنت والتي تعد أحد منجزات الثورة الاتصالية في تشكيل فضاء جديد وهو الفضاء الافتراضي الذي يعد اطارا جديدا لعلاقات اجتماعية عبر القوميات والأماكن، فالمتعارف عليه أن الجماعة الاجتماعية مجموعة من الأفراد يجمع بينهم قيم مشاركة وشعور بالانتماء يعيشون في بيئة جغرافية مكانية واحدة تحكمهم قيم وأعراف يجتمعون عليها ويتفقون فيما بينهم على وسائل الردع وقواعد الضبط الاجتماعي التي تحكم ما يحدث بينهم من علاقات ولكن الانترنت ساهمت في تشكيل علاقات تتجاوز الإطار الفيزيقي المكاني وتفاعل الوجه بالوجه وشكل مستخدموه وخاصة الذين يجمع بينهم اهتمامات مشتركة جماعة يطلق عليها *virtuel community* ومن الأمور التي تولدت عن انضمام الفرد إلى المجتمعات الافتراضية المتاحة على شبكة التواصل الاجتماعي ومنها فيسبوك استخدامه لهوية لغرض التواصل مع الآخرين بغض النظر ما إذا كانت هذه الاخيرة تحمل ملامح الهوية الحقيقية وتتطابق معها أم أن بينهما حدود فاصلة فحين يدخل الفرد لحسابه على الفيسبوك يتجرد من الهوية الحقيقية ويتواصل بهوية افتراضية، ولا بد من الإشارة أن هذا الاستخدام يمكن أن تنجر عنه آثار على الفرد تختلف من مستخدم إلى آخر ولا بد أن نشير إلى مفهوم المجتمع الافتراضي و أنواعه و مراحل تشكيله و نذكر في البداية الهوية و الهوية الافتراضية و كل ما يدور حولها من أهم المعلومات .

المبحث الأول: مدخل إلى الهوية:

المطلب الأول: تعريف الهوية:

عرف "حليم بركات" الهوية بأنها وعي الانسان واحساسه بانتمائه إلى المجتمع أو أمة أو جماعة أو طبقة في إطار الانتماء الانساني العام إنها معرفتنا بما وأين ونحن ومن أين أتينا وإلى أين نمضي وما نريد لأنفسنا وللآخرين وموقعنا في خريطة العلاقات والتناقضات والصراعات القائمة وبالتالي فإدراك الانسان بهويته وماهيته الذي من خلاله يحدد وجوده الانساني داخل المجتمع.¹

بينما يقدم محمد عابد الجابري مساهمة معمقة في فهمه للهوية حيث يرى فيها كيان يتطور وليست معطى جاهزا ونهائيا هي تتطور. أما في اتجاه الإنكماش وفي اتجاه الانتشار هي تغني بتجارب أهلها ومعاناتهم وانتصاراتهم وتطلعاتهم وأيضا باحتكاكها سلبا وإيجابا مع الهويات الثقافية الأخرى التي تدخل معها في تغاير من نوع ما.

وتعرف الهوية أيضا بأنها خاصية مميزة يمتلكها فرد أو يشترك في امتلاكها جميع أفراد مجموعة ما أو شريحة اجتماعية ما وتتميز هوية الفرد بسماوات مختلفة لكل منها مكانتها وأهميتها وبعض الدراسات الاجتماعية تعتبر كل سمة نوعا خاصا من أنواع الهوية. نجد من خلال هذا التعريف يتم تركيز على سمات الهوية التي تختلف من شخص لآخر أحيانا ما يتأرجح الفرد بين ما هو واقع وما هو مرغوب فيه، فالهوية حقل متعدد الأبعاد ذو طبيعة جدلية يضم متناقضات واختلافات تتحرك داخل عملية صيرورة.

حيث يلاحظ عالم الاجتماع جون كلود كوفمان في كتابه ابتكار ذات أن الهوية صيرورة ذاتية للحدث ومرتبطة تاريخها بما لم يكن الإنسان المندمج في مجتمع تقليدي يطرح مشكلات الهوية كما نفعل نحن اليوم على الرغم من أنه عمليا كان يعيش فردانيته التي تمثل ميزة يختلف بها انسان عن آخر.

¹ ميمونة مناصريه، هوية المجتمع المحلي في مواجهة العولمة من منظور اساتذة جامعة بسكرة، اطروحة الدكتوراه في علم الاجتماع التنموية، 2011، 2012، ص08.

والهوية مفهوم له دلالاته اللغوية واستخداماته الفلسفية والاجتماعية والنفسية والثقافية فقد استخدم هذا المفهوم على أنحاء شتى للتدليل على الهوية الفردية وهوية الأنا والهوية الجماعية والهوية الثقافية وصولاً إلى الهوية الافتراضية.¹

المطلب الثاني: وظائف الهوية:

يمكن تحديد ثلاثة وظائف أساسية للهوية نوجزها فيما يلي:

أ/ الوظيفة المعنوية:

للهوية دور معنوي في عملية إنتاج للذات الفردية والجماعية وتأكيد الذات الفردية والجماعية وإعادة ترتيب علاقتها بمحيطها من أجل اثبات وجودها وتحقيق الاستقرار فتجعلهم منتمين إلى هوية معينة يحافظون على معرفة ذاتهم ويعرفون الآخرين بها لأن الوعي بالذات ليس انتاجاً فردياً ولكنه ينتج عن مجموعة من التفاعلات الاجتماعية التي يكون الفرد والجماعة منغمساً فيها وانعدام أو انقطاع الذات يؤدي إلى حدوث أزمة للهوية في حال عزل الذات عن هويتها قد يحدث بما نسميه بانعزال الهوية الذي هو قبل كل شيء تعبير على الاقصاء والانسلاخ عن الهوية الأصلية وتشكيل هوية جديدة.

ب/ الوظيفة الاندماجية والكيفية:

حقيقة أن المحيط الذي يعيش فيه الأفراد مليء بالتناقضات والتنوع وعدم التوافق والتماثل والانسجام بين مكوناته يكون مهدداً حقيقياً لوحدة وانسجام مقومات الهوية أو بين الأطراف والمكونات الثقافية المتميزة. إذا ينبغي أن يكون بناء مقوماتها في تناغم مع المحيط عن طريق التفاوض، فالهوية تسعى إلى ادماج وتكييف الأفراد والجماعات مع محيطهم ومع الأوضاع المختلفة التي يوجدون فيها. فالهوية تراعي الواقع الذي نستقي منه أكبر قسط من مكوناتها إذا تأسست في عملية تحقيقها وتوحيدها على المؤسسات والجماعات من أجل الاعتراف بها.

¹ نفس المرجع السابق، ص 96.

ج/الوظيفة القيمية :

يتنعم الفرد بإسناد نفسه مميزات ذات قيمة ايجابية بناء على أنه المثالي فهو يسعى إلى إنعاش العلاقة الايجابية مع الذات بعد حصوله على الاعتراف فحينها تصير مبررة ومشروعة على نحو أساسي. ولأن الهوية مسألة لها قيمتها لا يمكن أن تستخلص قيمها إلا من خلال المعايير العليا للمجتمع وللجماعة لذلك يعمل الأفراد والجماعات على التفاوض مع المحيط الذي يعيشون فيه لتشكيل هوية مرغوب فيها وذات قيمة لدى الآخرين. فالهوية تتغير وتتصارع من أجل الاعتراف بها في مجالها العام.¹

المبحث الثاني: مفهوم الهوية الافتراضية:

المطلب الأول: تعريفها:

هناك العديد من المفاهيم التي تناولت الهوية الافتراضية ومن بينها: يعرفها أحد الباحثين بأنها صورة المؤسسة أو شخص يتم انشاؤها أو تكوينها عن طريق محتويات مختلفة أو علامات والتي يمكن نقلها على الأنترنت .

وهناك تعريف آخر يرى بأن: الهوية الافتراضية هي مجموعة من البيانات والعلامات مرتبطة بشخص وهذه البيانات هي عبارة عن مجموعة من المعلومات تملأ على الاستمارة الإلكترونية للمواقع (اسم؛ لقب؛ كنية؛ نوع؛ الجنس؛ تاريخ الميلاد؛ عنوان الشخصي... الخ) ويقصد بالعلامات الرقمية مجموعة من المقالات أو التعليقات أو الفيديوهات أو الصور أو الآراء فمثلا كوضع علامة معجب على الفاسبوك.

ونجد في تعريف آخر للهوية الافتراضية: بأنها عبارة عن استخدامات تبنى من خلال مجموعة من العناصر:

-البيانات الشخصية المرتبطة بملامح الشخصية.

¹ أحمد زايد، سيكولوجية العلاقات بين الجماعات، قضايا في الهوية الاجتماعية وتصنيف الذات، عالم المعرفة، العدد 326، نشر المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2006، ص 36.

-المعلومات التي يتم نشرها على صفحة الويب.

-معلومات الآخرين التي تنشر حول المواضيع التي تنشر من طرف شخص.

-العلامات التي تبقى اثارها من خلال الاستخدام بوعي أو دون وعي.¹

وتعرف أيضا حسب موسوعة الويب **webopedia** بأنها: الشخصية التي يتم انشاؤها من طرف المستخدم الإنسان الذي يعمل بين شخص الطبيعي وشخص الظاهري للمستخدمين وحسب هذا التعريف فإن الهوية الافتراضية: هي السمات والمواصفات التي يقدمها الفرد الطبيعي للآخرين عبر الانترنت.²

المطلب الثاني: نشأة الهوية الافتراضية:

يطلق مفهوم الهوية الافتراضية على مستخدمي الشبكات الاجتماعية عندما يقوم المستخدمون بإنشاء حسابهم على هذه المواقع وبالتالي ينشئون ملامح لشخصيتهم (profile) وفي أدبيات أخرى تعني الهوية على الخط خلق الحضور الذاتي *création of self-présentation* فمن خلال الميزات الخاصة بهذا النوع من المواقع يمكن تعديل الطريقة أين يمكننا تلقي أو تقديم أو إعادة تقديم هويتنا. هذا يدل على أن الهوية الافتراضية تنشأ عندما ينخرط الفرد في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفاسبوك التويتر واليوتيوب مدونات منتديات... الخ حيث تسمح له هذه الهوية بالتواصل مع الآخرين عبر الفضاء السايبراني. وبالتالي تتطور وتنمو وتتغير الهوية الافتراضية على حسب استعمالات الفرد ومدى تفاعله وتواصله مع الآخرين.

يرى أحد الباحثين بأن الفضاء السايبراني أدى إلى إنتاج ذات سايبور (cyborg) والتي تعني كائن حي مهجن من الآلة والأعضاء الحية التي تعمل على إعادة إنتاج ذاتنا الحقيقية في قالب

¹ جمال بوسيف جدلية المجتمع الافتراضي في ظل تواجد المجتمع الواقعي بين تناغم وتنافر، جامعة الجزائر 2، العدد 6، السنة 2019، ص 336.
² يوسف مسعودة، الهوية الافتراضية، الخصائص والأبعاد-دراسة استكشافية على عينة من المشاركين في المجتمعات الافتراضية-، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص للملتقى الدول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، 2013، ص 396.

افتراضي جديد حيث يقوم كل فرد بالتمثل عبر الحاسوب بالأسلوب الذي يريده والبحث عن الأمور التي تنقصه أو يحتاجها لتكتمل صورته الذاتية إنها فرصة إنسانية لتحقيق الذات.¹

المطلب الثالث: خصائص الهوية الافتراضية:

إن من أبرز خصائص الهوية في العالم الافتراضي:

- أنها غامضة، وأشخاص العالم الافتراضي مشتتون ومن هنا يمكن لأي مستخدم أن تكون له أكثر من شخصية متعددة بتعدد لوحات المفاتيح التي يستعينها.
- إنها هوية تستفيد من خصائص الشبكة العنكبوتية كالفاعلية مع نظرياتها ومع مختلف الأحداث المحلية والدولية كما أنها تأخذ التمكين خاصة لها بحيث تتجاوز حدود الزمان والمكان.
- تتمتع بحرية منقطعة النظير وتمارس بحق الحق في الاتصال لما تنفرد به من نقد ومشاركة.
- أنها صعبة المعرفة وإن عرف أصحابها فإن مشاعرهم الافتراضية عادة ما تختلف عن المشاعر التي يتميزون بها في عالمهم الحقيقي وربما كانت هي المشاعر الحقيقية.
- إنها وإن تعاملت معها هويات أخرى تختلف معها فإنها في كثير من الأحيان تنطلق من إرثها وثقافتها وتقدم نفسها من الذات الكلية وهو ما يؤكد الاستثناء الثقافي في مواجهة الثقافة.
- إذا كانت الهوية الحقيقية هي المعروف بها الانسان فإنها قد تأخذ أشكالاً متعددة مثل هوية الواجهة الهوية السلبية الهوية في الموقف الدفاعي وغيرها.
- وفي المجال الافتراضي فإن أكثر شكل استراتيجي تقترب منه هو هوية الواجهة حيث يتظاهر الفرد بهوية أخرى غير تلك التي هو عليها فعلا في محاولة منها إما لتفادي الانتقاد أو بحثاً عن الارضاء وهي ظرفية أو مستمرة تعالج موقفاً ما.²

¹ جمال بوسيف جدلية المجتمع الافتراضي في ظل تواجد المجتمع الواقعي بين تناغم وتنافر، نفس المرجع السابق، ص336.

² هناس سعيد عادل، من الهوية الحقيقية الى الهوية الافتراضية، جامعة الجزائر 3، مجلة أنسنه للبحوث والدراسات، المجلد 7، العدد الأول السنة 2016، ص278.

المطلب الرابع: سمات الهوية الافتراضية:

للهوية الافتراضية سمات تختلف عن الهوية الواقعية ومن أهمها:

__ لها مطلق الحرية أن تختار وفق التقنيات المتاحة خصائص تظهرها كشخصية حوارية عبر القنوات بأنواعها وقد تكون فردية أو جماعية.

__ هي شخصية قابلة للتغيير والتبدل في أي لحظة بحسب اختيارات الفرد الانساني نفسه.

__ هي شخصية قابلة للتغير حسب اختيارات أطراف أخرى ربما شخصيات "انترنيتية" أخرى تتقمص هويات غيرها أو من قبل اختراقات برمجية أو توظيفات متنوعة لهوية متنقلة لا تستقر على وضع خصائصها.

__ لتنويه فقط فإن الهوية الافتراضية يمكن أن تكون ملامحها مزيفة من خلال استعمال الصورة غير صورة الشخص ونشر معلومات على صفحة الويب غير صحيحة عن الشخص هذا ما يعتبره الكثير من الباحثين نقطة سلبية في الهوية الافتراضية تميزها عن الهوية الواقعية لكن في رأينا أنه حتى في المجتمع الواقعي يمكن للفرد استعمال ملامح مزيفة أو مصطنعة لا تعبر عن هويته الحقيقية ما يقود إلى تعدد ملامح الشخصية الواقعية فنجد أن الكثير من الأفراد من يستعملون ملامح هوية خاصة بالعمل ولامح خاصة بالرفقاء ولامح خاصة بالعائلة وأخرى في الجامعة هذا ما يدل على أن البيئة الافتراضية التي تسمح بتعدد ملامح الهوية كذلك نجدها في البيئة الواقعية إلا أن ما يمكن أن يميز الهوية الافتراضية عن الواقعية من حيث سرعة التواصل وعدم الزامية الحضور في نفس المكان والزمان كما أن كشف ملامح الهوية الافتراضية الحقيقية يتطلب وقتا ليس كالهوية الواقعية التي من الممكن أن نتحقق منها بسرعة ، ونجد أيضا ملامح الهوية الافتراضية تتميز بمرونة وحرية أكبر. ومجمل القول أن الهوية الافتراضية في أغلب الأحيان ما هي إلا امتداد للهوية الواقعية سواء كانت تلك الهوية الواقعية المعبر عنها في المجتمع الواقعي أو غير المعبر عنها في نفس المجتمع.¹

¹ جمال بوسيف، جدلية المجتمع الافتراضي في ظل تواجد المجتمع الواقعي بين تناغم وتنافر، نفس المرجع السابق، ص338.

المطلب الخامس: الشبكات الاجتماعية والهوية الافتراضية:

انتشر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت في العالم بوتيرة فاقت كثيرا من التوقعات وأصبح فيسبوك ضمن السلوك اليومي لكثير من مستخدمي الإنترنت سواء عبر أجهزة الكمبيوتر أو الأجهزة الأخرى، وكذلك عبر الهواتف المحمولة نتيجة لقوة انتشار وسائل الاعلام الإلكتروني الذي يصفه البعض بأنه "الإعلام البديل" الذي أصبح فضاء يوميا يضج بالمعلومات والآراء والصور والتفاصيل اليومية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية و السياسية تنبعت الكثير من الدول إلى هذا التحول وعززت صفحات لها عبر مواقع التواصل لتوثيق التواصل بين الناس ومن المسائل المركزية التي تناوّلها الباحثون بدراسة علاقة مواقع الشبكات الاجتماعية بالهوية الذاتية للفرد فمواقع التواصل الاجتماعي تمثل مجالا يستعرض فيه الناس أنفسهم وذواتهم في فضاءهم الصغير وقد تناول الباحثون هذه الأخيرة بالدراسة والتحليل من خلال جملة المؤشرات التي يختار المستخدم إبرازها أو إخفاءها والتي تكون ملمحة (كالجنس، العمر، الدين، المدينة التي يعيش فيها... الخ) ويعتمد المستخدم استراتيجيات مختلفة لظهور إلى الآخرين كاختيار صورة دون أخرى للملحمة وما يقبل أن يظهره من حياته الخاصة و ما يخفيه عن الآخرين من هنا فإن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح معرفة استراتيجية بناء الهوية الافتراضية من خلال دراسة التفاعل بين ما يسمى الهوية الواقعية والهوية الافتراضية وأضافت اليزابيث ليندر أن الفيسبوك بات من المواقع التي يستخدمها الناس يوميا وهم يكتبون ويضعون كل المعلومات التي تمهم إضافة إلى صورهم الشخصية، وفي هذا السياق قالت الإحصائية في السياسات والشؤون الحكومية في الفيسبوك اليزابيث ليندر أن: مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" عالم واقعي وهوية حقيقية خصوصا أنه يبين نمط تفكير الشخص ومستواه الثقافي وأسلوب حياته والكثير من التفاصيل التي تعد واقعية وليست خيالية أو افتراضية فالهوية الافتراضية هي وليدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أو بالأحرى انضمام الفرد إلى المجتمع الافتراضي المتواجد في الفضاء الافتراضي والذي يفرض عليه أن يقدم بيانات هوية يتواصل بها مع الآخرين ويتفاعل بها مع مختلف الجنسيات و الأعراق والديانات.¹

¹ يانا ايوب، شبكات تواصل الاجتماعي تدمج الهوية الفردية والافتراضية جريدة الامارات اليوم، 2012.

المبحث الثالث: المجتمع الافتراضي ودلالات المفهوم:

المطلب الأول: تعريف المجتمع الافتراضي:

يعتبر مفهوم المجتمع الافتراضي من بين المفاهيم التي ظهرت نتيجة لتطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة وادماجها في الحياة اليومية للأفراد ولقد تنوعت المصطلحات أو التسميات المرتبطة بهذا المفهوم على أثر تعدد الترجمات حول هذا المصطلح نظرا لطبيعة المفهوم الجديد فالمصطلحات الجديدة أكثر إثارة للجدل منها إلى الاتفاق لاسيما إن كان أصل المصطلح غريبا وليس دال على ذلك من الاختلافات في ترجمة هذا المصطلح سوى طرح بعض ترجمات له فقد ترسم المصطلح إلى الجماعات الافتراضية. وهناك من يرى أن كلمة virtuel معناها خائلي و (virtuel community) هي الجماعات الخائلية فقد اختير هنا اسم الفاعل خائل مقابل لكلمة virtuel وهناك أيضا من ترجم مصطلح virtuel إلى مصطلح افتراضي.¹

وقد ظهر المصطلح في صورته الإنجليزية عنوانا لكتاب "هاووارد رينجولد" 1993 "Rheingold" ويعني جماعة من البشر تربطهم اهتمامات مشتركة ولا تربطهم بالضرورة حدود جغرافية أو أواصر عرقية أو سياسية أو دينية يتفاعلون عبر وسائل الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي الحديثة ويطورون فيما بينهم شروط الانتساب إلى الجماعة وقواعد الدخول والخروج وآليات التعامل والقواعد والأخلاقيات التي ينبغي مراعاتها وبتعبير "دي موور ووايجاند" 2007 "de moor and weigand" المجتمع الافتراضي هو نظام اجتماعي تكنولوجي يتكون من بنيات اجتماعية شبيهة بما هو موجود في الواقع الفعلي.²

¹ ربحانة بلوطي، دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر-باتنة-، 2014/2015، ص80.

² المرجع نفسه، ص 80.

ويعرف قاموس الاعلام والاتصال dictionary of media and communication المجتمع الافتراضي على أنه مجموعة من الأشخاص يتفاعلون في الإنترنت مثل غرف الدردشة ويتبادلون الاهتمام والتفاعل يعد هنا مكونا أساسيا لقيام وتشكل مثل هذه المجتمعات الرقمية.¹

عند الباحثين العرب: يعرف "محمد منير حجاب" المجتمع الافتراضي بأنه: "مجتمع يتكون من أشخاص متباعدين جغرافيا ولكن الاتصال والتواصل بينهم يتم عبر الشبكات الاجتماعية وينتج بينهم نتيجة لذلك نوع من الاحساس والولاء والمشاركة".² حيث نجده يركز على البعد الجغرافي من خلال عمليه التواصل الذي يخلق نوع من الانسجام. ويعرف كذلك "بسيوني ابراهيم حمادة" المجتمع الافتراضي بأنه تجمعات اجتماعية تظهر على شبكة الانترنت تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة يتواصلون فيما بينهم ويشعرون وكأنهم في مجتمع حقيقي والباحث هنا يؤكد على عامل الاهتمام المشترك الذي يعد أساس بناء المجتمعات والتواصل فيما بينها. عند الباحثين الغربيين: يعرفه ' "source brolux" العلاقة التي تنشأ بين مجموعة من مستخدمي منتديات النقاش والدردشة الالكترونية وهؤلاء المستعملون يتقاسمون الأذواق والفهم والاهداف والاهتمامات المشتركة وهنا يؤكد الباحث على أن المجتمع الافتراضي يركز على العلاقات الاجتماعية التي تبنى على أساس الدوافع والاهتمامات المشتركة التي تتفق مع ميولات الفرد. وقد أشار ' Warren Mayes إلى أن المجتمع الافتراضي هو فضاء طبيعي يحدث داخله تفاعل عام تترك فيه الناس مصالحهم الخاصة وينشغل بالقضايا ذات الطابع الاجتماعي العام إذ يركز الباحث في هذا المفهوم عن المصالح المشتركة التي تهم الصالح العام ويتم مناقشتها مع فرد أو أكثر في مضامين تتوافق مع اهتمامات الأفراد.³

¹ (1) Marcel danesi , dictionary of media and communication. United States of America. Library of Congress cataloging_in_publication data 2009. p 300

² ابراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012، ص 81.

³ (1) Warren Paul Mayes, unsettled post revolutionaries in the on line public sphere, journal of social issues is South East Asia, vol 24 no 1, 2009 .p 89-121.

المطلب الثاني: أنواع المجتمعات الافتراضية:

تنقسم المجتمعات الافتراضية إلى عدة أنواع من بينها:

أ/ لوحة رسائل الانترنت:

هو منتدى يستطيع الناس من خلاله مناقشة الأفكار والآراء حول مختلف الموضوعات كما يستطيع أي مستخدم طرح الموضوع الذي يريده ويعرضه للنقاش والحوار ويبقى لكل مستخدم حرية الكشف عن هويته الشخصية وصورته الحقيقية أو تخفي باسم مستعار وصورة مصطنعة.¹

ب/ غرف الدردشة:

"بعد وقت قصير من ارتفاع الفائدة من لوحات الرسائل والمنتديات بدأ الناس يتطلعون إلى وسيلة للتواصل مع المجتمعات المحلية في الوقت الحقيقي وبشكل أسرع لذا فإن غرف الدردشة فتحت المجال واسعا لإجراء المحادثات مع أي شخص على الانترنت وفي الوقت نفسه يمكن العثور على غرف الدردشة في كل أنواع الموضوعات بحيث يستطيع الناس التحدث مع الآخرين الذين يتقاسمون الاهتمامات نفسها.²

ج/ العوالم الافتراضية:

هي الأكثر تفاعلية لجميع أشكال المجتمع الافتراضي في هذا النوع من المجتمع الافتراضي يستطيع المستخدمون أن يعيشوا تجارب لم يعيشوها في حياتهم الواقعية فقد يختار المستخدم أن يكون أميرا أو فارسا أو مزارعا أو حتى حيوانا في مجتمع افتراضي يصنعه هو والمستخدمون ويختار كل منهم شخصيته وأسلوبه في الحياة، إنها الحياة الثانية التي تعتبر أكثر العوالم الافتراضية شعبية على الانترنت.³

د/ خدمات الشبكات الاجتماعية:

¹ ديم المنصوري، سيبيولوجيا الانترنت، منتدى المعارف، الطبعة الأولى، 2014، ص 28.

² ندیم المنصوري، سيبيولوجيا الانترنت المرجع السابق، ص 29.

³ نفس المرجع السابق ص 29، 30.

يستطيع المستخدم من خلال شبكات التواصل الاجتماعية الالتقاء بالأصدقاء أو التعرف على أصدقاء جدد من خلال الدردشة أو إرسال الرسائل كما يستطيع المستخدم عرض الصور والفيديو وتبادل التعليقات عليها.¹

المطلب الثالث: سمات المجتمعات الافتراضية:

إن أهم يميز هذه المجتمعات الافتراضية هي أنها متاحة للأفراد الذي يريد المشاركة في أحد مجالاتها فالمدينة الافتراضية على حد قول 'ألبرتا روبرت Alberta Ropert' و 'ميشيل جينكنسون Jenkinson Micheal' مدينة لا تنام فهناك دائما أفراد مشتركون في التفاعلات الافتراضية حتى في منتصف الليل ولا غرابة في ذلك فقد أصبحت الإنترنت جزءا من حياة الناس والجماعات الافتراضية بأنماطها المختلفة للعديد من المهتمين بالإنترنت وذلك ما دعا الباحثة ماريا باكرديجيفا ' Maria Bakardjieva إلى أن تعلن أن الحاسوب أصبح أسلوب حياة وذلك في الفصل الذي أعدته بعنوان "التكنولوجيا في حياتنا اليومية".²

والمجتمعات الافتراضية تقدم عدة فوائد منها التبادل الفوري للمعلومات وهي خاصية غير متوفرة في مجتمع الحياة الواقعية وهذا يتيح للشباب المساهمة الفعالة في العديد من الأنشطة من بيوتهم مثل التسوق ودفع الفواتير والبحث عن معلومات محددة.³ وهذا فضلا على وجود جملة من السمات التي تتميز بها هذه المجتمعات والتي نجد من أهمها:

-العزلة والانفراد على الرغم من الوعود الدائمة بالانفتاح على العالم وتواصل الأفراد بمن حولهم بسهولة ويسر ومن العجيب كما أشار د. محمد مزيد أن هذه المجتمعات كانت قد أنشئت لأغراض شتى منها تخليص الناس من عزلتهم وإن كان الإنسان في اتصال دائم بالناس من حوله فلماذا لا يلتقي بصديقه الذي يتواصل معه على الفايسبوك من خلال اللقاء؟، لماذا أصبح المجتمع دائما مشغولا على الرغم أن

¹ نفس المرجع السابق، ص 30.

² هالة دغمان، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم، العلاقة بين الواقعي والافتراضي، مرجع سبق ذكره، ص 207.

³ المرجع نفسه، ص 207.

سبب انشغاله عن تواصل بمن حوله هو التواصل بمن حوله؟، لماذا يطلب الابن من أمه إعداد الغذاء من على صفحتها على الفيسبوك أو تويتر وهما في نفس المنزل؟.

إذا النتيجة من تطور المجتمع الافتراضي الوصول إلى الانقطاع الجزئي عن العالم الواقعي بالتدرج إلى أن يصل إلى حد الانفصال التام كما هو حال الكثير وليس البعض.¹

التمرد على العادات الحميدة وتقاليد الاصلية والاعراف المميزة للمجتمع عن غيره والقيم والعائلة والدين والاخلاق في المجتمعات الافتراضية لا قانون ولا رقابة.² ويزيد هذا خاصة عند التعرض والمتابعة المستمرة لأنماط الحياة اليومية لأفراد ينتمون إلى مجتمعات غريبة كما أن هذا التأثير من الممكن أن يتحقق من خلال الحوار والنقاش معهم حول العديد من الأمور وهذا من خلال التواصل الافتراضي.

-المرونة وانهايار فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي فالمجتمع الافتراضي لا يتحدد بالجغرافيا بل بالاهتمامات المشتركة التي تجمع معا أشخاصا لم يعرف كل منهم الآخر بالضرورة قبل الالتقاء إلكترونيا. لا تقوم المجتمعات الافتراضية على الإلزام بل تقوم في مجملها على الاختيار.

-إنها فضاءات مفتوحة للتمرد والثورة بداية من التمرد على الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسية.

-تميز هذه المجتمعات بالعالمية أي شارك فيها أفراد من كل أنحاء العالم.

-تميز باستعمال أفرادها أسماء مستعارة وهويات مستعارة.³

-تميز أفرادها بعدم تجانس في بعض الجوانب فقد يكون لكل شخص مستوى معين او مهنة تختلف عن الآخرين.

¹ محمد علي فرح، صناعة الواقع: الاعلام وضبط المجتمع، افكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع ط1، مركز نماء البحوث والدراسات بيروت 2014، ص 233، 234.

² المرجع نفسه، ص 234.

³ ندیم منصورى، سيولوجيا الانترنت، مرجع سبق ذكره ص 25.

-توفر فرصة أكبر لأعضائها للتفكير بحرية والتعبير عن كل المواضيع.

-يتميز أفرادها بالولاء والخضوع لقواعد ومعايير هذا المجتمع.

-تميز هذه المجتمعات باستخدام رموز ولغة خاصة بها وهي عبارة عن إشارات ورسوم تستخدم للتعبير عن الحالات النفسية للأفراد وعلى تلميحات الوجه.

-تميز بوجود تواصل مشترك بين أعضاء كل الجماعة ووجود هدف واحد وإحساس ورؤية وانتماء.¹

-تميز بالانفتاح والتمرد إذ يتسم المجتمع الافتراضي بأنه مجتمع رحب وممتد ومفتوح لأشكال مختلفة ومتنوعة من التعبير الفردي والجماعي والمؤسسي الناجمة عن الجمعيات أو المؤسسات أو المنظمات أو الحركات الاجتماعية ومطالبها.²

إنها متاحة للأفراد الذين يريدون المشاركة في أحد أنماطها حيث يجدون من يتواصلون معهم في المجتمعات الافتراضية على مدار الساعة واليوم. ومن سمات المجتمعات الافتراضية نجد أيضا:

-تتسم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية فما يميز التفاعلات الافتراضية تعددية المراكز وتبادلها لأن هذه العلاقات لا مركز لها أي لا يوجد سلطة مركزية للأطراف المتنوعة خلال المحادثة عبر المنتديات أو غرف الدردشة أو الفيسبوك وغيرها توجه الحديث أو تقوده في اتجاه محدد فكل فرد يستطيع أن يكون مركز جماعته في أحياء كثيرة أو يقود الحوار مرة أو مرات عدة ذلك ان التفاعلات الافتراضية لا يهيمن او يحتكرها فرد من دون فرد آخر بل أن تبادل الأدوار في المجتمع الافتراضي تؤمنه التفاعلات الافتراضية نفسها.³

-تنتهي المجتمعات الافتراضية عادة إلى تفكيك مفهوم الهوية التقليدي ولا يقتصر تفكيك الهوية على الهوية الوطنية أو القومية بل يتجاوزها إلى الهوية الشخصية لأن من يرتادونها في أحيان كثيرة يستخدمون بيانات

¹ المرجع السابق، ص 84.

² حلمي ساري، التواصل الاجتماعي مرجع سبق ذكره، ص 138.

³ ندلم منصور، سيكولوجيا الانترنت، مرجع سبق ذكره ص 25.

مزيفة¹ وكما تعمل هذه المجتمعات على تفكيك الهوية الاجتماعية والدينية والوطنية ولكن كذلك تفكيك الهوية الشخصية فمن الممكن أن ينشئ الفرد حساباً لامرأة والعكس صحيح وبأسماء مستعارة وأكثر من حساب لنفس شخص ولكن في كل مجتمع من التي ينتسب إليها له شخصية مختلفة.² فالمجتمعات الافتراضية جعلت مستخدميها يتجاوزون حدود الزمان وحتى المكان وساهمت في تقليص المسافات وزيادة التقارب بين الافراد والشعوب.

-الهروب من الواقع وعادة ما يكون عند القلوب الجريحة، عاطلون عن العمل، مصابون بالاكتئاب، منبوذون في جماعاتهم الواقعية، يبحثون عن ملاذ مشكلاتهم وضغوط حياتهم وفيه من يطلب من أصدقائه الدعاء أو النصح ومن يتبتل الله طمعا في مدده وعونه ومن يبكي على إطلاله³.

فالمجتمعات الافتراضية هي بمثابة الملجأ الذي يحقق من خلاله المستخدمون حالة الانسحاب الاجتماعي التي تحدثه على أثر ما يعيشه الفرد من وضع معيشي في واقعه الحقيقي الافتراضي إذ يشكل الخيال لدى عدد كبير من الناس متعة فائقة قد تفوق ذلك التي قد يحصلون عليها في مجتمعاتهم الواقعية والحقيقية فالتفاعلات المصاحبة للخيال في الفضاء تغري الناس وتجذبهم بشكل كبير وخاصة الأتراك الذين يبحثون عن التغيير⁴.

لقد نجحت مواقع التواصل الاجتماعي من خلال خصائصها التي تتيح التفاعل بين مختلف مكونات المجتمع من أن تجسد بشكل واضح معايير المجتمع الافتراضي الذي ينمو مع مختلف المحددات التي تتيحها هذه المواقع حيث يقتضي التحليل الموضوعي القول بأن نمط العلاقات الاجتماعية على الانترنت أو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التواصل مع الآخرين والتفاعل معهم حول الاهتمامات أو النشاطات المشتركة في ظل عالم الافتراضي هو أمر يمكن أن يقدم وسيلة ممتازة لمتابعة الهويات وتأسيس الصداقات الجديدة وتعزيز ذلك المكونة أصلاً في الواقع الحقيقي وممارسة الألعاب والتشارك بالأفكار والحوار والتسلية

¹ نوال بركات، المرجع سابق ذكره ص. 270.

² محمد علي فرح، صناعة الواقع: الاعلام وضبط المجتمع المرجع نفسه، ص 241.

³ محمد علي فرح، صناعة الواقع: الاعلام وضبط المجتمع المرجع نفسه ص 238.

⁴ حلمي ساري، التواصل الاجتماعي مرجع سبق ذكره ص 135، 136.

، فالمجتمع إلى واقعي الحقيقي الذي يتكون من أفراد وجماعات من خلال دخولها في مواقع التواصل الاجتماعي أن تخلق أنماط تواصلية جديدة وبالتالي أوجدت أنماط جديدة للعلاقات الاجتماعية¹. فالفرد أصبح يتصل مع فرد آخر اتصالاً وسيطياً وأصبح التفاعل افتراضياً تغيب فيه حدود الزمان والمكان وتملأه الهويات الإلكترونية الافتراضية وتحول الأفراد في المجتمع الواقعي الذين بدأوا ينسحبون إلى مواقع التواصل الاجتماعي إلى أفراد افتراضيين يتفاعلون افتراضياً وينتمون لجماعات افتراضية ليكونون علاقات افتراضية ويشاركون في نشاطات حياتية متنوعة تدور كلها في عالم واحد هو عالم الافتراضي².

المطلب الرابع: مراحل تشكل المجتمعات الافتراضية:

يمر بناء المجتمع الافتراضي بمراحل عديدة هي:

- تحديد الأفراد المشاركين في هذا المجتمع أي تحديد جنسهم وفئاتهم وأعمارهم وطبقاتهم الاجتماعية وخلفياتهم العلمية وهوياتهم.
- تحديد الأهداف أي تحديد الغايات التي يسعى هؤلاء الأفراد لتحقيقها سواء كانت ثقافية أو اجتماعية أو سياسية أو ترفيهية أو اقتصادية.
- المشاركة النشطة للأفراد في نشاطات هذا المجتمع فالجميع يعمل والجميع يساهم في النشاطات التي يجتمعون حولها في المجتمع الافتراضي.
- التعبئة ينغمس المشتركون في المجتمع الافتراضي لتحقيق أهدافهم ويشاركون سوية في نشاطات هذا المجتمع كما أنهم يعملون بجدية على استقطاب أفراد جدد إلى مجتمعهم.
- زيادة عدد النشاطات التي يمارسها أفراد المجتمع وذلك من خلال عرض الصور وتفاعلات ورسوم وتعليقات.

¹ نوال بركات، مرجع سبق ذكره، ص 270.

² نوال بركات، مرجع سبق ذكره، ص 270، 271.

- التمثيل التنظيمي أي أن يصبح لأفراد هذا المجتمع تنظيم محدد ومنظم وحضور قوي في المناسبات المختلفة.¹

المطلب الخامس: أسباب دراسة المجتمعات الافتراضية:

يمكن حصرها فيما يلي:

- معرفة حركتها الاجتماعية والتقنية.

- تعميق فهم الفعل التكنولوجي لأحجام ضخمة من المشاركين متنوعي ثقافة والعمر والخبرات التقنية والتعليمية.

- معرفة كيف يمكن تطوير الوسائل والطرق الاستعمالية فيما يفيد الجانب الاجتماعي لهذه المجتمعات

- إتاحة إمكانية التعرف على توقعات هامة واستنباطات مفيدة بشأن تطويرها اجتماعيا وثقافيا لشبكات الحواسيب.²

المطلب السادس: العلاقة بين المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي:

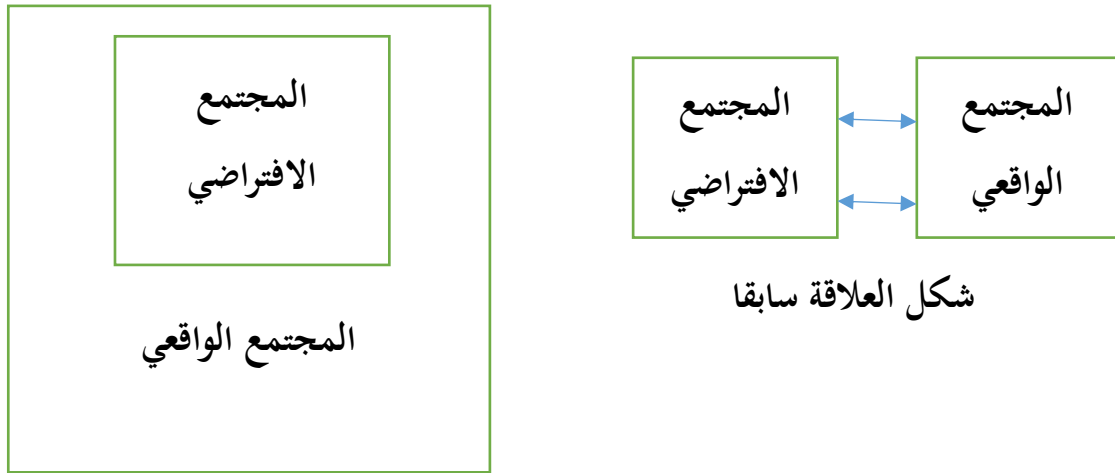
يرى العديد من الباحثين أن الحدود القائمة بين المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي هي حدود وهمية أخذت في التلاشي، حيث عبر الباحثون عن شكل العلاقة بين المجتمعين كالآتي:

يشير الباحثون إلى أن هناك مصطلحين يوضحان طبيعة كل من المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي وهما: المكان والفضاء، ففي المجتمع الواقعي الأرض المادية هي مكان اللقاء (حيث اللقاء بالروح والجسد)، بينما في المجتمع الافتراضي نحن نلتقي عبر الفضاء الإلكتروني بأفكارنا وآرائنا فقط.

¹ حلمي ساري، التواصل الاجتماعي، ص 139.

² بهاء الدين محمد مزيد، المجتمعات الافتراضية بديلا للمجتمعات الواقعية، كتاب (Facebook) الوجوه نموذجاً، جامعة الامارات العربية المتحدة 2014.

ويطلق الباحثون على المجتمع الواقعي مصطلح مجتمع الانطباعات الدافئة، بينما يطلقون على المجتمع الافتراضي مصطلح مجتمع الانطباعات الباردة كدلالة على أهمية لغة الجسد (الإيماءات، والإشارات الخ)، والتي لا تظهر في المجتمع الافتراضي، كما يطلقون عليهما أيضا مصطلحي المجتمع المادي ومجتمع الظل. إن المجتمعات الافتراضية تختفي بمجرد إغلاقنا لجهاز الكمبيوتر، لكن المجتمعات الواقعية تظل قائمة ومستمرة، وإن كنا نستطيع أن نحدد ميعاد أو زمان التواصل مع أفراد المجتمعات الافتراضية وفقا لشروطنا، فإننا لا نستطيع أن نفعل ذلك في المجتمعات الواقعية التي يكون التواصل فيها بين الأفراد عشوائيا في أغلب الأحيان.¹



شكل العلاقة الآن

¹ مروى ماي، المجتمعات الافتراضية... ملاذ واقعي للمطالبين بالحرية، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة قسنطينة3، ص111.

الفصل الثالث

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد:

بعد أن تم التطرق في الجزء النظري لهذه الدراسة إلى مختلف المفاهيم من خلال الفصلين الأول والثاني، سيتم في هذا الفصل محاولة القيام بترجمة الجانب النظري إلى معطيات وحقائق ملموسة والتعرف على دور الفايسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية، حيث تم ادراج أفراد العينة في شكل جداول مركبة ومن ثم التعليق عليها كمياً وكيفياً من أجل استخلاص النتائج النهائية للدراسة.

1- تحليل وتفسير البيانات:

يتناول هذا الجزء تحليل البيانات الميدانية التي تم استخلاصها من الاستبيان الإلكتروني وذلك بعد القيام بتبويبها وتفريغها في جداول بسيطة ومركبة.

أ- الجداول البسيطة:

الجدول رقم 01: السمات العامة لأفراد عينة الدراسة (الجنس)

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإجابة
44.3%	31	ذكر
57.7%	39	أنثى
100%	70	المجموع

الشكل رقم (01): السمات العامة لأفراد عينة الدراسة (الجنس)



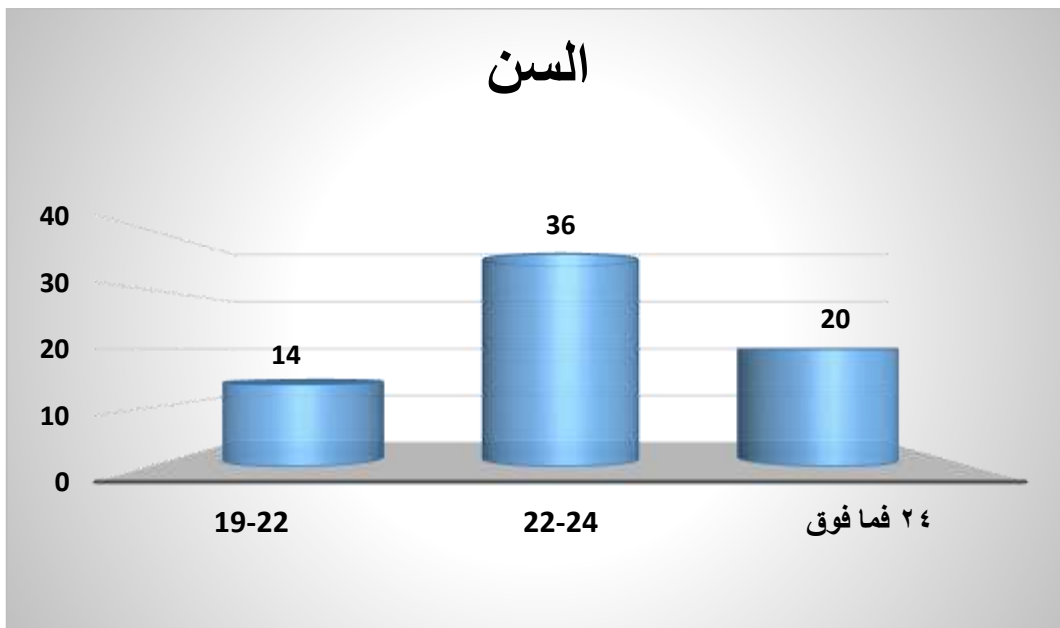
- يوضح الجدول (01) والشكل رقم (01) أن العينة تمثلت 31 من جنس الذكور أي بنسبة بلغت 44.3%، بينما بلغ عدد الإناث 39 أي بنسبة بلغت 57.7%.

- نلاحظ أن نسبة أفراد العينة من الذكور تقل عن نسبة الإناث.

الجدول رقم (02): السمات العامة لأفراد عينة الدراسة (العمر)

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإجابة
20%	14	21-19
51.4%	36	24-22
28.6%	20	24 فما فوق
100%	70	المجموع

الشكل رقم (02) السمات العامة لأفراد عينة الدراسة (السن)

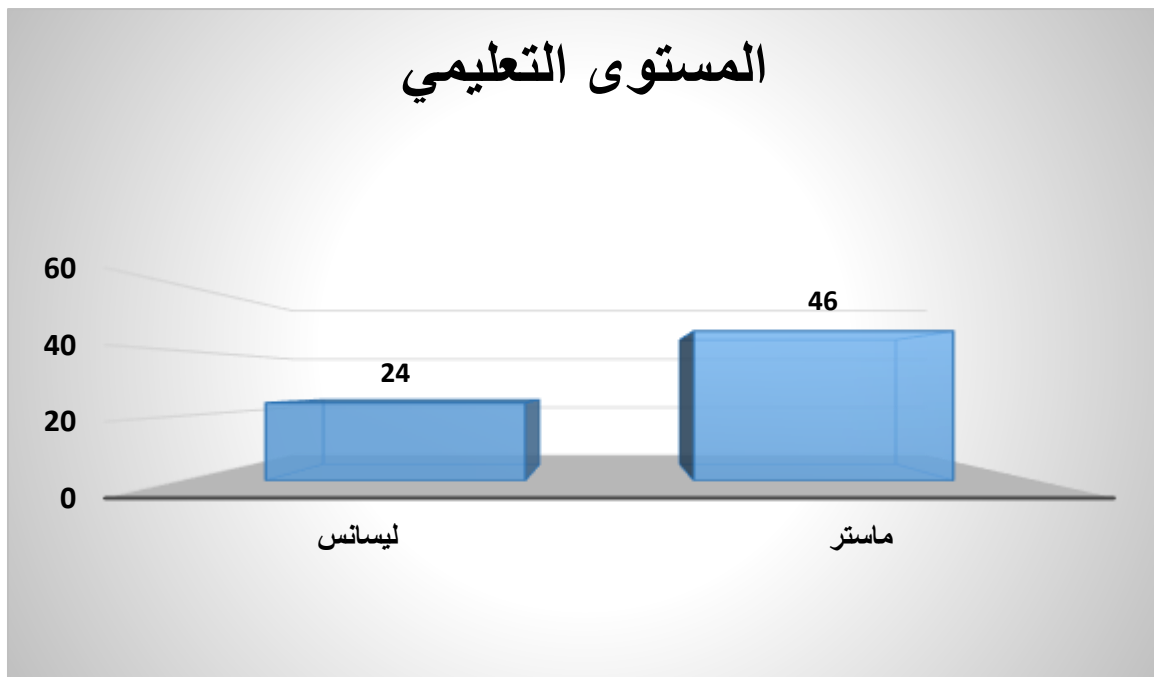


- يوضح الجدول رقم (02) : وبالنسبة للسن نجد 20% أعمارهم 19-21، و51.4% أعمارهم من 22-24 سنة وهي الأغلبية، أما الأفراد الذين أعمارهم من 24 سنة فما فوق نجد 28.6%، وهذا يدل على أن أفراد العينة متقاربة من ناحية السن.

الجدول رقم (03) السمات العامة لأفراد عينة الدراسة (المستوى التعليمي)

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإجابة
34.3%	24	ليسانس
65.7%	46	ماستر
100%	70	المجموع

الشكل رقم (03) السمات العامة لأفراد عينة الدراسة (المستوى التعليمي)

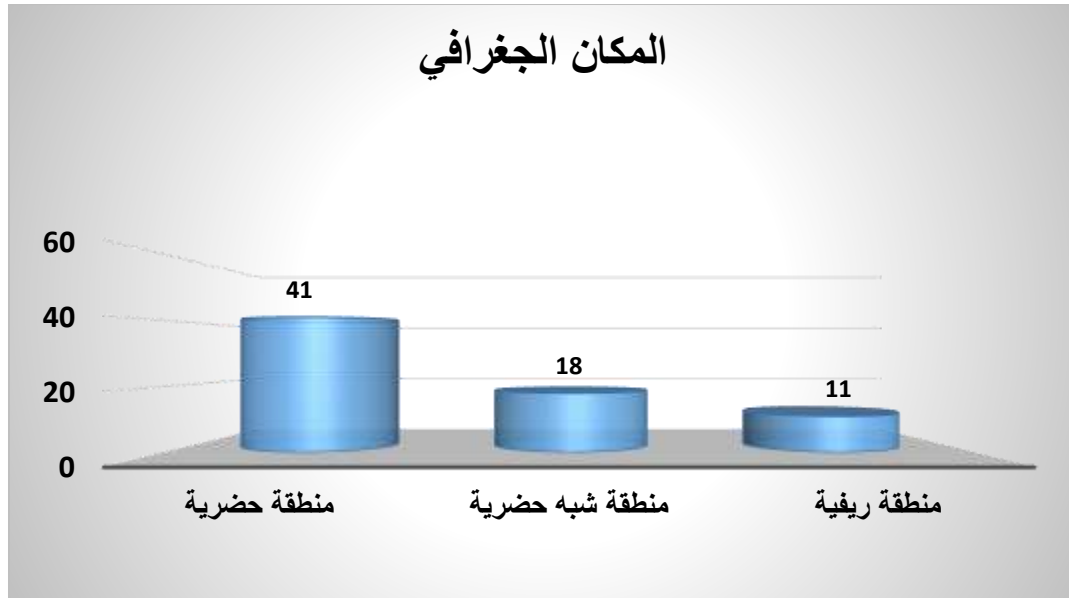


- يوضح الجدول رقم (03) أن عدد أفراد العينة متكونة من طلبة الماستر التي تبلغ نسبتها 65.7% أي 46 مفرد، وأما طلبة الليسانس بلغت نسبتها 34.3% أي 24 مفردة.

الجدول رقم (04) السمات العامة لأفراد عينة الدراسة (المنطقة الجغرافية)

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإجابة
58.6%	41	منطقة حضرية
25.7%	18	منطقة شبه حضرية
15.7%	11	منطقة ريفية
100%	70	المجموع

الشكل رقم (04) السمات العامة لأفراد عينة الدراسة (المنطقة الجغرافية)



- يوضح الجدول رقم (04) أعلاه أن 41 مفردة من المقيمين في المنطقة الحضرية وهم يمثلون نسبة 58.6% في حين 18 حالة أي ما يمثل نسبة 25.7% هم من المقيمين في المناطق الشبه حضرية، بينما يمثل المقيمون بالمناطق الريفية 15.7% من أصل 11 مفردة.

ب- الجداول المركبة:

الجدول رقم (05): يوضح مدى استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك

1- هل انت من مستخدمي شبكة الفيس بوك؟								الإجابة	
المجموع		دائما		أحيانا		نادرا		المتغيرات	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
44.3	31	35.7	25	8.5	6	0	0	ذكر	الجنس
55.7	39	35.7	25	12.8	9	7.1	5	أنثى	
%100,0	70	71.4	50	21.4	15	7.1	5	المجموع	
20	14	12.8	9	5.7	4	1.4	1	21-19	السن
51.4	36	40	28	7.1	5	4.2	3	24-22	
28.6	20	18.5	13	8.5	6	1.4	1	24 فما فوق	
%100,0	70	71.4	50	21.4	15	7.1	5	المجموع	
34.3	24	20	14	10	7	4.2	3	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	51.4	36	11.4	8	2.9	2	ماستر	
%100,0	70	71.4	50	21.4	15	7.1	5	المجموع	
58.6	41	45.7	32	11.4	8	1.4	1	منطقة حضرية	المنطقة الجغرافية
25.7	18	18.5	13	5.7	4	1.4	1	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	7.1	5	4.2	3	4.2	3	منطقة ريفية	
%100,0	70	71.4	50	21.4	15	7.1	5	المجموع	

يتبين لنا من خلال معطيات الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة دائما يستخدمون موقع الفيسبوك بنسبة تقدر بـ 71.4% من تكرار 50 فردا، أحيانا ما يستخدمون بنسبة 21.4% من تكرار 15 فردا، ونسبة 7.1% نادرا ما يستخدمون من تكرار 5 أفراد.

ونلاحظ من خلال الجدول رقم (05) حسب متغير الجنس أن نسبة الإناث والذكور متساوية أي دائما ما يستخدمون موقع الفايسبوك بنسبة 35.7% من تكرار 25 فرد، وبالمقابل نرى أن هناك اختلاف في الإجابة بأحيانا ما يستخدمون بين الذكور والإناث التي حظيت هذه الأخيرة بنسبة 12.8% وهي نسبة عالية مقارنة بالذكور حيث بلغت نسبتهم 8.5%، أما نادرا ما يستخدمون بلغت نسبة الذكور فيها 0%، بينما الإناث بلغت نسبتهم 7.1%.

أما فيما يخص متغير السن نجد الفئة بين 22-24 يستخدمون الفيسبوك بشكل دائم بنسبة 40% و 7.1% أحيانا ما يستخدمون، و 4.2% نادرا ما يستخدمون، ثم فئة 24 فما فوق بلغت نسبة استخدامهم للفيسبوك بصفة دائمة 18.5% و 8.5% لأحيانا ما يستخدمون و 4.2% نادرا ما يستخدمون، لنأتي إلى فئة 19-21 التي أجابت بنسبة 12.8% بدائما ما يستخدمون، و 5.7% لأحيانا و 1.4% نادرا.

وأما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي نجد أن طلبة الماستر هم أعلى إجابة بخصوص الاستخدام الدائم للفيسبوك بنسبة 51.4% و 11.4% لأحيانا ما يستخدمون و 2.9% نادرا ما يستخدمونه، أما بالنسبة لطلبة الليسانس نجد نسبة 20% أجابوا بدائما، و 10% أجابوا بأحيانا و 4.2% نادرا.

ثم نأتي إلى متغير المنطقة الجغرافية حيث نجد أفراد العينة الذين يقطنون في المنطقة الحضرية أكثر فئة إجابة بدائما بنسبة 45.7% و 11.4% أحيانا ما يستخدمون و 4.2% لنادران وأما أفراد العينة الذين يعيشون في المنطقة شبه حضرية أجابوا ب 18.5% دائما، و 5.7% أحيانا، و 1.4% لنادرا ما يستخدمون، تليهما الفئة المنخفضة في الإجابات وهي المنطقة الريفية حيث أجابوا بدائما بنسبة 7.1%، و 4.2% لكل من أحيانا و نادرا.

ونتيجة لذلك نستنتج أن جميع أفراد العينة (الطلبة) سواء من الذكور أو الإناث دائما يستخدمون هذا الموقع لأنه يساعد الطلبة على التواصل المستمر مع الأهل والأصدقاء والأساتذة والمعارف، بحيث يستطيع الطالب نشر كل الأخبار الخاصة بالدراسة به أو القيام بإجراء مكالمات هاتفية مع أصدقائه الطلبة أو

إرسال رسائل شخصية أو القيام بعمل مجموعات للمحادثات الجماعية، بالإضافة إلى الكلام معهم عن طريق الفيديو.

الجدول رقم (06) تحليل البيانات المتعلقة بمعدل استخدام شبكة الفيسبوك

ما معدل استخدامك لشبكة الفيس بوك؟								الإجابة	
المجموع		أكثر من ذلك		مرة في الاسبوع		يومية		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
44.3%	31	0%	0	0%	0	44.2%	31	ذكر	الجنس
55.7%	39	2.9%	2	5.7%	4	47.1%	33	أنثى	
100%	70	2.9%	2	5.7%	4	91.4%	64	المجموع	
20%	14	0%	0	1.4%	1	18.5%	13	21-19	السن
51.4%	36	2.9%	2	4.2%	3	44.2%	31	24-22	
28.6%	20	0%	0	0%	0	28.5%	20	24 فما فوق	
100%	70	2.9%	2	5.7%	4	91.4%	64	المجموع	
34.3%	24	2.9%	2	4.2%	3	27.1%	19	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7%	46	0%	0	1.4%	1	64.2%	45	ماستر	
100%	70	2.9%	2	5.7%	4	91.4%	64	المجموع	
58.6%	41	1.4%	1	2.9%	2	54.2%	38	منطقة حضرية	المنطقة الجغرافية
25.7%	18	0%	0	1.4%	1	24.2%	17	منطقة شبه حضرية	
15.7%	11	1.4%	1	1.4%	1	10%	7	منطقة ريفية	
100%	70	2.9%	2	5.7%	4	91.1%	64	المجموع	

يبين الجدول أعلاه معدل استخدام الطلبة لشبكة الفيسبوك، حيث يتضح لنا أن أكبر نسبة قدرت ب 91.4% من تكرر 64 فردا يستخدمون الفيسبوك يوميا، وتليها نسبة 5,7% من تكرر 4 أفراد لمن يستخدمون شبكة الفيسبوك مرة في الأسبوع، ثم نسبة 2.9% من أجابوا بأكثر من ذلك.

حيث نلاحظ في الجدول حسب متغير الجنس أن نسبة الإناث والذكور تتقارب من ناحية الاستخدام اليومي للفيسبوك بنسبة 47.1% للإناث و44.2% للذكور و0% لمن أجابوا بمرّة في الأسبوع وأكثر من ذلك، وأما الإناث أجابوا بنسبة 5.7% مرّة في الأسبوع و2.9% أكثر من ذلك.

أما فيما يخص متغير السن نجد الفئة بين 22-24 يستخدمون الفيسبوك بشكل يومي بنسبة 44.2% و4.2% مرّة في الأسبوع و2.9% لأكثر من ذلك، ثم فئة 24 فما فوق بلغت نسبة استخدامهم اليومي لشبكة الفيسبوك 28.5% و0% مرّة في الأسبوع وأكثر من ذلك، لتأتي إلى فئة 19-21 التي أجابت بنسبة 18.5% بيومياً و1.4% مرّة في الأسبوع و0% لأكثر من ذلك.

وأما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي نجد أن طلبة الماستر هم أعلى إجابة بخصوص الاستخدام اليومي للفيسبوك بنسبة 64.2% و1.4% مرّة في الأسبوع و0% أكثر من ذلك، أما بالنسبة لطلبة الليسانس نجد نسبة 27,1% أجابوا بيومياً و4.2% أجابوا بمرّة في الأسبوع و2,9% لأكثر من ذلك.

ثم تأتي إلى متغير المنطقة الجغرافية حيث نجد أفراد العينة الذين يقطنون في المنطقة الحضرية أكثر فئة إجابة بيومياً بنسبة 54,2% و2,9% مرّة في الأسبوع و1,4% أكثر من ذلك وأما أفراد العينة الذين يعيشون في المنطقة شبه حضرية أجابوا ب 24.2% يومياً و1.4% مرّة في الأسبوع و0% أكثر من ذلك، تليهما الفئة المنخفضة في الإجابات المنطقة الريفية أجابوا بيومياً بنسبة 10% و1,4 مرّة في الأسبوع وأكثر من ذلك.

ومن خلال هذه المعطيات نستنتج أن عدد كبير من أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك بشكل يومي وذلك يرجع لكون أن الفيسبوك أصبح سلوك يومي لدى المستخدمين مثله مثل النوم والأكل وأي شيء آخر طبيعي يفعلونه في الحياة بغض النظر عما يريدون فعله على الشبكة فقط الدخول هو ما يهمهم.

الجدول رقم (07) بيانات المتعلقة بعدد الساعات التي يقضيها الطلبة على شبكة الفيسبوك.

ما عدد الساعات التي تقضيها على شبكة الفيس بوك؟										الإجابة المتغيرات	
المجموع		أكثر من ذلك		من ساعتين الى ثلاث ساعات		من ساعة الى ساعتين		قل من ساعة			
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
44.3%	31	7.1	5	21.4%	15	8.5%	6	7.1%	5	ذكر	الجنس
55.7%	39	5.7	4	22.8%	16	21.4%	15	5.7%	4	أنثى	
100.0%	70	12.9%	9	44.3%	31	30%	21	12.9%	9	المجموع	
20%	14	1.4	1	8.5%	6	8.5%	6	1.4%	1	21-19	السن
51.4%	36	7.1	5	24.2%	17	11.4%	8	8.5%	6	24-22	
28.6%	20	4.2	3	11.4%	8	10%	7	2.9%	2	24 فما فوق	
100.0%	70	12.9%	9	44.3%	31	30%	21	12.9%	9	المجموع	
34.3%	24	4.2	3	12.8%	9	11.4%	8	5.7%	4	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7%	46	8.5	6	31.4%	22	18.5%	13	7.1%	5	ماستر	
100.0%	70	12.9%	9	44.3%	31	30%	21	12.9%	9	المجموع	
58.6%	41	7.1	5	28.5%	20	15.7%	11	7.1%	5	منطقة حضرية	المكان الجغرافي
25.7%	18	1.4	1	12.8%	9	10%	7	1.4%	1	منطقة شبه حضرية	
15.7%	11	4.2	3	2.9%	2	4.2%	3	4.2%	3	منطقة ريفية	
100.0%	70	12.9%	9	44.3%	31	30%	21	12.9%	9	المجموع	

من خلال جدول رقم (06) الذي يبين نسبة المدة التي يقضيها الباحثون في تصفح الفيسبوك يوميا نجد أفراد العينة أجابوا بنسبة 44,3% من ساعتين إلى ثلاث ساعات و30% من ساعة إلى ساعتين و12.9% أقل من ساعة وأكثر من ذلك.

حيث يشير الجدول رقم (06) حسب متغير الجنس أن الإناث والذكور يتقاربون في الإجابات إلا بخصوص الاستخدام من ساعة إلى ساعتين التي كانت النسبة الاعلى للإناث بنسبة 21,4%،

و8,5% للذكور وأما باقي الإجابات نجدها جد متقاربة بين الجنسين فالذكور أجابوا بنسبة 7,1% أقل من ساعة ب 21.4% من ساعتين إلى ثلاث ساعات و7,1% أكثر من ذلك، وأما الإناث أجابوا بنسبة 5,7% بأقل من ساعة، و22.8% من ساعتين إلى ثلاث ساعات، و5,7% أكثر من ذلك.

أما فيما يخص متغير السن نجد الفئة 22-24 سنة أعلى نسبة من المستويات الأخرى حيث نجد من أجابوا بأقل من ساعة بنسبة 8,5% و11,4% من ساعة إلى ساعتين و24,2% من ساعتين إلى ثلاث ساعات و7,1% أكثر من ذلك، لنأتي لفئة 24 فما فوق نجد أنا نسبة 2,9% أجابوا أقل من ساعة، و10% من ساعة إلى ساعتين و11,4% من ساعتين إلى ثلاث ساعات و4,2% أكثر من ذلك، ثم نأتي لفئة 19-21 سنة أجابوا بنسبة 1,4% أقل من ساعة و8,5% من ساعة إلى ساعتين ومن ساعتين إلى ثلاث ساعات، و1.4% أكثر من ذلك.

أما بخصوص متغير المستوى التعليمي نلاحظ أن طلبة الماستر هم الفئة أعلى إجاب على الاستبيان إذ نجد 7,1% أجابوا بأقل من ساعة و18,5% من ساعة إلى ساعتين و31,4% من ساعتين إلى ثلاث ساعات و8,5% أكثر من ذلك.

نأتي إلى متغير المكان الجغرافي الذي دائما ما يظهر فروقات في الاجابات بشكل دائم فالنسبة الأعلى نجدها في منطقته الحضرية، حيث أجابوا أفراد العينة القاطنين في هذه المنطقة بنسبة 7,1% أقل من ساعة و 15,7% من ساعة إلى ساعتين و 28,5% من ساعتين إلى ثلاث ساعات و 7,1% أكثر من ذلك، ثم أفراد عينة المنطقة الشبه حضارية أجابوا بنسبة 1,4% أقل من ساعة و 10% من ساعة إلى ساعتين و 12.8% من ساعتين إلى ثلاث ساعات و 1,4% أكثر من ذلك ، تليهما منطقة الريفية حيث أجاب أفراد العينة بنسبة 4,2% أقل من ساعة ومن ساعة إلى ساعتين وأكثر من ذلك و نسبة 2,9% من ساعتين إلى ثلاث ساعات

ومنهم نستنتج أن جميع أفراد العينة يقضون أكثر من ثلاثة ساعات على موقع فيسبوك سواء كان إناث أو ذكور ولكن هناك تفاوت بسيط وضعيل في بعض الإجابات ولكن عموما الإجابات كلها متقاربة.

الجدول رقم (08): تحليل البيانات المتعلقة بمدى اشتراك الطلبة على موقع فيسبوك.

منذ متى وأنت مشترك على شبكة الفيس بوك؟								الإجابة	
المجموع		منذ أكثر من خمس سنوات		منذ أكثر من سنتين		منذ أقل من عام		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
44.3	31	38.5	27	5.7	4	0	0	ذكر	الجنس
55.7	39	30	21	20	14	5.7	4	أنثى	
100	70	68.6	48	25.7	18	5.7	4	المجموع	
20	14	10	7	8.5	6	1.4	1	21-19	السن
51.4	36	40	28	8.5	6	2.9	2	24-22	
28.6	20	18.5	13	8.5	6	1.4	1	24 فما فوق	
100	70	68.6	20	25.7	18	5.7	4	المجموع	
34.3	24	21.4	15	8.5	6	4.2	3	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	47.1	33	17.1	12	1.4	1	ماستر	
100	70	68.6	48	25.7	18	5.7	4	المجموع	
58.6	41	58.5	34	8.5	6	1.4	1	منطقة حضرية	المنطقة الجغرافية
25.7	18	14.7	10	10	7	1.4	1	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	5.7	4	7.1	5	2.9	2	منطقة ريفية	
100	70	68.6	48	25.7	18	5.7	4	المجموع	

في محاوله لتحليل الجدول رقم (07) نلاحظ أن نسبة 68.6% هي النسبة الأعلى للمبحوثين الذين أجابوا بأنهم مشتركين منذ أكثر من خمس سنوات، بينما الفئة المشاركة أكثر من سنتين بلغت 25.7 % من تكرار 18، إلى أن تأتي للفئة الأخيرة المشتركة منذ أقل من عام التي بلغت نسبتها 8,5% من تكرار 4 أفراد.

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه أن حسب متغير الجنس أجابوا أفراد العينة من جنس إناث بمند أقل من عام بنسبة 5,7% وبنسبة 20% منذ أكثر من سنتين وبنسبة 30% أجابوا منذ أكثر من خمس سنوات، فنسبة الإناث أكثر من نسبة الذكور إذ بلغت نسبة إجاباتهم 0% لي ما

يتعلق باشتراك منذ أقل من عام، و5,7% منذ أكثر من سنتين و38,5% منذ أكثر من خمس سنوات.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الفئة 22-24 سنة ذات النسبة العالية أجابوا بـ 2,9% بمنذ أقل من عام و8,5% منذ أكثر من سنتين و40% منذ أكثر من خمس سنوات، ثم تأتي لفئة 24 فما فوق أجابوا بنسبة 1,4% منذ أقل من عام و8,5% منذ أكثر من سنتين وبنسبة 18,5% منذ أكثر من خمس سنوات، لنجد الفئة الأخيرة من 19-21 سنة بمجملة إجابات بلغ 20% وهي النسبة الأقل.

أما من حيث المستوى التعليمي نجد النسبة العالية لطلبة الماجستير والتي تمثلت إجاباتهم في 1,4% منذ أقل من عام و17.1% منذ أكثر من سنتين و47.1% منذ أكثر من خمس سنوات، وأما بالنسبة لطلبة الليسانس نجد 4,3% من أجابوا بـ منذ أقل من عام و8,5% منذ أكثر من سنتين و21,4% منذ أكثر من خمس سنوات.

أما فيما يتعلق بمتغير المنطقة الجغرافية نجد كالمعتاد أفراد عينة المنطقة الحضرية أعلى نسبة في الإجابات بنسبة 58.6% بمجملة إجابات كانت أكثرها لمنذ أكثر من خمس سنوات ومنطقه شبه حضرية بـ 25.7% والمنطقة ريفية 15,7%.

وفي الأخير نستنتج أن الطلبة ذكور أو إناث على غرار مستواهم وأكبوا هذه الشبكة منذ بدايتها الأولى حيث شاهدوا انفتاحا لمختلف التكنولوجيات الحديثة والتعلم والاستفادة من جميع الخدمات التي تقدمها هذه التكنولوجيات، إلا من ناحية الفروق نجد أن الذكور كانوا أعلى نسبة من الإناث في منذ قدم مدة الاشتراك وهذا راجع إلى كون أن هذه الشبكة كانت حكرا على الرجال فقط في بدايتها.

الجدول رقم (09) تحليل البيانات المتعلقة بوسيلة الاتصال المستخدمة في التصفح على موقع الفايسبوك

ما وسيلة الاتصال التي تستخدمها عند تصفحك لشبكة الفيس بوك؟								الإجابة	
المجموع		حاسوب المكتب		الحاسوب المتنقل		الهاتف الذكي		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
44.3	31	2.9	2	4.2	3	37.1	26	ذكر	الجنس
55.7	39	2.9	2	5.7	4	47.1	33	أنثى	
100	70	5.7	4	10	7	84.3	59	المجموع	
20	14	1.4	1	0	0	18.5	13	21-19	السن
51.4	36	4.4	1	7.1	5	42.8	30	24-22	
28.6	20	2.9	2	2.9	2	22.8	16	24 فما فوق	
100	70	5.7	4	10	7	84.4	59	المجموع	
34.3	24	2.9	2	1.4	1	30	21	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	2.9	2	8.5	6	54.2	38	ماستر	
100	70	5.7	4	10	7	84.4	59	المجموع	
58.6	41	2.9	2	7.1	5	48.5	34	منطقة حضرية	المنطقة الجغرافية
25.7	18	1.4	1	1.4	1	22.8	16	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	1.4	1	1.4	1	12.8	9	منطقة ريفية	
100	70	5.7	4	10	7	84.4	59	المجموع	

يبين الجدول أعلاه نوع الوسيلة التي يستخدمها المبحوثين في تصفح على شبكه الفيسبوك حيث يتبين لنا أن 84,3% من أفراد العينة يستخدمون الهاتف الذكي تليها نسبة 10% يستخدمون الحاسوب المتنقل ثم 5,7% من يستخدمون حاسوب المكتب.

لاحظ من خلال الجدول أعلاه أنه حسب متغير الجنس نجد أن نسبة الإناث أكثر من نسبة الذكور حيث نجد 47,1% من الإناث الذين يستخدمون الهاتف الذكي، والذكور بنسبة 4,2% يستخدمون حاسوب المتنقل ونسبة 2,9% يستخدمون حاسوب المكتب وأما الإناث نجد 5,7% يستخدمون الحاسوب المتنقل ونسبه 2.9% يستخدمون حاسوب المكتب.

ومن حيث متغير السن نجد أن الفئة التي تتراوح بين 22-24 سنة أجابوا بنسبة أكبر على استخدام الهاتف النقال بنسبة 42.2% و 7.1% حاسوب المتنقل و 4.4% حاسوب المكتب، وأما 24 فما فوق أجابوا بـ 28.08% من الهاتف النقال و 2.9% الحاسوب المتنقل، وحاسوب المكتب، وأما فئة 19-21 نجد 18.5% من أجابوا بالهاتف النقال، و 1.4% حاسوب المكتب، و 0% حاسوب المتنقل.

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي نجد أن طلبه الماجستير يوم أعلى نسبة من طلبة الليسانس من ناحية عدد الإجابات حيث بلغت نسبة أفراد الذين أجابوا بالهاتف الذكي 54.2%، وليساننس بـ 30% وكذلك نفس الشيء في باقي الإجابات التي كانت منخفضة لكلا المستويين.

ثم تأتي متغير المنطقة الجغرافية بلغة إجابات أفراد عينة المنطقة الحضرية 48.5% الهاتف الذكي و 7.1% حاسوب المتنقل و 2.9% حاسوب المكتب، وأما أفراد منطقة شبه حضرية بلغت نسبة 22.8% من أجابوا بالهاتف النقال، و 1.4% الحاسوب المتنقل وحاسوب المكتب، وأما المنطقة الريفية بنسبه 12.8% الهاتف الذكي و 1.4% الحاسوب المتنقل وحاسوب المكتب.

ومن هنا نستخلص في الأخير أن جميع أفراد العينة يستخدمون الهاتف الذكي لتصفح حساباتهم على الفيسبوك وذلك يرجع لسهولة الوسيلة وتصفح بها في أي وقت وأي مكان بالإضافة إلى أن الطلبة تعتبر من فئة الشباب الذين هم أكثر فئة تداول للهاتف الذكي في حين هناك من يستخدم حواسيب المكتب والمحمول وذلك لأغراض أخرى إذ أصبح الهاتف الذكي يتميز بالعديد من المزايا تبعدك إراديا عن الحاسوب.

الجدول رقم(10) تحليل البيانات المتعلقة بالوقت المفضل للتصفح.

ما الوقت المفضل لديك لتصفح شبكة الفيس بوك؟								الإجابة	
المجموع		الليل		المساء		الصباح		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
44.3	31	21.7	19	12.8	9	4.2	3	ذكر	الجنس
55.7	39	30	21	14.2	10	11.4	8	أنثى	
100	70	57.1	40	27.1	19	15.7	11	المجموع	
20	14	12.8	9	4.2	3	2.9	2	21-19	السن
51.4	36	31.4	22	11.4	8	8.5	6	24-22	
28.6	20	12.8	9	11.4	8	4.2	3	24 فما فوق	
100	70	57.1	40	27.1	19	15.7	11	المجموع	
34.3	24	22.8	16	7.1	5	4.2	3	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	34.2	24	20	14	11.4	8	ماستر	
100	70	57.1	40	27.1	19	15.7	11	المجموع	
58.6	41	37.1	26	17.1	12	4.2	3	منطقة حضرية	المنطقة الجغرافية
25.7	18	12.8	9	5.7	4	7.1	5	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	7.1	5	4.2	3	4.2	3	منطقة ريفية	
100	70	57.1	40	27.1	19	15.7	11	المجموع	

يبين الجدول أعلاه الوقت المفضل للتصفح حيث يبين لنا أن 57,1% يتصفحون شبكه الفيسبوك

ليلا، يليها المساء بنسبة 27.1% ثم الصباح بنسبة 15,7%.

حيث يشير الجدول رقم(10) حزب متغير الجنس أن نسبة الإناث والذكور متقاربة نسبيا في الإجابة

المتعلقة بالتصفح ليلا بنسبة 30% للإناث، و 21,7% للذكور، و أما مساء نجد نسبة 12,8% و

14,2% للإناث، و أما صباحا نجد 4,2% للذكور و 11,4% للإناث.

ثم نأتي إلى متغير السن نجد الفئة 24-22 أعلى نسبة بـ 31.4% يتصفحون ليلا و 11,4%

يتصفحون مساء و 8,5% يتصفحون صباحا، و أما الفئة 24 فما فوق نجد 12,8% يتصفحون

فيسبوك ليلا 11.04% مساء 4,2 صباحا، وأما 19-21 نجد 12,8% يتصفحون ليلا و 4,2% يتصفحون مساء و 2,9% يتصفحون صباحا.

ثم تأتي إلى متغير المستوى التعليمي حيث نلاحظ أن النسبة الأعلى لطلبة الماستر ب 34,2% يتصفحون ليلا مقابل 22.8% ليسانس، ثم نجد 20% من الماستر يتصفحون مساء مقابل 7,1% ليسانس، وصباحا بنسبة 11,4% الماستر و 4,2% ليسانس.

وفيما يتعلق بمتغير المنطقة الجغرافية نجد أن معظم الإجابات مرتفعة في خانة المنطقة الحضرية حيث بلغت نسبة التصفح ليلا 37,1% ومساء 17.1% وصباحا 4,2%.

ومنه نستنتج في الأخير أن أوقات تصفح تكون الأكثر ليلا لكلا الجنسين إناث أو ذكور وذلك لأنه يعتبر الوقت الذي يتفرغون فيه عن كل انشغالاتهم ونلاحظ أن عدد قليل من أفراد العينة الطلاب لا يتصفحون صباحا وذلك لارتباطهم بمقاعد الدراسة.

الجدول رقم(11) تحليل البيانات المتعلقة: باللغة المستخدمة داخل شبكة الفيس بوك.

ما اللغة التي تستخدمها للتواصل والتفاعل داخل شبكة الفيس بوك؟								الإجابة	
المجموع		الإنجليزية		الفرنسية		العربية		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
44.3	31	7.1	5	12.8	9	24.2	17	ذكر	الجنس
55.7	39	8.5	6	12.8	9	34.2	24	أنثى	
100	70	15.7	11	25.7	18	58.6	41	المجموع	
20	14	0	0	7.1	5	12.8	9	21-19	السن
51.4	36	12.8	9	11.4	8	27.1	19	24-22	
28.6	20	2.9	2	7.1	5	18.5	13	24 فما فوق	
100	70	15.7	11	25.7	18	58.6	41	المجموع	
34.3	24	4.2	3	8.5	6	21.4	15	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	11.4	8	17.1	12	37.1	26	ماستر	
100	70	15.7	11	25.7	18	58.6	41	المجموع	
58.6	41	10	7	20	14	28.5	20	منطقة حضرية	المنطقة الجغرافية
25.7	18	4.2	3	4.2	3	17.1	12	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	1.4	1	1.4	1	12.8	9	منطقة ريفية	
100	70	15.7	11	25.7	18	58.6	41	المجموع	

يبين لنا الجدول رقم (11) أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون اللغة العربية للتواصل فهي أعلى نسبة بين الإجابات بالنسبة 58.6% من تكرار 41 التالية اللغة الفرنسية بنسبة 25.7% والإنجليزية بنسبة 15.7%.

يوضح لنا الجدول أعلاه حسب متغير الجنس أن الإناث أعلى نسبة من الذكور من ناحية استخدام اللغة العربية حيث بلغت نسبتهم 34,2% مقارنة 24,2% للذكور، أما بخصوص اللغة الفرنسية فهمها متساويان بنسب 12,8%، الإنجليزية نجد 8,5% للإناث و 7,1% ذكور.

نأتي إلى متغير السن حيث نجد الفئة 22-24 أعلى نسبة نجد 27.1% للغة العربية 11.04% للغة الفرنسية 12,8% إنجليزيه، وأما فئة 24 فما فوق نجد 18.5% عربية 7.1% فرنسية و2,9% إنجليزية، وفئة 19-21 نجد 12,8% عربية 7,1% فرنسية و0% إنجليزية.

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي نجد طلبه الماستر أعلى من ناحية استخدام اللغة العربية ب 37.1% والفرنسية 17.1%، والإنجليزية 11.4%، وأما طلبة الليسانس 21,04% عربية و8,5% فرنسية و4,2% إنجليزية.

وبخصوص متغير المنطقة الجغرافية نجد أن المنطقة الحضرية أعلى نسبة كذلك من ناحية استخدام اللغة العربية بنسبه 28.5%، والفرنسية 20% والإنجليزية 10%، والمنطقة شبه حضرية يستخدمون اللغة العربية بنسبة 17.1% وفرنسية والإنجليزية 4,2%، وأيضا المنطقة الريفية يستخدمون كذلك اللغة العربية بنسب 12.8%، والفرنسية والإنجليزية بنسبه 1,4% .

نستنتج في الأخير أن أغلبية أفراد العينة (الطلاب) سواء إناث أو ذكور يتواصلون باللغة العربية أكثر من الفرنسية والإنجليزية، وهذا يعود إلى العامل الجغرافي التي تتواجد في الجامعة إذ الجنوب كله يتعامل تقريبا باللغة العربية.

المحور الثاني: دوافع استخدام طلبة جامعة بسكرة لشبكة الفيس بوك
الجدول رقم(12) تحليل البيانات المتعلقة بأسباب اختبار الطلبة لموقع الفيسبوك

هل اخترت شبكة الفيس بوك ل								الإجابة	
المجموع		شعبية الشبكة		مميزات الشبكة		سهولة الشبكة		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
44.3	31	21.4	15	10	7	12.8	9	ذكر	الجنس
55.7	39	18.5	13	17.1	12	20	14	أنثى	
100	70	40	28	27.1	19	32.9	23	المجموع	
20	14	8.5	6	2.9	2	8.5	6	21-19	السن
51.4	36	22.8	16	12.8	9	15.7	11	24-22	
28.6	20	8.5	6	11.4	8	8.5	6	24 فما فوق	
100	70	40	28	27.1	19	32.9	23	المجموع	
34.3	24	17.1	12	5.7	4	11.4	8	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	22.8	16	21.4	15	21.4	15	ماستر	
100	70	40	28	27.1	19	32.9	23	المجموع	
58.6	41	20	14	15.7	11	22.8	16	منطقة حضرية	المنطقة الجغرافية
25.7	18	10	7	8.5	6	7.1	5	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	10	7	2.9	2	2.9	2	منطقة ريفية	
100	70	40	28	27.1	19	32.9	23	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة أفراد العينة الذين اختاروا شبكة فيسبوك لشعبيتها بلغوا 40% وهي أكبر نسبة، ثم لسهولة الشبكة بنسبة 32,9%، ولمميزات الشبكة بنسبة 27,1%. أما حسب متغير الجنس نجد نسبة الذكور الذين اختاروا سهولة الشبكة بلغوا 12.8% وهي نسبة قليلة مقارنة بالإناث اللواتي بلغت نسبتهم 20% أما الذين اختاروا مميزات الشبكة 10% من الذكور والإناث 17,1%، أما من اختاروا الإجابة بشعبية الشبكة نجد نسبة الذكور فيها بلغت 21.4% في حين 18.5% هي نسبة الإناث.

أما فيما يخص متغير السن نجد أن الفئة من 22-24 سنة أكثر نسبة من الفئات الأخرى الذين اختاروا سهولة الشبكة بنسبة 15.7% ونسبة 12% لمميزات الشبكة، ثم شعبية الشبكة بنسبة 22% وهذا يعود إلى عدد الطلبة الكبير في فئة ما بين 22-24 سنة.

أما من حيث متغير المستوى التعليمي نجد أعلى نسبة من اختاروا سهولة ومميزات الشبكة بلغت نسبتهم 21.4%، وشعبية الشبكة بنسبة 22.8% هم طلبة الماجستير.

أما فيما يخص متغير المنطقة الجغرافية نجد أعلى نسبة الذين اختاروا سهولة شبكة هم الأفراد القاطنين في المنطقة الحضرية بلغت نسبتهم 22.8% ومميزات الشبكة 15.7% وشعبية الشبكات 20% وهذا يعود إلى توافد عدد كبير من الطلبة في الأماكن الحضرية بسبب سرعة تدفق الإنترنت الذي يسمح لهم باستخدام موقع فيسبوك.

ونستنتج أن معظم الطلبة يستخدمون ويلجئون لهذا الموقع لسهولة وشعبية التي جعلت من هذا الموقع محل اهتمام الطالب الجامعي.

الجدول رقم (13) تحليل البيانات المتعلقة بعدد الأصدقاء المتواجدة على صفحات الطلبة في موقع الفاييس بوك

كم تمتلك من صديق في شبكة الفيس بوك؟								الإجابة	
المجموع		200 فما فوق		من 100 إلى 200		اقل من 100			
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المتغيرات	
44.3	31	27.1	19	14.2	10	2.9	2	ذكر	الجنس
55.7	39	8.5	6	14.2	10	32.9	23	أنثى	
100	70	35.7	25	28.6	20	35.7	25	المجموع	
20	14	10	7	2.9	2	7.1	5	21-19	السن
51.4	36	14.2	10	17.1	12	20	14	24-22	
28.6	20	11.4	8	8.5	6	8.5	6	24 فما فوق	
100	70	35.7	25	28.6	20	35.7	25	المجموع	
34.3	24	14.2	10	5.7	4	14.2	10	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	21.4	15	22.8	16	21.4	15	ماستر	
100	70	35.7	25	28.6	20	35.7	25	المجموع	
58.6	41	22.8	16	20	14	15.7	11	منطقة حضرية	المنطقة الجغرافية
25.7	18	5.7	4	7.1	5	12.8	9	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	7.1	5	1.4	1	7.1	5	منطقة ريفية	
100	70	35.7	25	28.6	20	35.7	25	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة أفراد العينة الذين يمتلكون أقل من 100 صديق تبلغ نسبتهم 35,7% نفس نسبة من يمتلكون 200 صديق فما فوق، أما بالنسبة للأفراد الذين يتراوح عدد أصدقائهم من 100 إلى 200 نسبتهم 28,6%.

ويشير الجدول أعلاه حسب متغير الجنس أن نسبة الإناث اللواتي يمتلكن أقل من 100 صديق هي 32,9% أما الذكور بنسبة 2.9%، والذين يمتلكون من 100 إلى 200 صديق نفس النسبة بين الذكور وال إناث 14,2%، أما من لديهم 200 فما فوق من الأصدقاء هم الذكور أعلى نسبة من

الإناث ب 27% أي أن الذكور تفوقوا عن الإناث في 200 فما فوق والإناث تفوقن عن الذكور في أقل من 100 صديق وهذا يعود إلى كثرة المعارف عند الذكور.

أما فيما يخص متغير السن نجد أن أعلى نسبة عند الفئة ما بين 22 و24 سنة في امتلاك الأصدقاء الأقل من 100 صديق ب 20%، ومن 100 إلى 200 بلغت نسبتهم 17.1% ومن 200 فما فوق بلغت 14.1% وهذا يعود إلى أن طلبة الماجستير يتفاعلون بأكثر نشاط وحيوية على الفئات الأخرى.

ثم نأتي إلى متغير المستوى التعليمي نجد نسبة طلبة الماجستير أعلى من ليسانس بنسبة 21.4%، بخصوص أقل من 100 صديق، و 22.8% هي نسبة متقاربة مقارنة بالليسانس التي بلغت 21.4% بخصوص من 100 ل 200 صديق، وأما فيما يتعلق ب 200 فما فوق نجد أن النسبة العالية لطلبة الماجستير بنسبة 21.4% والليسانس ب 14.2%.

وفيما يخص متغير المنطقة الجغرافية نجد أعلى نسب في المنطقة الحضرية في جل الإجابات والذين أجابوا بكثرة على أنهم يملكون أقل من 100 صديق بنسبة 15.7% وأكثر من 200 صديق بنسبة 22.8%.

ومن خلال هذه الانطباعات والمعطيات الإحصائية نستخلص أن عدد الذكور أعلى من الإناث في امتلاك عدد كبير الأصدقاء في الفاسبوك، وأن فئة ما بين 22 و24 هم أكثر نشاطا في امتلاك الأصدقاء، وأن أفراد العينة جلهم من المنطقة الحضرية.

الجدول رقم (14) تحليل البيانات المتعلقة بهدف الطلبة من استخدام موقع الفيسبوك

ما هو هدفك من استخدام شبكة الفيس بوك؟												الإجابة المتغيرات	
المجموع		متابعة ما يتعلق بالعمل أو الدراسة		متابعة الأخبار اليومية		الحاجة للإشباع الفكري		التواصل مع العائلة والأقارب		الإذعان (الضغط) المجتمعي			
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
44.3	31	5.7	4	18.5	13	11.4	8	8.5	6	0	0	ذكر	الجنس
55.7	39	22.8	16	12.8	9	4.2	3	11.4	8	4.2	3	أنثى	
%100,0	70	28.6	20	31.4	22	15.7	11	20	14	4.3	3	المجموع	
20	14	5.7	4	5.7	4	4.2	3	4.2	3	0	0	21-19	السن
51.4	36	15.7	11	15.7	11	5.7	4	12.8	9	1.4	1	24-22	
28.6	20	7.1	5	10	7	5.7	4	2.9	2	2.9	2	24 فما فوق	
%100,0	70	28.6	20	31.4	22	15.7	11	20	14	4.3	3	المجموع	
34.3	24	10	7	10	7	5.7	4	8.5	6	0	0	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	18.5	13	21.4	15	10	7	11.4	8	4.3	3	ماستر	
%100,0	70	28.6	20	31.4	22	15.7	11	20	14	4.3	3	المجموع	
58.6	41	14.2	10	18.5	13	10	7	12.8	9	2.9	2	منطقة حضرية	المكان الجغرافي
25.7	18	25.7	18	8.5	6	4.2	3	1.4	1	0	0	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	15.7	11	11.4	8	1.4	1	5.7	4	1.4	1	منطقة ريفية	
%100,0	70	28.6	20	31.4	22	15.7	11	20	14	4.3	3	المجموع	

يشير الجدول أن نسبة أفراد العينة الذين يتابعون الأخبار اليومية بلغت نسبتهم 31.4% في حين أن من يتابع كل ما يتعلق بالعمل والدراسة بلغت نسبتهم 28.6% وهناك من اختاروا بهدف التواصل

مع الأقارب والعائلة بنسبة 20 %، ثم بهدف الحاجة للإشباع الفكري 15.7 %، وأقل نسبة 4 % تتعلق بالضغط المجتمعي.

نلاحظ أيضا في الجدول حسب متغير الجنس أن أعلى نسبة 22% اختارتها الإناث تتعلق بمتابعة العمل والدراسة وبالنسبة للذكور أعلى نسبة نجدها في متابعة الأخبار اليومية ب 18% أما الإناث 12 %، إضافة للحاجة في الإشباع الفكري نجدها عند الذكور أكثر من الإناث بنسبة 11%، أما بخصوص هدف الضغط المجتمعي نجد الذكور أجابوا بنسبة 0% أما الإناث لديهم نسبة 4%، في حين أن التواصل مع العائلة والأقارب نجد النسبة الأعلى عند الإناث أكثر من الذكور بنسبة 11%

وفيما يتعلق بمتغير السن نجد أعلى النسب عند فئة ما بين 22 و 24 سنة في كل من التواصل مع الأقارب، والضغط بنسبة 1.4%، والحاجة بنسبة 12.8 % ونونسبة الإشباع الفكري 5.7%

أما فيما يخص متغير المستوى التعليمي يتضح لنا أن أكثر نسبة عند طلبة الماجستير بحيث أجابوا بمتابعة الأخبار اليومية بنسبة 21.4 % مقارنة بطلبة الليسانس 10%، وكذلك نجد نسب أعلى في كل ما يتعلق بإجابة متابعة الأخبار اليومية ومتابعة كل ما يتعلق بالعمل والدراسة.

أما بالنسبة متغير المكان الجغرافي نجد فيه أن أعلى النسب اختاروها مبحوثين المنطقة الحضرية أي ما يقارب 18.5% من مستخدمي شبكة الفيسبوك هدفهم متابعة الأخبار اليومية، و 14.2% متابعة كل ما يتعلق بالعمل والدراسة، و 12.8% للتواصل مع الأقارب و 10% للإشباع الفكري و 2.9% للاذعان المجتمعي.

وعليه نستنتج أن الهدف المهم الذي إختاره المبحوثين بنسبة تفوقت على الأهداف الأخرى هو متابعة الأخبار اليومية وكل ما يتعلق بالدراسة وذلك لأن أفراد عيني كلهم من الطلبة الجامعيين، فموقع الفيسبوك فتح لهم العديد من الأفق ومنحه لهم العديد من التسهيلات شملت سلك التعليم.

الجدول رقم (15) تحليل البيانات المتعلقة برغبة الطلبة من وراء استخدام الفاييسوك

ما هي رغبتك من وراء استخدام شبكة الفيس بوك؟										الإجابة	
المجموع		متابعة الأخبار		الاستفادة		التعلم		التعارف		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
44.3	31	14.2	10	12.8	9	7.1	5	10	7	ذكر	الجنس
57.7	39	14.2	10	25.7	18	8.5	6	7.1	5	أنثى	
%100,0	70	28.6	20	38.6	27	15.7	11	17.1	12	المجموع	
20	14	4.2	3	7.1	5	4.2	3	4.2	3	21-19	السن
51.4	36	15.7	11	20	14	5.7	4	10	7	24-22	
28.6	20	8.5	6	11.4	8	5.7	4	2.9	2	24 فما فوق	
%100,0	70	28.6	20	38.6	27	15.7	11	17.1	12	المجموع	
34.3	24	8.5	6	12.8	9	5.7	4	7.1	5	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	20	14	25.7	18	10	7	10	7	ماستر	
%100,0	70	28.6	20	38.6	27	15.7	11	17.1	17	المجموع	
58.6	41	15.7	11	21.4	15	5.8	6	12.8	9	منطقة حضرية	المكان الجغرافي
25.7	18	5.8	6	10	7	4.2	3	2.9	2	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	4.2	3	7.1	5	2.9	2	1.4	1	منطقة ريفية	
%100,0	70	28.6	20	38.6	27	15.7	11	17.1	12	المجموع	

يوضح الجدول الآتي رقم (15) أن معظم أفراد العينة أجابوا بأن رغبتهم من وراء استخدام الفيسبوك

هي الاستفادة بنسبة 38.6 من تكرار 27 فرداً، وأما فيما يخص متابعة الأخبار بلغت نسبتهم

28.6% من تكرار 20 فرداً، والتعارف بنسبة 17.1% والتعلم بنسبة 15.7%.

ومن خلال معطيات الجدول نجد حسب متغير الجنس أن الذكور أعلى نسبة من أجابوا رغبتهم في

التعارف بنسبة 10% والانات 7.1%، وإجابة الرغبة في التعلم نجدها متقاربة بين الاناث والذكور

بنسبة 7.1% للذكور و8.5% للإناث، وبخصوص الإجابة الرغبة في الاستفادة نرى أن الإناث

أعلى نسبة مقارنة بالذكور بنسبة %25.7، وفيما يتعلق بإجابة متابعة الأخبار نجدها متساوية بين الإناث والذكور بنسبة %14.2 وبالتالي يتبين لنا أن الإناث رغبتهم هي الاستفادة من هذا الموقع عكس الذكور التي كانت نسبتهم في هاته الإجابة ضئيلة جدا.

نأتي لمتغير السن نجد الفئة الأكثر إجابة هي فئة 22-24 الذين أجابوا برغبة في التعارف بنسبة %10 والرغبة في التعلم بنسبة %5.7 و%20 للرغبة في الاستفادة، وأما %15.7 لمتابعة الأخبار. أما بخصوص متغير المستوى التعليمي نجد أن طلبة الماستر أجابوا الرغبة في التعارف بنسبة %10 وطلبة الليسانس ب %7.1، والرغبة في التعلم نجد %10 للماستر و%5.7 لليسانس والرغبة في الاستفادة %18 للماستر و%9 لليسانس، وملتابعة الأخبار %14 لطلبة الماستر و%8.5 لليسانس وبالتالي يتبين لنا أن طلبة الماستر يرغبون في الاستفادة أكثر من طلبة الليسانس.

لنأتي إلى متغير المنطقة الجغرافية يتبين لنا أن أفراد العينة القاطنين في المنطقة الحضرية أجابوا بنسب عالية عكس المناطق الأخرى، حيث نجد أن من يرغبون التعارف بلغت نسبتهم %12.8 والتعلم %5.8 والاستفادة %21.4 و%15.7 لمتابعة الاخبار.

وفي الأخير نستنتج أن الفيسبوك أحد مواقع التواصل الاجتماعي الهامة التي يمكن من خلالها الاستفادة منه من جميع المجالات خاصة التعليمية لما أصبح يساعد الطالب الجامعي الآن في تزويده بمختلف المعلومات في مشواره الجامعي.

الجدول رقم (16) تحليل البيانات المتعلقة بدافع الطلبة من استخدام الفيسوك

ما الذي يدفعك إلى استخدام شبكة الفيس بوك؟										الإجابة	
المجموع		الدردشة فقط		الهروب من الواقع		للتخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي		للتخلص من القلق		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
44.3	31	27.1	19	1.4	1	7.1	5	8.5	6	ذكر	الجنس
55.7	39	18.5	13	7.1	5	10	7	20	14	أنثى	
%100,0	70	45.7	32	8.6	6	17.1	12	28.6	20	المجموع	
20	14	14.2	10	0	0	1.4	1	4.2	3	21-19	السن
51.4	36	21.4	15	7.1	5	7.1	5	15.7	11	24-22	
28.6	20	10	7	1.4	1	8.5	6	8.5	6	24 فما فوق	
%100,0	70	45.7	32	8.6	6	17.1	12	28.6	20	المجموع	
34.3	24	20	14	2.9	2	5.7	4	5.7	4	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	25.7	18	5.7	4	11.4	8	22.8	16	ماستر	
%100,0	70	45.7	32	8.6	6	17.1	12	28.6	20	المجموع	
58.6	41	27.1	19	2.9	2	8.5	6	20	14	منطقة حضرية	المكان الجغرافي
25.7	18	10	7	2.9	2	4.2	3	8.5	6	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	8.5	6	2.9	2	4.2	3	0	0	منطقة ريفية	
%100,0	70	45.7	32	8.6	6	17.1	12	28.6	20	المجموع	

نلاحظ في الجدول أعلاه أن أعلى نسبة من الذين اختاروا دافع الدردشة فقط من استخدام الفيسوك بنسبة 45% ثم تأتي نسبة 28,6% للتخلص من القلق ثم يأتي بعدها التخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي بنسبة 17% والدافع الأخير من استخدام الفيسوك هو الهروب من الواقع بنسبة 8%.

وحسب متغير الجنس نلاحظ أن أكبر نسبة عند الإناث ب 20% من اخترن التخلص من القلق وهذا ما يدفعهن إلى استخدام الفيسوك، أما الذكور 8,5%، وكذلك نسبة 10% و 7% عند

الإناث في التخلص من الفراغ العاطفي و الاجتماعي، وفي الهروب من الواقع أيضا أي أكثر من الذكور 1%، أما الذكور أكثر من الإناث بنسبة 27% في دافع استخدام الفيسبوك للردشة فقط أي أن الذكور دافعهم الوحيد هو الردشة فقط، أما الإناث دوافعهن هي الهروب من الواقع والفراغ العاطفي والاجتماعي وهذا بسبب البقاء في البيت لمدة طويلة.

ثم نمر إلى متغير السن نجد أن فئة ما بين 22-24 سنة أكثر نسبة قدرت ب 15% من اختاروا دافع التخلص من القلق والهروب من الواقع نسبته 7.1% وكذلك الردشة فقط ب 21%، أما من حيث التخلص من الفراغ العاطفي فإن فئة 24 سنة فما فوق أكثر من الفئات الأخرى بنسبة 8,5%.

أما متغير المستوى التعليمي نجد أعلى نسبة من اختاروا التخلص من القلق والردشة فقط والهروب من الواقع والفراغ العاطفي والاجتماعي عند طلبة الماستر هم من اختاروا كل الدوافع بأعلى النسب عن طلبة ليسانس وتمثلت في 25.7% في دافع الردشة فقط و 22.8% في دافع التخلص من القلق، أما 11.4% التخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي، في حين 5.7% على الهروب من الواقع.

وفيما يتعلق بمتغير المكان الجغرافي نجد أعلى نسبة في المناطق الحضرية وتفوقوا على المناطق الأخرى في اختيار كل الدوافع 27%، 20%، 8% في كل من الردشة فقط والتخلص من القلق والفراغ العاطفي والاجتماعي.

ومنه نستنتج أن المبحوثين قد ركزوا عن دافع الردشة فقط عند كل من الفئة العمرية لسن ما بين 20-24 سنة وعند طلبة الماستر وفي الأماكن الحضرية وعند الذكور بأعلى نسبة، أما من اختاروا الهروب من الواقع والتخلص من القلق كانت النسبة أكبر عند الإناث وهذا يعود إلى مكوثهن في البيت.

الجدول رقم (17) تحليل البيانات المتعلقة بمدى إتاحة الفرصة للطلبة في التعبير عن آرائهم على موقع الفاييسبوك

هل شبكة الفيس بوك تتيح لك فرصة التكلم بكل حرية وجرأة عما هو في الواقع في مختلف المواضيع؟						الإجابة	
المجموع		لا		نعم		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
4.3	31	12.8	9	31.4	22	ذكر	الجنس
55.7	39	7.1	5	48.5	34	أنثى	
%100,0	70	20	16	80	56	المجموع	
20	14	4.2	3	15.7	11	21-19	السن
51.4	36	12.8	9	38.5	27	24-22	
28.6	20	2.9	2	25.7	18	24 فما فوق	
%100,0	70	20	14	80	56	المجموع	
34.3	24	10	7	24.2	17	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	10	7	55.7	39	ماستر	
%100,0	70	20	14	80	56	المجموع	
58.6	41	11.4	8	47.1	33	منطقة حضرية	المكان الجغرافي
25.7	18	4.2	3	21.4	15	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	4.2	3	11.4	8	منطقة ريفية	
%100,0	70	20	14	80	56	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول الذي يوضح: هل يتيح الفيسبوك فرصة التكلم بكل حرية وجرأة لدى الباحثين عما هو في المواضيع وسنرى الإجابات إما ب لا او تكون ب نعم ويشير الجدول إلى أن نسبة 80% من اختاروا الإجابة بنعم و20% اختاروا لا.

وفيما يتعلق بمتغير الجنس نجد أعلى نسبة عند الإناث 48% نعم، أما الذكور 31% أجابوا بنعم أيضاً، أما من حيث الإجابة ب لا فكانت الإجابة عند الذكور أعلى من الإناث بنسبة 12% والإناث

7%، وهذا يعني أن الإناث الأكثر حرية وجرأة في التكلم والفيسبوك أتاح لهم الفرصة في التكلم في مختلف المواضيع.

وفيما يخص متغير سن نجد فئة ما بين 22-24 سنة الأكثر بـ 38.5% أجابوا بنعم و12.8% بـ لا وهم أكثر من الفئات الأخرى إجابة.

حسب متغير المستوى التعليمي دائما طلبة الماستر في المقدمة بـ 55.7% اختاروا الإجابة بنعم، وطلبة الليسانس بنسبة 24.2 بالمقابل نجدهم متفقين ومتساوين في الإجابة بلا بنسبة 10.

ثم نأتي لمتغير المكان الجغرافي نجد أن المنطقة الحضرية هي الأعلى من حيث نسبة الإجابات، إذ نجد أن من أجابوا بنعم بلغت نسبتهم بـ 47.1 و بـ لا 11.4، أما المنطقة الشبه الحضرية نرى أن من اختاروا الإجابة بنعم بلغت نسبتهم 21.4، وبلا 4.2، أما المنطقة الريفية فقدرت نسبة الإجابة بنعم 11.4، وبلا 4.2.

ومن هنا نستخلص أن موقع الفيسبوك أصبح عبارة عن وسيلة جيدة تسمح للطلاب الجامعي أن يعبر بكل جرأة وحرية عن رأيه، حيث أصبح متنفسا للطلاب يستطيع من خلاله أن يتعاطى فيه مع مختلف القضايا التي تثير اهتمامه.

المحور الثاني: الاشباع المحققة من استخدام طلبة جامعة بسكرة لموقع الفيسبوك
الجدول رقم(18) تحليل البيانات المتعلقة بالمعلومات الأكثر استقطابا من قبل الطلبة على
موقع الفيسبوك

ما هي المعلومات الأكثر استقطابا من قبل الطلبة على موقع الفيسبوك؟										الإجابة	
المجموع		الرياضية		الثقافية		السياسية		الاجتماعية		المتغيرات	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
44.3	31	5.7	4	2.9	2	5.7	4	30	21	ذكر	الجنس
55.7	39	0	0	11.4	8	1.4	1	42.8	30	أنثى	
%100.0	70	5.7	4	14.3	10	7.1	5	72.9	51	المجموع	
20	14	0	0	2.9	2	2.9	2	14.2	10	21-19	السن
51.4	36	4.2	3	7.1	5	1.4	1	38.5	27	24-22	
28.6	20	1.4	1	4.2	3	2.9	2	20	14	24 فما فوق	
%100.0	70	5.7	4	14.3	10	7.1	5	9.72	51	المجموع	
34.3	24	2.9	2	5.7	4	4.2	3	21.4	15	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	2.9	2	8.5	6	2.9	2	51.4	36	ماستر	
%100.0	70	5.7	4	14.3	10	7.1	5	72.9	51	المجموع	
58.6	41	4.2	3	4.2	3	4.2	3	45.7	32	منطقة حضرية	المكان الجغرافي
25.7	18	0	0	5.7	4	2.9	2	17.1	12	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	1.4	1	4.2	3	0	0	10	7	منطقة ريفية	
%100.0	70	5.7	4	14.3	10	7.1	5	72.9	51	المجموع	

نلاحظ في الجدول أعلاه أن أفراد العينة الذين اختاروا أكبر نسبة من المعلومات الاجتماعية بـ
72.9% وهي الأكثر استقطابا لاهتمام الباحثين في شبكة الفيسبوك ثم الثقافية بـ 14.3% ثم
سياسية 7.1% ثم رياضية 5.7%.

وحسب متغير الجنس نلاحظ أن الإناث اخترن متابعة المعلومات الاجتماعية كأعلى نسبة 42.8% عن الذكور، وهذا الأخير تفوق عن الإناث في المعلومات السياسية الأكثر استقطابا لديهم ب 5.7%، أما بالنسبة للمعلومات الثقافية نجد نسبة الإناث أكثر من الذكور ب 11.4% والرياضية الذكور أكثر ب 5.7% وذلك لأن الذكور يتابعون الرياضة أكثر من الإناث التي بلغت نسبتهم ب 0%

وفيما يخص متغير السن نلاحظ أن فئة ما بين 22-24 سنة هم أكثر نسبة في كل المجالات الاجتماعية أولا ثم الرياضية، الثقافية، السياسية بمحمل إجابات بلغ 51.4%

وفيما يتعلق بالمستوى التعليمي نجد طلبة الماستر اختاروا المعلومات الاجتماعية كأكثر نسبة 51.4% أما طلبة ليسانس 21.4% في حين تفوقوا عن طلبة الماستر في المجال السياسي ب 5.7%، أما في المعلومات الثقافية نجد طلبة الماستر أكثر ب 8.5%. أما بالنسبة للمعلومات الرياضية نفس النسبة 2,9% لكلا المستويين.

وحسب متغير المكان الجغرافي فإن أكثر الإجابات نجدها في المنطقة الحضرية بنسبة 45.7% يستقطبون المعلومات الاجتماعية والسياسية والثقافية والرياضية بلغت نسبتها 4.2%.

ونستنتج في الأخير أن المعلومات التي يستقطبها الطلبة الجامعيين اجتماعية أكثر منها سياسية وثقافية ورياضية، وذلك لأن موقع الفايسبوك يطرح الكثير من القضايا الاجتماعية (الآفات الاجتماعية)، وذلك لإرشاد جميع فئات المجتمعات خاصة الشباب الذي يعتبر الطالب جزءا من هذه الفئة.

الجدول رقم (19) يبين تحقيق الطلبة من وراء استخدام الفايسبوك

ما الذي تحققه من وراء استخدام شبكة الفيس بوك؟								الإجابة	
المجموع		التسلية والترفيه		العلمية والمعرفية		الفصح عن الآراء		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
44.3	31	8.5	6	20	14	15.7	11	ذكر	الجنس
55.7	39	8.5	6	27.1	19	20	14	أنثى	
100	70	17.1	12	47.1	33	35.7	25	المجموع	
20	14	4.2	3	7.1	5	8.5	6	21-19	السن
51.4	36	10	7	22.8	16	18.5	13	24-22	
28.6	20	2.9	2	17.1	12	8.5	6	24 فما فوق	
100	70	17.1	12	47.1	33	35.7	25	المجموع	
34.3	24	5.7	4	11.4	8	17.1	12	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	11.4	8	35.7	25	18.5	13	ماستر	
100	70	17.1	12	47.1	33	35.7	25	المجموع	
58.6	41	8.5	6	21.4	15	28.5	20	منطقة حضرية	المنطقة الجغرافية
25.7	18	2.9	2	17.1	12	7.5	4	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	5.7	4	8.5	6	1.4	1	منطقة ريفية	
100	70	17.1	12	47.1	33	35.7	25	المجموع	

نلاحظ في الجدول أعلاه أن أفراد العينة اختاروا الإشباع وتزويد بالقدرات المعرفية والعلمية كأكثر نسبة تقدر بـ 47% فيما يحققونه من وراء استخدام شبكة الفيسبوك، تليها الفصح عن الآراء بنسبة 35%، ثم التسلية والترفيه بنسبة 17%.

وفيما يتعلق بالمتغيرات فإن متغير الجنس عند الذكور أقل من الإناث في الفصح عن الآراء بـ 15.7% والإناث 20%، وكذلك في الإشباع وتزويد بالقدرات المعرفية والعلمية عند الإناث 27.1% والذكور 20%، ومتقاربان بنسبة 8,5% في التسلية والترفيه بين الذكور والإناث. وحسب متغير

السن نجد الفئة ما بين 22 و24 سنة أكثر تفوقا على كل الفئات ب 18.5% في الفصح والآراء، و22.8% في الإشباع و10% في التسلية والترفيه.

في حين نجد بأن متغير المستوى التعليمي تفوق فيه وتميز طلبة الماستر في كل من الإشباع ب 35.7% وتزويد بالقدرات المعرفية والعلمية، والفصح عن الآراء بنسبة 18.5%، والتسلية والترفيه بنسبة 11.4%.

وفيما يخص بمتغير المنطقة الجغرافية نجد أن أفراد العينة القاطنين في المنطقة الحضرية أكثر إجابة ب 28.5% الفصح عن الآراء والإشباع والتزويد بالقدرات العلمية والمعرفية بلغت نسبة الإجابة فيها 21.4% والتسلية والترفيه ب 8.5%، تليها المنطقة الشبه حضرية بمجملة إجابات قدرت ب 25.7%، ثم المنطقة الريفية بمجملة إجابات 15.7% وهي النسبة الأقل مقارنة بالمنطقة الحضرية.

ونستخلص من خلال معطيات الجدول أن أفراد العينة (الطلبة الجامعيين) حقق لهم الفايديسوك حرية التعبير الذي كان لهم متنفسا يفصحون فيه عن آرائهم في شتى المواضيع، كما زودهم بالقدرات العلمية والمعرفية خاصة في مشوارهم الجامعي.

الجدول رقم (20) يوضح البيانات المتعلقة بالطرق التي يستخدمها الطلبة في البحث عن المعلومات والأخبار

ما الطرق التي تستخدمها في البحث عن المعلومات والأخبار؟								الإجابة		المتغيرات
المجموع		عن طريق تصفح صفحات المتخصصة		عن طريق تصفح صفحات المجموعات		عن طريق تصفح صفحات الأشخاص				
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار			
44.3	31	15.7	11	17.1	12	11.4	8	ذكر	الجنس	
55.7	39	18.5	13	34.2	24	2.9	2	أنثى		
100	70	34.3	24	51.4	36	14.3	10	المجموع		
20	14	4.2	3	12.8	9	2.9	2	21-19	السن	
51.4	36	15.7	11	27.1	19	8.5	6	24-22		
28.6	20	14.3	10	11.4	8	2.9	2	24 فما فوق		
100	70	34.3	24	51.4	36	14.3	10	المجموع		
34.3	24	12.8	9	18.5	13	2.9	2	ليسانس	المستوى التعليمي	
65.7	46	21.4	15	32.8	23	8.5	8	ماستر		
100	70	34.3	24	51.4	36	14.3	10	المجموع		
58.6	41	21.4	15	27.1	19	10	7	منطقة حضرية	المنطقة الجغرافية	
25.7	18	8.5	6	15.7	11	1.4	1	منطقة شبه حضرية		
15.7	11	4.2	3	8.5	6	2.9	2	منطقة ريفية		
100	70	34.3	24	51.4	36	14.3	10	المجموع		

يتضح لنا من خلال الجدول أن المبحوثين الذين اختاروا من أكثر الطرق التي يستخدمونها بنسبة عالية في تصفح تكون عن طريق تصفح صفحات المجموعات 51.4%، ثم عن طريق تصفح صفحات متخصصة 34.3%، ثم صفحات الأشخاص بنسبة 14%

ونرى في هذا الجدول حسب متغير الجنس أن الذكور اختاروا صفحات الأشخاص أكثر من الإناث ب 11% و الإناث تجاوزن الذكور في تصفح عبر صفحات المجموعات ب 34%، أما الذكور 17%، أما عن طريق تصفح صفحات متخصصة الإناث أكثر كذلك ب 18% و الذكور 15%

% وحسب متغير السن فإن أعلى نسبة تصفح عند فئة 22-24 سنة و الذين اختاروا صفحات المجموعات نسبتهم 27% كأكثر نسبة و 15.7% عن طريق تصفح الصفحات المتخصصة، و 8.5% عن طريق تصفح صفحات الأشخاص.

وحسب متغير المستوى التعليمي نجد طلبة الماستر يتصفحون أكثر من طلبة ليسانس في كل الصفحات فتمثلت نسبة تصفح صفحات المجموعات 32.8%، والصفحات المتخصصة 21.4% و صفحات الأشخاص بنسبة 8.5%.

أما حسب متغير المكان الجغرافي نرى أن المنطقة الحضرية هي أعلى نسبة من حيث الإجابات إذ أجاب أفراد العينة بنسبة 27.1% تصفح صفحات المجموعات والمنطقة الشبه حضارية أجابة بـ 15.7% والريفية بـ 8.5%، أما فيما يتعلق بالإجابة على تصفح صفحات الأشخاص نجد أن النسبة الأعلى لأفراد المنطقة الحضرية بنسبة 10%، وشبه حضارية بنسبة 1.4%، والريفية 2.9%.

ونتيجة لذلك يتبين لنا أن معظم أفراد العينة يتصفحون صفحات المجموعات لما تفيد الطالب في الاطلاع على محاضرات دروسه وكشوفات نقاطه التي أصبحت توضع في صفحات الجامعة أو صفحة الكلية المنتمي إليها.

الجدول رقم(21) يوضح البيانات المتعلقة بشعور الطلبة عندما لا يستخدمون موقع الفيسبوك

حينما لا تدخل وتتصفح شبكة الفيس بوك بماذا تشعر؟								الإجابة	
المجموع		اللامبالاة		الحساب		الاضطراب			
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
44.3	31	21.4	15	17.1	12	5.7	4	ذكر	الجنس
55.7	39	30	21	24.2	17	1.4	1	أنثى	
100	70	51.4	36	41.4	29	7.1	5	المجموع	
20	14	12.8	9	7.1	5	0	0	21-19	السن
51.4	36	25.7	18	24.2	17	1.4	1	24-22	
28.6	20	12.8	9	10	7	5.7	4	24 فما فوق	
100	70	51.4	36	41.4	29	7.1	5	المجموع	
34.3	24	17.1	12	17.1	12	0	0	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	34.2	24	24.2	17	7.1	5	ماستر	
100	70	51.4	36	41.4	29	7.1	5	المجموع	
58.6	41	25.7	18	30	21	2.9	2	منطقة حضرية	المنطقة الجغرافية
25.7	18	17.1	12	7.1	5	1.4	1	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	8.5	6	4.2	3	8.9	2	منطقة ريفية	
100	70	51.4	36	41.4	29	7.1	5	المجموع	

يتبين لنا من خلال الجدول أن المبحوثين الذين اختاروا اللامبالاة هم أكثر عدد بنسبة 51%، ثم الذين اختاروا الرغبة الملحة 41% في الدخول وتصفح شبكة الفيسبوك ثم الذي يشعرون بالاضطراب ب 7% لعدم دخولهم إلى شبكة الفيسبوك، أي أن شعور اللامبالاة الأكثر اختياراً.

وفيما يخص متغير الجنس نجد نسبة 5% من الذكور الذين أجابوا بالاضطراب والإناث 1%، أما نسبة الإناث 24% تتفوق عن الذكور 17% في الإجابة عن شعور الرغبة الملحة للدخول إلى الحساب، وكذلك 30% اللامبالاة عند الإناث أكثر من الذكور 21%. في حين نجد في متغير

السن أعلى نسبة عند فئة ما بين 22 و 24 سنة أجابوا باللامبالاة 25% وحسب المستوى التعليمي عند طلبة الماستر 34 % أكثر نسبة إجابة باللامبالاة،

وفي متغير المكان الجغرافي أكثر نسبة في المنطقة الحضرية 25% كذلك يشعرون باللامبالاة، وعليه فإن المبحوثين عندما لا يتصفحون الفيسبوك يشعرون باللامبالاة حسب إجاباتهم في كل المتغيرات والفئات العمرية.

الجدول رقم(22) يوضح البيانات المتعلقة تأثير الفيسبوك على الطلبة

هل يؤثر الفيس بوك على؟								الإجابة	
المجموع		عدم تأدية الأعمال في وقتها		تضييع وقتك		علاقاتك مع اسرتك		المتغيرات	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
44.3	31	12.8	9	30	21	1.4	1	ذكر	الجنس
55.7	39	11.4	8	38.5	27	5.7	4	أنثى	
100	70	24.3	17	68.6	48	7.1	5	المجموع	
20	14	4.2	3	14.3	10	1.4	1	21-19	السن
51.4	36	14.3	10	34.2	24	2.9	2	24-22	
28.6	20	5.7	4	20	14	2.9	2	24 فما فوق	
100	70	24.3	17	68.6	48	7.1	5	المجموع	
34.3	24	7.1	5	25.7	18	1.4	1	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	17.1	12	42.8	30	5.7	4	ماستر	
100	70	24.3	17	68.6	48	7.1	5	المجموع	
58.6	41	15.7	11	38.5	27	4.2	3	منطقة حضرية	المنطقة الجغرافية
25.7	18	4.2	3	20	14	1.4	1	منطقة شبه حضرية	
	11	4.2	3	10	7	1.4	1	منطقة ريفية	
100	70	24.3	17	68.6	48	7.1	5	المجموع	

نلاحظ في الجدول أعلاه أن أكبر نسبة 68% من أجبوا بأن الفيسبوك يؤثر عليهم من خلال تضييع وقتهم ثم 24% من قالوا بأنه يؤثر على عدم تأديتهم للأعمالهم في وقتها، ثم 7% من أفراد العينة الذين أجبوا بتأثير الفيسبوك على علاقاتهم الأسرية.

وفيما يتعلق بمتغير الجنس فإن أعلى نسبة 38% عند الاناث وكانت إجاباتهن تضييع الوقت، أما الذكور 30% و 12% أكثر من الإناث في حين أجبوا بعدم تأدية الأعمال في وقتها، والتأثير على العلاقة الأسرية عند الإناث أكثر من الذكور بنسبة 5%، وهذا يعود الى مكوناتهن في البيت، أما متغير السن نجد أكثر الإجابات هي تضييع الوقت بنسبة 34% عند فئة ما بين 22 و 24 سنة، وبالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فإن طلبة الماستر اختاروا كذلك تضييع الوقت بنسبة 42% وطلبة ليسانس 25%. ومنه نستنتج ان الفاييسبوك له تأثير كبير في تضييع الوقت على كل المتغيرات.

المحور الرابع: المعالم الهوية الافتراضية التي تقدمها شبكه الفيسبوك.

الجدول رقم(23) يوضح البيانات المتعلقة نسب استخدام الطلبة للاسم المستعار على موقع

الفيسبوك

هل اسم حسابك على الفيس بوك هو اسم مستعار؟						الإجابة	
المجموع		لا		نعم			
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
44.3	31	40	28	4.2	3	ذكر	الجنس
55.7	39	27.1	19	28.5	20	أنثى	
%100,0	70	67.1	47	32.9	23	المجموع	
20	14	11.4	8	8.5	6	21-19	السن
51.4	36	37.1	26	14.2	10	24-22	
28.6	20	18.5	13	10	7	24 فما فوق	
%100,0	70	67.1	47	32.9	23	المجموع	
34.3	24	22.8	16	11.4	8	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	44.2	31	21.4	15	ماستر	
%100,0	70	67.1	47	32.9	23	المجموع	
58.6	41	45.7	32	12.8	9	منطقة حضرية	المكان الجغرافي
25.7	18	12.8	9	12.8	9	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	8.5	6	7.1	5	منطقة ريفية	
%100,0	70	67.1	47	32.9	23	المجموع	

يبين الجدول رقم (23) نسبة استخدام الاسم المستعار على صفحه الفيسبوك، حيث نلاحظ أن أغلبيه

أفراد العينة أجابوا بنعم بنسبة 32,9% وبلا بنسبة 67,1% .

حيث نلاحظ في الجدول أعلاه حسب متغير الجنس أن نسبة الإناث التي أجابت بنعم تقدر بـ

28,5% وهي نسبة عالية مقارنة بالذكور الذي تبلغ نسبة إجابتهم 4,2%، وأما الذين أجابوا بلا

بند 40% للذكور مقابل 27.1% للإناث.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد أن الفئة بين 22-24 أعلى نسبة من أجابوا بلا بنسبة 37,1% مقابل 14,2% من أجابوا بنعم، وأما 24 فما فوق نجد نسبة 10% من أجاب بنعم و18,5% بلا، وأما فئة 19-21 نجد من أجاب بنعم نسبتهم 11,4% وبلا 8,5% .

أما حسب متغير المستوى التعليمي نجد طلبه الماستر أكثر إجابته بلا 44,2% مقابل 22,8% ليسانس وهي تعتبر نسبة عالية جدا، مقابل 21,04% من أجاب بنعم للماستر 11,4% ليسانس.

نأتي حسب متغير المكان الجغرافي حيث أعلى نسبة وجدناها لأفراد العينة القاطنين في المنطقة الحضرية حيث بلغت نسبة من أجاب بلا 45,7% ومن أجاب بنعم بلغت نسبتهم 12,8، المنطقة شبه حضرية بلغت نسبة إجاباتهم بنعم ولا 12,08%، وأما المنطقة الريفية بلغت نسبة إجاباتهم بنعم 7,1% و8,5% بلا.

حيث نستشف في الأخير أن الإناث هم أكثر استخداما للاسم المستعار مقابل الذكور وهذا ما لاحظناه في الجدول أعلاه وسنأتي للمزيد من الشرح في الجدول القادم.

الجدول رقم(24) يوضح البيانات المتعلقة الدافع من وراء إخفاء الطلبة لأسمائهم الحقيقية

إذا كانت إجابتك(ي) بنعم: فما الدافع من وراء اخفاء اسمك الحقيقي؟										الإجابة	
المجموع		التأثر بأسماء مشاهير		إبداء رأيك بكل حرية في شتى الموضوعات		الرغبة في إخفاء شخصيتك الحقيقية		التخوف من معرفة الحساب			
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
4.2	3	0	0	1.4	1	1.4	1	1.4	1	ذكر	الجنس
28.5	20	2.9	2	8.5	6	10	7	7.1	5	أنثى	
%100.0	23	2.9	2	10	7	11.4	8	8.5	6	المجموع	
8.5	6	1.4	1	0	0	2.9	2	4.2	3	21-19	السن
14.3	10	1.4	1	4.2	3	8.5	6	0	0	24-22	
10	7	0	0	5.7	4	0	0	4.2	3	24 فما فوق	
%100.0	23	2.9	2	10	7	11.4	8	8.5	6	المجموع	
11.4	8	2.9	2	1.4	1	4.2	3	2.9	2	ليسانس	المستوى التعليمي
21.4	15	0	0	8.5	6	7.1	5	5.7	4	ماستر	
%100.0	23	2.9	2	10	7	11.4	8	8.5	6	المجموع	
12.8	9	0	0	2.9	2	5.7	4	4.2	3	منطقة حضرية	المكان الجغرافي
12.8	9	1.4	1	5.7	4	2.9	2	2.9	2	منطقة شبه حضرية	
7.1	5	1.4	1	1.4	1	2.9	2	1.4	1	منطقة ريفية	
%100.0	23	2.9	2	10	7	11.4	8	8.5	6	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 8.5% أجابوا التخوف من معرفه الحساب ونسبة 11.4% أجابوا الرغبة في اخفاء الشخصية الحقيقية، ونسبة 10% إبداء الرأي بكل حرية في شتى الموضوعات 2,9% التأثر بأسماء المشاهير.

يبين لنا جدول رقم(24) حزب متغير للجنس أن الإناث هم أعلى نسبة من الذكور من ناحية اخفاء الاسم الحقيقي، حيث نجد 7,1% يتخوفون من معرفه الحساب و10% يرغبون في اخفاء شخصيتهم

الحقيقية و 8,5% لإبداء الرأي بكل حريه، 2,9% التأثر بأسماء مشاهير. وأما الذكور نجد نسبة 1,4% يتخوفون من معرفه الحساب ويرغبون في اخفاء شخصيتهم ولإبداء الرأي بكل حريه و0% التأثر بأسماء مشاهير.

نأتي إلى متغير السن نجد الفئة 22-24 أعلى نسبة من ناحية الإجابات ب 10%، ثم فئة 24 فما فوق ب 7%، ثم نسبه 6% لفئة من 19-21.

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي نجد طلبه الماستر كذلك أعلى نسبة من ناحية الإجابات التي بلغت 15% لمحمل كل الإجابات وطلبه ليسانس ب 8%.

بخصوص متغير المكان الجغرافي نجد أفراد العينة القاطنين بالمنطقة الحضرية وشبه الحضرية أعلى نسبة ب 9% وأما المنطقة الريفية ب 5%.

نستخلص في الأخير كما قلنا سابقا أن الإناث هم أكثر استخداما للأسماء المستعارة على صفحه الفايسبوك، وهذا راجع للبيئة التي تعيش فيها الانثى في مجتمعنا المحافظ وللعديد من الأسباب كذلك ممن تخوف من معرفه الحساب والتشكيك في طبيعة وأهداف هذه الشبكة وكذلك بسبب غياب الرقابة فهناك من يستخدم هويته المزيفة للتمرد على المجتمع وتأكيد الذات لاسيما أن فتره الشباب هي فتره حساسة تتسم بتحولات نفسيه واجتماعيه وجسدية وترجع كذلك لأسبابهم الخاصة أو قله الثقة أو للحفاظ على الخصوصية والسمعة.

الجدول رقم (25) يوضح البيانات المتعلقة بالدافع من وراء إظهار الطلبة لأسمائهم الحقيقية

إذا كانت إجابتك (ي) ب"لا": فما الدافع من إظهار اسمك الحقيقي؟						الإجابة	
المجموع		الرغبة في الظهور بشخصيتك الحقيقية		تسهيل عملية العثور عليك		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
40	28	21.4	15	18.5	13	ذكر	الجنس
27.1	19	21.4	15	5.7	4	أنثى	
100	47	42.9	30	24.3	17	المجموع	
11.4	8	5.7	4	5.7	4	21-19	السن
37.1	26	25.7	18	11.4	8	24-22	
18.5	13	11.4	8	7.1	5	24 فما فوق	
100	47	42.9	30	24.3	17	المجموع	
22.8	16	12.8	9	7.1	7	ليسانس	المستوى التعليمي
44.2	31	30	21	14.3	10	ماستر	
100	47	42.9	30	24.3	17	المجموع	
45.7	32	28.5	20	17.1	12	منطقة حضرية	المنطقة الجغرافية
12.8	9	8.5	6	4.2	3	منطقة شبه حضرية	
8.5	6	5.7	4	2.9	2	منطقة ريفية	
100	47	42.9	30	24.3	17	المجموع	

يوضح لنا جدول رقم (25) نسبة من يظهرون اسماءهم الحقيقية على صفحة الفيسبوك بحيث نلاحظ 24.3% أجابوا لتسهيل عملية العثور ونسبة 42,9% يرغبون في الظهور بشخصيه الحقيقية و0% ليحظوا بثقة المتفاعلين.

نلاحظ من خلال معطيات الجدول حسب متغير الجنس أن الذكور أعلى نسبة من الإناث حيث تمثلت إجابات الذكور في 18,5% أجاب لتسهيل عملية العثور 21,04% الرغبة في الظهور

بالشخصية الحقيقية و0% بثقة المتفاعلين، أما الإناث نجد 5,7% لتسهيل عملية العثور 21.4% الرغبة في الظهور بالشخصية الحقيقية و0% لتحضى بثقة المتفاعلين.

نأتي إلى متغير السن نجد الفئة بين 22-24 أكثر الفئات إجابته، حيث أجاب ب 11,4% لتسهيل عملية العثور 25.7% الرغبة في الظهور بالشخصية الحقيقية و0% ليحظوا بثقة المتفاعلين. وأما الفئتين من 19-21 و24 فما فوق إجابات متقاربه مع بعضها البعض.

أما من حيث متغير المستوى التعليمي نجد أن طلبة الماستر أعلى نسبة إجابته بلغت 31 منهم 14,3% أجابوا لتسهيل عملية العثور بشخصية الحقيقية وأما طلبة الليسانس نجد 7,1% أجابوا لتسهيل عملية العثور 12.8% الرغبة في الظهور بالشخصية الحقيقية.

ثم نأتي لمتغير المنطقة الجغرافية التي كانت النسبة الاعلى للأفراد الذين يعيشون في منطقة حضرية بنسبة 32% والشبه الحضرية بنسبه 9% والمنطقة الريفية ب 6%.

ونستنتج أن الذكور أعلى نسبة من الإناث من ناحية إظهار أسمائهم الحقيقية على صفحه الفيسبوك وهذا راجع إلى أن الذكور يتمتعون بحريه مطلقه أكثر من الإناث لأننا في بيئة إسلامية محافظة.

الجدول رقم (26) يوضح البيانات المتعلقة كم صفحة يملكها الطالب على موقع الفايسبوك

هل لديك صفحة واحدة على شبكة الفيس بوك؟						الإجابة	
المجموع		لا		نعم			
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
44.3	31	4.2	3	40	28	ذكر	الجنس
55.7	39	11.4	8	44.2	31	أنثى	
%100,0	70	15.7	11	84.3	59	المجموع	
20	14	4.2	3	15.7	11	21-19	السن
51.4	36	4.2	3	47.1	33	24-22	
28.6	20	7.1	5	21.4	15	24 فما فوق	
%100,0	70	15.7	11	84.3	59	المجموع	
34.3	24	4.2	3	30	21	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	11.4	8	54.2	38	ماستر	
%100,0	70	15.7	11	84.3	59	المجموع	
58.6	41	7.1	5	51.4	36	منطقة حضرية	المكان الجغرافي
25.7	18	8.5	6	17.1	12	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	0	0	15.7	11	منطقة ريفية	
%100,0	70	15.7	11	84.3	59	المجموع	

يوضح لنا الجدول أعلاه أن 84.3% أجابوا بنعم من الإناث، و 15.7% أجابوا بـ لا من الذكور.

يتضح لنا أن الإناث أعلى نسبة من الذكور، أو نستطيع القول انها نسبة متقاربة حيث نجد 44,2% من الإناث اجابوا بنعم، و 40% من الذكور أجابوا أيضا بنعم، وأما من أجابوا بلا تمثلت نسبة الإناث 11.4% والذكور 4.2%.

ثم نأتي إلى متغير السن يتضح لنا أن من فئة 24-22 هم أعلى نسبة في الإجابات تمثلت في 47% أجابوا بنعم و 4.2% أجابوا بلا، أما فئة 24 فما فوق نجد 21,04% أجابوا بنعم، و 7,1% أجابوا بلا، وأما فئة 21-19 نجد 15,7% أجابوا بنعم و 4,2% أجابوا بلا.

وبالنسبة لمتغير المستوى التعليمي نجد أن طلبة ماستر أعلى نسبة من ناحية الإجابات حيث تمثلت ب 54,2% إجابته بنعم، 11% وأجابوا بلا، وأما طلبة الليسانس نجد 30% أجابوا بنعم و4,2% أجابوا بلا.

ثم نأتي لمتغير المنطقة الجغرافية نلاحظ أن أعلى نسبة إجابته بنعم هي أفراد منطقته الحضرية ب 58.6% ثم تليها المنطقة شبه حضرية ب 25.7% ثم المنطقة الريفية ب 15.7%.

نستخلص في الأخير أن جل أفراد العينة الطلاب يملكون صفحة واحدة على فيسبوك إلا العديد القلة الذين لديهم أكثر من حساب واحد.

الجدول رقم (27) يوضح البيانات المتعلقة بمدى صدق البطاقة الشخصية الموجودة في حساب الطلبة على موقع الفاييس بوك

هل بطاقة المعلومات الشخصية الموجودة في حسابك هي نفسها معلوماتك في الواقع؟						الإجابة	
المجموع		لا		نعم		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
44.3	31	4.2	3	40	28	ذكر	الجنس
55.7	39	10	7	45.7	32	أنثى	
%100,0	70	14.3	10	85.7	60	المجموع	
20	14	2.9	2	17.1	12	21-19	السن
51.4	36	8.5	6	42.8	30	24-22	
28.6	20	2.9	2	25.7	18	24 فما فوق	
%100,0	70	14.3	10	85.7	60	المجموع	
34.3	24	8.5	6	25.7	18	ليسانس	المستوى التعليمي
65.6	46	5.7	4	60	42	ماستر	
%100,0	70	14.3	10	85.7	60	المجموع	
58.6	41	5.7	4	52.8	37	منطقة حضرية	المكان الجغرافي
25.7	18	5.7	4	20	14	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	2.9	2	12.8	9	منطقة ريفية	
%100,0	70	14.3	10	85.7	60	المجموع	

يبين لنا الجدول أعلاه أن المبحوثين أجابوا بنعم بنسبة 85,7% من تكرار 60 و 14,3% من أجابوا بلا.

يوضح لنا الجدول رقم (27) حسب متغير الجنس أن الإناث أعلى نسبة من الذكور بنسبة 45,7% والذكور 40% وهي نسبة متقاربة جدا و 4,2% من أجابوا بلا بالنسبة للذكور و 10% للإناث.

أما من ناحية متغير السن نجد أن فئة 22-24 أعلى الفئات إجابته بنعم بنسبة 42,8% و 8,5% بلا، وأما فئة 24 فما فوق نجد 25,7% أجابوا بنعم و 2,9% بلا، إلى أن نأتي إلى فئة الأخيرة 19-21 أجابوا بـ 17.1% بنعم و 2,9% بلا.

ثم نأتي إلى متغير المستوى التعليمي نتاج طلبة الماجستير كالمعتاد أعلى نسبة من ناحية الإجابات بـ 60% من أجابوا بنعم و 5,7% بلا، أما طلبة الليسانس نجد 25,7% أجابوا بنعم و 8,5% أجابوا بلا حيث نلاحظ أنه يوجد هناك تفاوت في الإجابات لكلا المستويين.

بالنسبة لمتغير المكان الجغرافي نجد المنطقة الحضرية أكثر إجابة من المناطق الأخرى بنسبة 58.6% والمنطقة شبه الحضرية بنسبة 25.7% المنطقة الريفية بـ 15.7%.

نستنتج في الأخير أن بطاقة المعلومات الشخصية الموجودة في حسابات على الفيسبوك متقاربه ما بين الجنسين الإناث والذكور لأنهم يعتبرون من فئة الطلبة ولا بد منهم من ذكر معلومات ما الحقيقية وذلك ليحظوا بثقة اصدقائهم الطلبة وحتى أساتذة التخصص.

وبالتالي عندما يغيرون من معلوماتهم الشخصية يشكل لهم عائقا لأنهم معروفين في ما بينهم وفي وسطهم الجامعي.

الجدول رقم(28) يوضح البيانات المتعلقة بهوية الطلبة على موقع الفاييسبوك

هل حسابك على الفاييسبوك يعكس هويتك؟						الإجابة	
المجموع		هويتك الخفية		هويتك الحقيقية		المتغيرات	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
44.3	31	4.2	3	40	28	ذكر	الجنس
55.7	39	2.9	2	52.8	37	أنثى	
%100,0	70	7.1	5	92.9	65	المجموع	
20	14	1.4	1	18.5	13	21-19	السن
51.4	36	2.9	2	48.5	34	24-22	
28.6	20	2.9	2	25.7	18	24 فما فوق	
%100,0	70	7.1	5	92.9	65	المجموع	
34.3	24	2.9	2	31.4	22	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	4.2	3	61.4	43	ماستر	
%100,0	70	7.1	5	92.9	65	المجموع	
58.6	41	2.9	2	55.7	39	منطقة حضرية	المكان الجغرافي
25.7	18	2.9	2	22.8	16	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	1.4	1	14.3	10	منطقة ريفية	
%100,0	70	7.1	5	92.9	65	المجموع	

يبين الجدول رقم(28) حسب متغير الجنس أن الإناث أعلى نسبة من الذكور بنسبة 52.8% والذكور بنسبة 40% يعكس هويتهم الحقيقية وفيما يتعلق الأمر بالهوية الخفية نجد أن الذكور أجابوا بنسبة 4.2% والإناث 2,9.

بالنسبة لمتغير السن إن الفئة 24-22 أعلى فئة إجابته، حيث نجد 48.5% يعكس هويتهم الحقيقية و2,9% يعكس هويتهم الخفية، أما فئة 24 فما فوق نجد إجاباتهم تتمثل في 25,7% يعكس هويتهم الحقيقية و2,9% يعكس هويتهم الخفية، وأما في 21-19 نجد 18,5% يعكس هويتهم الحقيقية و1.4% يعكس هويتهم الخفية.

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي نجد أن طلبة الماستر كالعادة هم أكثر إجابته بنسبه 61.4% من الأفراد أجابوا أنه يعطي هويتهم الحقيقية 4,2% يعكس هويتهم الخفية وأما طلبة الليسانس نجد 31.4% أجابوا أنه يعكس هويتهم الحقيقية و 2,9% يعكس هويتهم الخفية.

نأتي إلى متغير المكان الجغرافي نجد أن أفراد العينة القاطنين في المنطقة الحضرية هم الأكثر إجابته بنسبة 55.7% مقابل 22.8% للأفراد القاطنين في منطقة شبه حضرية تليها المنطقة الريفية بـ 14,3%.

نستخلص في الأخير بما ان موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك يسمح للطلبة ولكافه المستخدمين إنشاء معلومات مفصله عنهم وفي نفس الوقت يتيح لهم اختيار ما إذا كانت هذه المعلومات حقيقية أو خفيه فكما تطرقنا سابقا أن أفراد عيني من الطلبة يستوجب عليهم أن يستعملون معلومات بصفحات الحقيقية وذلك لكي يستطيعون التواصل مع مختلف صفحات الكلية وبين أصدقائهم داخل الجامعة وخاصة بين مجموعات التخصص.

الجدول رقم (29) يبين الإجابة على التساؤل المتعلق ب: هل هويتك (ي) الافتراضية فتحت لك (ي) المجال للتعليق بكل حرية في مختلف المضامين؟

هل هويتك (ي) الافتراضية فتحت لك (ي) المجال للتعليق بكل حرية على مختلف المضامين؟								الإجابة	
المجموع		نوعا ما		لا		نعم		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
44.3	31	12.8	9	12.8	9	18.5	13	ذكر	الجنس
55.7	39	20	14	17.1	12	18.5	13	أنثى	
100	70	32.9	23	30	21	37.1	26	المجموع	
20	14	8.5	6	7.1	5	4.2	3	21-19	السن
51.4	36	14.3	10	17.1	12	20	14	24-22	
28.6	20	10	7	5.7	4	12.8	9	24 فما فوق	
100	70	32.9	23	30	21	37.1	26	المجموع	
34.3	24	11.4	8	14.3	10	8.5	6	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	21.4	15	15.7	11	28.5	20	ماستر	
100	70	32.9	23	30	21	37.1	26	المجموع	
58.6	41	15.7	11	21.4	15	21.4	15	منطقة حضرية	المنطقة الجغرافية
25.7	18	10	7	7.1	5	8.5	6	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	7.1	5	1.4	1	7.1	5	منطقة ريفية	
100	70	32.9	23	30	21	37.1	26	المجموع	

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن 32.9% من أفراد العينة أجابوا نوعا ما بتكرار 23، ونسبه 37,1% أجابوا بنعم من تكرار 26 ونسبة 30% أجابوا بلا.

نلاحظ في الجدول رقم (29) حسب متغير الجنس أن الذكور والإناث متساويين في الإجابة ب نعم بنسبه 18.5%، وبلا نجد الذكور أجابوا بنسبة 12.8% والإناث بنسبة 17.1%، وبخصوص الإجابة بنوعا ما نجد الذكور أجابوا بنسبة 12,8% والإناث 20%.

أما بالنسبة لمتغير السن الفئة 22-24 الأكثر إجابته بنعم بنسبة 20% وبلا بنسبة 17.1% وبنوعا ما بنسبة 14,3%.

نأتي إلى متغير المستوى التعليمي نجد أن طلبه الماستر الأكثر في الإجابة بنعم بلغت 35.7% و17,1% بلا و12.8% نوعا ما، وأما طلبه ليسانس نجد 17.1% أجابوا بنعم و10% بلا و7.1% نوعا ما.

ثم نأتي إلى متغير المنطقة الجغرافية التي يظهر فيها أفراد المنطقة الحضرية الأعلى نسبة من المناطق الأخرى بنسبة 58.6% تليها منطقة شبه حضرية بـ 25,7% والمنطقة الريفية بـ 15.7%.

ونستنتج أن أغلب مفردات العينة باختلاف الجنس كانت إجابتهم بنعم أي أن الهوية الافتراضية فتحت لهم المجال للتعليق بكل حريه على مختلف المضامين.

الجدول رقم (30) يوضح البيانات المتعلقة بالثقة الموجودة بين الطلبة وأصدقائهم على موقع الفايسبوك

هل الثقة الموجودة بين أصدقائك في الواقع هي بالمثل موجودة في العالم الرقمي؟								الإجابة	
المجموع		نوعا ما		لا		نعم		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
44.3	31	11.4	8	12.8	9	20	14	ذكر	الجنس
55.7	39	8.5	6	14.3	10	32.9	23	أنثى	
100	70	20	14	27.1	19	52.9	37	المجموع	
20	14	1.4	1	7.1	5	11.4	8	21-19	السن
51.4	36	8.5	6	12.8	9	30	21	24-22	
28.6	20	10	7	7.1	5	11.4	8	24 فما فوق	
100	70	20	14	27.1	19	52.9	37	المجموع	
34.3	24	7.1	5	10	7	17.1	12	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	12.8	9	17.1	12	35.7	25	ماستر	
100	70	20	14	27.1	19	52.9	37	المجموع	
58.6	41	15.7	11	10	7	32.8	23	منطقة حضرية	المنطقة الجغرافية
25.7	18	2.9	2	7.1	5	15.7	11	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	1.4	1	10	7	4.2	3	منطقة ريفية	
100	70	20	14	27.1	19	52.9	37	المجموع	

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن أفراد العينة الذين أجابوا بنعم تقدر نسبتهم 52,9% وبلا بنسبة 27.1% وب 20% نوعا ما.

نلاحظ من خلال معطيات الجدول حسب متغير الجنس أن الإناث أعلى نسبة من الذكور حيث أجابوا بنعم بنسبة 32,9% و 14.3% من أجابوا بلا و 8,5% من أجابوا بنوعا ما.

ثم نأتي حسب متغير السن نجد الفئة 22- 24 سنة هي الأكثر إجابته والأعلى نسبة تمثلت في 30 أجابوا بنعم و12,8% أجابوا بلا و8,5% أجابوا بنوعا ما، أما الفئتين 19-21 سنة و24 ما فوق متساويان في الإجابة بنعم بنسبة 11,4% ولكن الإجابات الأخرى متفاوتة لصالح الفئة الأخيرة.

وبالنسبة لمتغير المستوى التعليمي نجد طلبه الماستر الأعلى في نسبة الإجابات بـ 35,7% أجابوا بنعم 17.1% أجابوا بـ لا في حين 12.8% أجابوا بنوعا ما.

أما متغير المنطقة الجغرافية نجد كالعادة أن المنطقة الحضرية أكثر إجابته بنسبة 32.8% بنعم و10% بلا و15,7% بنوعا ما. أما المناطق الأخرى الشبه الحضرية والريفية كانت إجاباتهم منخفضة مقارنة مع المنطقة الأولى.

ونستخلص في الأخير على أن أفراد العينة الذين هم الطلبة يتبادلون الثقة بينهم وبين أصدقائهم في هذا العالم الرقمي وذلك لأن الطلبة يتعاملون في محيط يتطلب منهم استخدام هويتهم الحقيقية وذلك لكي يحضوا بالثقة التامة بين بعضهم البعض وخاصة بين أساتذتهم الذين يتواصلون معهم عبر هاته المواقع.

الجدول رقم(31) يوضح الإجابة عن السؤال المتعلق بي هل التواصل بهويتك الافتراضية جعلتك تغير من شخصيتك الحقيقية.

هل التواصل بهويتك الافتراضية جعلتك تغير من شخصيتك الحقيقية؟								الإجابة	
المجموع		نوعا ما		لا		نعم		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
44.3	31	12.8	9	28.5	20	2.9	2	ذكر	الجنس
55.7	39	7.1	5	45.7	32	2.9	2	أنثى	
100	70	20	14	74.3	52	5.7	4	المجموع	
20	14	1.4	1	17.1	12	1.4	1	21-19	السن
51.4	36	14.3	10	35.7	25	1.4	1	24-22	
28.6	20	4.2	3	21.4	15	2.9	2	24 فما فوق	
100	70	20	14	74.4	52	5.7	4	المجموع	
34.3	24	4.2	3	28.5	20	1.4	1	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	15.7	11	45.7	32	4.2	3	ماستر	
100	70	20	14	74.3	52	5.7	4	المجموع	
58.6	41	12.8	9	45.7	32	0	0	منطقة حضرية	المنطقة الجغرافية
25.7	18	2.9	2	18.5	13	4.2	3	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	4.2	3	10	7	1.4	1	منطقة ريفية	
100	70	20	14	74.3	52	5.7	4	المجموع	

اظهرت مؤشرات الجدول أن أعلى نسبة كانت في الإجابة بلا حيث تقدر ب 74,3% وتليها نسبة 20% أجابوا بنوعا ما، وعلى الجانب الآخر تظهر لنا نسبة ضئيلة من أجابوا بنعم وهي تقدر 5,7% وهم الذين رأوا أن التواصل بالهوية الافتراضية جعلتهم يغيرون من شخصيتهم الحقيقية. نلاحظ من خلال معطيات الجدول حسب متغيرات الجنس أن نسبة الإناث كانت أعلى من نسبة الذكور بنسبة 45,7% في الإجابة بلا مقارنة مع نسبة الذكور التي بلغت 28.5% أما الذين أجابوا بنوعا ما، كانت نسبة الذكور فيها أعلى نسبة ب 12,8% مقارنة مع الإناث ب 7,1% وعلى

الجانب الآخر نجد الإجابة المتعلقة **بنعم** كانت متساوية النسبة بينهم حيث قدرت ب 2,9% لكليهما.

نأتي إلى **متغير السن** نجد أن الفئة من 22-24 أكثر من الفئات الأخرى في الإجابة بلا أي لم تتغير شخصيتهم الحقيقية بنسبة تقدر 35,7% أما الذين أجابوا **بنوعا ما** قدره نسبتهم ب 14,3% في حين 1,4% فقط من أجابوا **بنعم**، أما فئة من 24 فما فوق بلغت نسبة إجابتهم بلا 21.4% أما **نوعا ما** فقدرت بنسبتهم ب 4,2% تليها الإجابة ب **نعم** وبلغت نسبتها ب 2,9% لنجد الفئة الأخيرة وهي الفئة من 19-21 قدرت نسبه الإجابة المتعلقة بلا 17,1% أما الذين أجابوا **بنوعا ما** كانت نسبتهم 1,4% وبلغت نسبه الذين أجابوا **بنعم** 1,4% كذلك.

أما من حيث **متغير المستوى التعليمي** نجد أن طلبه الماستر هم الذين كانت لهم أعلى نسبة مقارنة مع الليسانس، إذ بلغت 45.7% مقارنة بين 28,5% وهذا من حيث الإجابة بلا في حين نجد 4.2% وهي نسبة الذين أجابوا **بنعم** من الماستر أما الليسانس فكانت نسبتهم تقدر ب 1,4% أما من حيث الإجابة **بنوعا ما** نجد 15,7% للماستر 4,2% لليسانس.

وبنفس الطريقة نأتي للمنطقة الجغرافية التي تكون أعلى نسبة الإجابات للمنطقة الحضرية عادة حيث نلاحظ 45,7% أجابوا بلا من المنطقة الحضرية و 12,9% أجابوا **بنوعا ما** في حين 0% كانت نسبة الإجابة **بنعم** ثم تليها المنطقة شبه حضرية التي قدرت ب 18,5% من أجابوا بلا، و 2.9% من أجابوا **بنوعا ما** أما 4,2% كانت نسبة من أجابوا بلا وأدنى نسبة نجدها في المنطقة الريفية ب 10% عن الإجابة بلا 4,2% من أجابوا **بنوعا ما** في حين 1,4% أجابوا **بنعم**.

ومن خلال ما ذكرناه سابقا نستنتج أن الهوية الافتراضية لم تغير من شخصيه الطالب وهذا راجع إلى تكون حس الشعور بالوعي لأنهم يمثلون الطبقة المثقفة والراقية والواعية في المجتمع.

الجدول رقم (32) يبين الإجابة على التساؤل المتعلق بعادات وقيم مجتمعك من خلال تفاعلك في هذه المجتمعات الافتراضية؟

هل ابتعدت عن عادات وقيم مجتمعك (ي) من خلال تفاعلك في هاته المجتمعات الافتراضية؟								الإجابة	
المجموع		نوعا ما		لا		نعم			
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المتغيرات	
44.3	31	11.4	8	30	21	2.9	2	ذكر	الجنس
55.7	39	7.1	5	48.5	34	0	0	أنثى	
100	70	18.6	13	78.6	55	2.9	2	المجموع	
20	14	4.2	3	15.7	11	0	0	21-19	السن
51.4	36	5.7	4	45.7	32	0	0	24-22	
28.6	20	8.5	6	17.1	12	2.9	2	24 فما فوق	
100	70	18.6	13	78.6	55	2.9	2	المجموع	
34.3	24	7.1	5	27.1	19	0	0	ليسانس	المستوى التعليمي
65.7	46	11.4	8	51.4	36	2.9	2	ماستر	
100	70	18.6	13	78.6	55	2.9	2	المجموع	
58.6	41	12.8	9	45.7	32	0	0	منطقة حضرية	المنطقة الجغرافية
25.7	18	2.9	2	22.8	16	0	0	منطقة شبه حضرية	
15.7	11	2.9	2	10	7	2.9	2	منطقة ريفية	
100	70	18.6	13	78.6	55	2.9	2	المجموع	

من خلال معطيات الموجودة داخل هذا الجدول يتبين لنا أن معظم أفراد العينة أجابوا بنعم بنسبة 2.9% وبلا بنسبة 78.6% من تكرار 55 وبنوعا ما بنسبة 18.6%.

حيث نلاحظ في الجدول رقم (32) حسب متغير الجنس أن الذكور الذين أجابوا بنعم تقدر نسبتهم بـ 2.9%، و 30% بلا، و 11% بنوعا ما، بالمقابل نجد الإناث أجابوا بـ 0% بنعم و 48% بلا وهي النسبة الأعلى مقارنة بنسبة الذكور في الإجابة بـ لا، بالإضافة إلى 7,1% أجابوا بنوعا ما.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد فيها من 22-24 سنة هي الفئة الأعلى إجابة بنسبة 45,7% حيث أجابوا بلا و 5,7% أجابوا بنوعا ما، أما الفئات الأخرى كانت نسبتهم متفاوتة ومنخفضة مقارنة بالفئة من 22-24.

ثم نأتي إلى متغير المستوى التعليمي نجد أن طلبة الماستر هي النسبة الأعلى في الإجابات بمجموع 65,7%، ويتبين لنا أن 51,4% أجابوا بلا.

وأخيرا متغير المنطقة الجغرافية يتبين لنا أن الأفراد القاطنين في المنطقة الحضرية هما الأكثر وأعلى نسبة في الإجابة بمقدار 58,6 أجابوا بلا، تليها المنطقة الشبه الحضرية بلغت نسبة إجابتهم بـ 22,8%، تليها المنطقة الريفية بـ 10%.

ونستخلص في الأخير أن جل أفراد العينة على اختلاف النوع والسن والمستوى التعليمي والمنطقة الجغرافية لم يتعدوا عن قيمهم وعاداتهم، لأن ببساطة فئة الطلبة هي الطبقة الواعية والمثقفة التي لا تتجرد من عاداتها وقيمها داخل هذه المواقع الاجتماعية خاصة الفيسبوك.

النتائج العامة للدراسة

تضمنت الدراسة موضوع دور الفايسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى طلاب جامعة بسكرة -**القطب الجامعي شتمة**- والتي من خلال البحث والدراسة كان هدفنا الإجابة على جملة من التساؤلات فيما يخص دور شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية، وانطلاقاً من المعطيات المتحصل عليها من خلال تحليل البيانات الميدانية المستقاة من الاستبيان الإلكتروني ومقارنتها مع المعطيات النظرية المتوفرة لدينا، توصلنا إلى جملة من النتائج التالية:

1) من خلال المحور الأول المعنون له بـ "طلبة جامعة بسكرة مدى استخدام لموقع الفايسبوك" - نستنتج أن أغلب أفراد العينة (الطلبة) يستخدمون الفيسبوك دائماً بنسبة 71.4% وذلك لأن جميع الباحثين سواء من الذكور أو الإناث دائماً ما يستخدمون هذا الموقع لأنه يساعد الطلبة على التواصل المستمر مع الأهل والأصدقاء والأساتذة والمعارف، بحيث يستطيع الطالب نشر كل الأخبار الخاصة بالدراسة به أو القيام بإجراء مكالمات هاتفية مع أصدقائه الطلبة أو إرسال رسائل شخصية أو القيام بعمل مجموعات للمحادثات الجماعية، بالإضافة إلى الكلام معهم عن طريق الفيديو.

- نستخلص أن أغلب الباحثين يستخدمون موقع الفيسبوك يومياً بنسبة 91.4% وبنسب متقاربة بين جنسي الإناث والذكور، وذلك يرجع لكون أن الفيسبوك أصبح سلوك يومي لدى المستخدمين مثله مثل النوم والأكل وأي شيء آخر طبيعي يفعلونه في الحياة بغض النظر عما يريدون فعله على الشبكة فقط الدخول هو ما يهمهم.

- 44.3% من أفراد العينة يقضون من ساعتين إلى ثلاث ساعات على موقع الفيسبوك بنسب متقاربة كذلك بين جنسي الإناث والذكور، لكن هناك اختلاف في متغير المنطقة الجغرافية الذي يبين أن أفراد العينة القاطنين في المنطقة الحضرية هم أعلى نسبة وذلك راجع لتدفق الأنترنت وسرعتها في المناطق الأخرى.

- 68.6% من الباحثين مشتركون لأكثر من خمس سنوات على موقع الفيسبوك أعلى النسب كانت وجدناها للأفراد القاطنين في المنطقة الحضرية، حيث نستنتج أن الطلبة ذكور أو إناث على غرار مستواهم وأكبوا هذه الشبكة منذ بدايتها الأولى حيث شاهدوا انفتاحاً لمختلف التكنولوجيات الحديثة

والتعلم والاستفادة من جميع الخدمات التي تقدمها هذه التكنولوجيات، إلا من ناحية الفروق نجد أن الذكور كانوا أعلى نسبة من الإناث في منذ قدم مدة الاشتراك وهذا راجع إلى كون أن هذه الشبكة كانت حكرا على الرجال فقط في بدايتها.

- نستنتج أن 84.3% من أفراد العينة يستخدمون الهاتف الذكي في التصفح عبر موقع الفيسبوك ومنه نرى أن جميع أفراد العين يستخدمون الهاتف الذكي لتصفح حساباتهم على الفيسبوك وذلك يرجع لسهولة الوسيلة والتصفح بها في أي وقت وأي مكان بالإضافة إلى أن الطلبة تعتبر من فئة الشباب الذين هم أكثر فئة تداول للهاتف الذكي في حين هناك من يستخدم حواسيب المكتب والحمول وذلك لأغراض أخرى إذ أصبح الهاتف الذكي يتميز بالعديد من المزايا تبعدك إراديا عن الحاسوب.

- 57.1% من المبحوثين يفضلون الفترة الليلية للتصفح عبر موقع الفيسبوك ومنه نستنتج في الأخير أن أوقات تصفح تكون الأكثر ليلا لكلا الجنسين إناث أو ذكور وذلك لأنه يعتبر الوقت الذي يتفرغون فيه عن كل انشغالهم ونلاحظ أن عدد قليل من أفراد العينة الطلاب لا يتصفحون صباحا وذلك لارتباطهم بمقاعد الدراسة.

- 58.6% من المبحوثين يتعاملون باللغة العربية في التواصل والفاعل داخل موقع الفيسبوك نستنتج في الأخير أن أغلبية أفراد العينة (الطلاب) سواء إناث أو ذكور يتواصلون باللغة العربية أكثر من الفرنسية والإنجليزية، وهذا يعود إلى العامل الجغرافي التي تتواجد في الجامعة إذ الجنوب كله يتعامل تقريبا باللغة العربية.

2) المحور الثاني المعنون له بـ "دوافع استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك"

- 40% من أفراد العينة اختاروا موقع الفيسبوك لشعبية الشبكة، وبالتالي ونستنتج أن معظم الطلبة يستخدمون ويلجئون لهذا الموقع لسهولة وشعبته التي جعلت من هذا الموقع محل اهتمام الطالب الجامعي.

- 35.7% من أفراد العينة يملكون من 200 فما فوق صديق على صفحتهم في الفيسبوك، حيث نستنتج أن عدد الذكور أعلى من الإناث في امتلاك عدد كبير الأصدقاء في الفاسبوك، وأن فئة ما بين 22 و 24 هم أكثر نشاطا في امتلاك الأصدقاء، وأن أفراد العينة جلهم من المنطقة الحضرية.

- نستنتج أن 31.4% من المبحوثين يستخدمون موقع الفيسبوك وذلك لمتابعة الأخبار اليومية وكل ما يتعلق بالدراسة وذلك لأن أفراد عيني كلهم من الطلبة الجامعيين، فموقع الفيسبوك فتح لهم العديد من الأفق ومنحه لهم العديد من التسهيلات شملت سلك التعليم.

- 38.6% من أفراد العينة استفادوا من موقع الفيسبوك، حيث نستنتج أن الفيسبوك أحد مواقع التواصل الاجتماعي الهامة التي يمكن من خلالها الاستفادة منه من جميع المجالات خاصة التعليمية لما أصبح يساعد الطالب الجامعي الآن في تزويده بمختلف المعلومات في مشواره الجامعي.

- نستنتج أن المبحوثين قد ركزوا عن دافع الدردشة فقط عند كل من الفئة العمرية لسن ما بين 20 - 24 سنة وعند طلبة الماجستير وفي الأماكن الحضرية وعند الذكور بأعلى نسبة، أما من اختاروا الهروب من الواقع والتخلص من القلق كانت النسبة أكبر عند الإناث وهذا يعود إلى مكوثهن في البيت.

- 80% من أفراد العينة يجيدون الراحة في التكلم والتعليق عند استخدام الفيسبوك.

3) المحور الثالث: الاشباع المحققة من استخدام طلبة جامعة بسكرة لشبكة الفيس بوك.

- ونستنتج أن المعلومات التي يستقطبها الطلبة الجامعيين اجتماعية أكثر منها سياسية وثقافية ورياضية، وذلك لأن موقع الفيسبوك يطرح الكثير من القضايا الاجتماعية (الآفات الاجتماعية)، وذلك لإرشاد جميع فئات المجتمعات خاصة الشباب الذي يعتبر الطالب جزءا من هذه الفئة.

- نستنتج أن معظم أفراد العينة يتصفحون صفحات المجموعات لما تفيد الطالب في الاطلاع على محاضرات دروسه وكشوفات نقاطه التي أصبحت توضع في صفحات الجامعة أو صفحة الكلية المنتمي إليها.

4) المحور الرابع المعنون له بـ " معالم الهوية الافتراضية التي يقدمها موقع الفيسبوك. "

- يتبين لنا أن الإناث هم أكثر استخداما للاسم المستعار مقابل الذكور.

- نستنتج كما قلنا سابقا أن الإناث هم أكثر استخداما للأسماء المستعارة على صفحة الفيسبوك، وهذا راجع للبيئة التي تعيش فيها الانثى في مجتمعنا المحافظ وللعديد من الأسباب كذلك ممن تخوف من معرفه الحساب والتشكيك في طبيعة وأهداف هذه الشبكة وكذلك بسبب غياب الرقابة فهناك من

يستخدم هويته المزيفة للتمرد على المجتمع وتأكيد الذات لاسيما أن فترة الشباب هي فترة حساسة تتسم بتحولات نفسية واجتماعية وجسدية وترجع كذلك لأسبابهم الخاصة أو قلة الثقة أو للحفاظ على الخصوصية والسمة.

-42.2% من الذكور يظهرون أسمائهم الحقيقية على صفحة الفيسبوك وهذا راجع إلى أن الذكور يتمتعون بحرية مطلقة أكثر من الإناث لأننا في بيئة إسلامية محافظة.

- نستخلص في الأخير أن جل أفراد العينة الطلاب يملكون صفحة واحدة على فيسبوك إلا العديد القلة الذين لديهم أكثر من حساب واحد.

- نستنتج أن بطاقة المعلومات الشخصية الموجودة في حسابات على الفيسبوك متقاربة ما بين الجنسين الإناث والذكور لأنهم يعتبرون من فئة الطلبة ولا بد منهم من ذكر معلومات ما الحقيقية وذلك ليحظوا بثقة اصدقائهم الطلبة وحتى أساتذة التخصص.

- نستنتج أن موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك يسمح للطلبة ولكافة المستخدمين إنشاء معلومات مفصلة عنهم وفي نفس الوقت يتيح لهم اختيار ما إذا كانت هذه المعلومات حقيقية أو خفيه فكما تطرقنا سابقا أن أفراد عيني من الطلبة يستوجب عليهم أن يستعملون معلومات بصفحات الحقيقية وذلك لكي يستطيعون التواصل مع مختلف صفحات الكلية وبين أصدقائهم داخل الجامعة وخاصة بين مجموعات التخصص.

- يتبين لنا على أن أفراد العينة الذين هم الطلبة يتبادلون الثقة بينهم وبين أصدقائهم في هذا العالم الرقمي وذلك لأن الطلبة يتعاملون في محيط يتطلب منهم استخدام هويتهم الحقيقية وذلك لكي يحضوا بالثقة التامة بين بعضهم البعض وخاصة بين أساتذتهم الذين يتواصلون معهم عبر هاته المواقع، وهذا راجع إلى تكون حس الشعور بالوعي لأنهم يمثلون الطبقة المثقفة والراقية والواعية في المجتمع.

- ونستخلص في الأخير أن جل أفراد العينة على اختلاف النوع والسن والمستوى التعليمي والمنطقة الجغرافية لم يبتعدوا عن قيمهم وعاداتهم، لأن ببساطة فئة الطلبة هي الطبقة الواعية والمثقفة التي لا تتجرد من عاداتها وقيمها داخل هذه المواقع الاجتماعية خاصة الفيسبوك.

خاتمة

خاتمة:

وفي الختام على ضوء ما تم تقديمه من نتائج وما استخلصناه من دراستنا لموضوع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية تبين لنا طبيعة استخدام الطالب البسكري لمواقع التواصل الاجتماعي -الفيسبوك- الذي ساهم بشكل كبير في التسهيل على الطالب في مشواره الجامعي. لقد درس هذا البحث مجتمعا افتراضيا مهما هو مجتمع الفيسبوك من خلال استخداماته وتأثيراته على الطالب الجامعي. وتوضح لنا من خلال تحليل المعطيات التطبيقية أن الطالب الجامعي يتعامل بهويته الحقيقية على غرار الإنانث اللواتي يخفون هويتهم الحقيقية في اشتراكهم عبر موقع الفيسبوك وهذا يدل على قيمه انعكاس البيئة المحافظة التي تعيش فيها الأنثى في مجتمعنا.

وما أتت به نتائج الدراسة من اثباتات لتشابه ملامح الهوية الافتراضية بملامح الهوية الحقيقية للطالب الذي لم تغير هذه المجتمعات من عقليته ونمط سلوك تفكيره بل بالعكس برز أثر ايجابي لاستخدام هذه الهويات وهذا ما يشجع لزيادة الاهتمام بهذه المجتمعات في جميع الميادين الاجتماعية والاقتصادية.

وفي ختام بحثنا هذا نتمنى أننا قد وفقنا في إعداد هذا الموضوع والإلمام بكل ما يشمل ملامح الهوية الافتراضية لدى الطالب البسكري راجين من المولى الله سبحانه وتعالى أن يكون هذا ما الموضوع مرجعا للباحثين والطلبة في مجال علوم الاعلام والاتصال

توصيات الدراسة:

بعد اجراء الدراسة الميدانية وتحليل نتائج الإستمارة واستخلاص النتائج العامة يمكننا استخلاص التوصيات العامة، بناءا من الدراسة التي أجريت على طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة، فإننا نخرج بمجموعة من التوصيات تتمثل في:

- ضرورة العمل على تعزيز إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي -الفيسبوك- والتقليل من سلبياتها من خلال التحليل الدقيق لهذه العوامل الافتراضية.

- اخضاع الشبكات الاجتماعية لمزيد من الدراسات المعمقة للاستفادة منها في تحليل أفكار الشباب واتجاهاته العلمية والمعرفية.

- العمل على معرفة طبيعة التفاعل بين الأفراد والمجتمعات الافتراضية ورصد مختلف آرائهم حول المواضيع المطروحة للنقاش (الاجتماعية، السياسية،).

- ضرورة استغلال المواقع الاجتماعية وخاصة الفايستبوك في الدراسات العليا لاستقطابها عدد كبير من الجمهور.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

الكتب باللغة العربية:

- إبراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012.
- أحمد بن مرسلی، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثانية، 2005.
- أمال صلاح عبد الرحيم، دليل الباحث في البحث الاجتماعي، الناشر للنشر، الطبعة الأولى، الرياض، 2011.
- أيمن بن ناصر بن حمد العباد، المسؤولية الجنائية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، مكتبة القانون والاقتصاد، الطبعة الأولى، السعودية، 2015.
- بشير الحلاق، تويتير 140 حرفا تغير العالم، الطبعة الإلكترونية الثانية، 2012.
- جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم، عمان، الطبعة الأولى، 2015.
- جهاد عوده، النظام الاجتماعي والاستراتيجي الأمريكي المأزوم، كنوز للنشر والتوزيع، الطبعة 1، 2014.
- حسن أحمد قحمية، الفيسبوك تحت المجهر، دار النخبة، مصر، الطبعة الأولى، 2017.
- حمد عبد الله القميري، تقنيات التعليم ومهارات الاتصال، الطبعة الثانية، دار الشقري، الطبعة الثانية، 2015.
- دعاء أحمد البناء، المخبرات وقضايا الهوية الوطنية، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2019.

-صلاح الدين شروخ، منهجيه البحث العلمي، دار العلوم للنشر والتوزيع، طبعة الأولى، عنابة، 2003.

-صلاح عبد الحميد، معنى عاطف، الاعلام والفضاء الالكتروني، مؤسسة طيبة للنشر وتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2015.

-سارة بنت محمد بن صالح، دراسات وأبحاث في قضايا معاصرة، دار خالد اللحياني للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 2017.

-صابر بقور، داعش برؤية الجزيرة عبر الفايستوك لخطاب وأنماط الوعي الجماهيري، دار الخليج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2018.

-عامر ابراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي، دار اليازوري العلمية، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.

-عبد الحكيم أيمن، الهويات الافتراضية في المجتمعات العربية، دار الأمان للنشر، الطبعة الأولى، المغرب، 2017.

-علي حجازي ابراهيم، الاعلام البديل، المعزز للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، الاردن، 2017.

-علي سيد اسماعيل، مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة الأخلاقيات المرفوضة، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2020.

-عمر عبد العزيز هلال، وسائل التواصل الاجتماعي وأحكامها في الفقه الإسلامي (فيسبوك، واتس أب، تويتر، سكايب، فايبر)، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، بيروت، 2019.

-كاظم المقدادي، حماية البيئة البحرية، مركز الكتاب الأكاديمي، الأردن، 2016.

-مدحت محمد أبو النصر، التدريب عن بعد-بوابتك لمستقبل أفضل، دار الكتب المصرية، القاهرة، ط1، 2017.

-محمد جاسم العبيدي، طرق البحث العلمي، ديورنو للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2016.

-محمد سيد ريان، الفيس بوك والثورة المصرية، دار الجمهورية للصحافة، مصر، 2013.

-محمد علي فرح، صناعة الواقع: الاعلام وضبط المجتمع، افكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع ط1، مركز نماء البحوث والدراسات بيروت، 2014.

-محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي، وقوة التعبئة الافتراضية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2018.

-موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط1، الجزائر، 2004.

-مؤيد نصيف جاسم السعدي، الوظيفة الاتصالية لموقع التواصل الاجتماعي (دراسة في موقع الفيسبوك)، الناشر ألفا للوثائق، الجزائر، الطبعة الأولى، 2016.

-نديم المنصوري، سيكيولوجيا الانترنت، منتدى المعارف، الطبعة الأولى، 2014.

-نرمين علاء الدين، إدارة استراتيجيات تواصل المنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2019.

-هالة دغمان، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم، العلاقة بين الواقعي والافتراضي.

-ياسر الخضر البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية، عمان، 2013.

المعاجم:

-ابن المنظور، لسان العرب، دار صادر للطباعة والنشر، الطبعة الثالثة، بيروت، 2004.

المجلات:

-جمال بوسيف جدلية المجتمع الافتراضي في ظل تواجد المجتمع الواقعي بين تناغم وتنافر، جامعة الجزائر 2، العدد 6، السنة 2019.

-عائشة علي، نوري الود، الاشباع المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طالب الجامعي، مجله الوقاية والارغنوميا، العدد 6، 2016.

يانا ايوب، شبكات تواصل الاجتماعي تدمج الهوية الفردية والافتراضية جريدة الامارات اليوم، 2016.

-هناس سعيد عادل، من الهوية الحقيقية الى الهوية الافتراضية، جامعة الجزائر 3، مجلة أنسنه للبحوث والدراسات، المجلد 7، العدد الأول السنة 2016.

-وليد عبدلي، بشرى برش، أثر الإعلانات الإلكترونية عبر موقع الفايسبوك في قيم الطلبة الجامعيين الجزائريين، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، جامعة الحاج لخضر، العدد الأول.

المذكرات:

-ريحانة بلوطي، دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر-باتنة-، 2014/2015.

-ميمونة مناصريه، هوية المجتمع المحلي في مواجهة العولمة من منظور اساتذة جامعة بسكرة، اطروحة الدكتوراه في علم الاجتماع والتنمية، 2011، 2012.

الكتب باللغة الأجنبية:

-De Thierry Faucher, Frédéric Bouchez, -Twitter : Quels enjeux pour mon organisation France. 2012.

-Ryan hupfer, Mitch maxon, Ryan c, Williams, my space for dummies, 2ans edition, Canada, 2008.

-Marcel danesi, dictionary of media and communication.

United States of America. Library of Congress cataloging_in_publication data 2009.

-Olivier. Twitter. 1ere edition francaise. Paris. 2009

- Warren Paul Mayes, unsettled post revolutionaries in the ¹
on line public sphere, journal of social issues in South East Asia,
vol 24 no 1, 2009.

الملاحق

جامعة محمد خيضر بسكرة

القطب الجامعي - شتمة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

شعبة علوم الاعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة بحث بعنوان

دور الفيسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية

دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة -القطب الجامعي شتمة-

في إطار مذكرة ماستر تحت عنوان "دور الفيسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية" دراسة ميدانية لعينة من الطلبة المستخدمين لموقع الفيسبوك جامعة محمد خيضر بسكرة -القطب الجامعي شتمة-، نضع بين أيديكم هذا الاستبيان راجين منكم بالتفضل بالإجابة على جميع فقراته بدقة وموضوعية وذلك بوضع إشارة (X) في المربع الذي يتفق مع رأيكم، علما أن اجاباتكم تبقى بشكل سري وتستخدم لأغراض علمية معرفية فقط.

تحت اشراف:

لحمر نبيل

اعداد الطلبة:

بلال بوذيب

جنيدي وائل

نشكركم مسبقا على تعاونكم معنا لإنجاز هذه الدراسة.

السمات العامة:

1-الجنس:

ذكر

انثى

2-السن:

21-19

24-22

24 فما فوق

3-المستوى التعليمي:

ليسانس

ماستر

5-المكان الجغرافي:

منطقة حضرية

منطقة شبه حضرية

منطقة ريفية

المحور الأول: مدى استخدام طلبة جامعة بسكرة لشبكة الفيس بوك.

1-هل انت من مستخدمي شبكة الفيس بوك؟

دائما

أحيانا

نادرا

أبدا

2- ما معدل استخدامك لشبكة الفيس بوك؟

يوميا

مرة في الأسبوع

أكثر من ذلك

3- ما عدد الساعات التي تقضيها على شبكة الفيس بوك؟

اقل من ساعة

من ساعة الى ساعتين

من ساعتين الى ثلاث ساعات

أكثر من ذلك

4- منذ متى وأنت مشترك على شبكة الفيس بوك؟

منذ أقل من عام

منذ أكثر من سنتين

منذ أكثر من خمس سنوات

5- ما وسيلة الاتصال التي تستخدمها عند تصفحك لشبكة الفيس بوك؟

الهاتف النقال

الحاسوب المتنقل

حاسوب المكتب

6- ما الوقت المفضل لديك لتصفح شبكة الفيس بوك؟

الصباح

المساء

الليل

7- ما اللغة التي تستخدمها للتواصل والتفاعل داخل شبكة الفيس بوك؟

العربية

الفرنسية

الإنجليزية

لغة أخرى

المحور الثاني: دوافع استخدام طلبة جامعة بسكرة لشبكة الفيس بوك.

8- هل اخترت شبكة الفيس بوك ل:

سهولة الشبكة

المميزات المتوفرة في الشبكة

شعبية الشبكة

9- كم تمتلك من صديق في شبكة الفيس بوك؟

200 فما فوق

من 100 إلى 200

اقل من 100

10- ما هو هدفك من استخدام شبكة الفيس بوك؟

الإذعان (الضغط) المجتمعي

التواصل مع العائلة والأقارب

الحاجة للإشباع الفكري

متابعة الأخبار اليومية

متابعة ما يتعلق بالعمل أو الدراسة

..... أهداف أخرى أذكرها.....

11- ما هي رغبتك من وراء استخدام شبكة الفيس بوك؟

التعرف

التعلم

الاستفادة

متابعة الاخبار

..... رغبات أخرى أذكرها.....

12- ما الذي يدفعك إلى استخدام شبكة الفيس بوك؟

للتخلص من القلق

للتخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي

الهروب من الواقع

الدردشة فقط

13- هل شبكة الفيس بوك تتيح لك فرصة التكلم بكل حرية وجرأة عما هو في الواقع في

مختلف المواضيع؟

نعم

لا

المحور الثالث: الاشباع المحققة من استخدام طلبة جامعة بسكرة لشبكة الفيس بوك.

14- ما هي المعلومات الأكثر استقطابا لاهتمامك عن شبكة الفيس بوك؟

الاجتماعية

السياسية

الثقافية

الرياضية

15- ما الذي تحققه من وراء استخدام شبكة الفيس بوك؟

الفصح عن الآراء

اشباع وتزويد بالقدرات العلمية والمعرفية

التسلية والترفيه

أخرى أذكرها.....

16- ما الطرق التي تستخدمها في البحث عن المعلومات والاحبار؟

عن طريق تصفح صفحات الأشخاص

عن طريق تصفح صفحات المجموعات

عن طريق تصفح صفحات المتخصصة

17- حينما لا تدخل وتصفح شبكة الفيس بوك بماذا تشعر؟

الاضطراب

رغبة ملحة في دخول إلى الحساب

اللامبالاة

أخرى أذكرها.....

18- هل يؤثر الفيس بوك على؟

علاقاتك مع اسرتك تضييع وقتك عدم تأدية الأعمال في وقتها

أخرى اذكرها.....

المحور الرابع: معالم الهوية الافتراضية التي تقدمها شبكة الفيس بوك.

19- هل اسم حسابك على الفيس بوك هو اسم مستعار؟

نعم

لا

إذا كانت إجابتك (ي) بنعم: فما الدافع من وراء إخفاء اسمك الحقيقي؟

التخوف من معرفة الحساب

الرغبة في إخفاء شخصيتك الحقيقية

إبداء رأيك بكل حرية في شتى الموضوعات

التأثر بأسماء مشاهير

أخرى أذكرها.....

إذا كانت إجابتك (ي) ب"لا": فما الدافع من إظهار اسمك الحقيقي؟

تسهيل عملية العثور عليك

الرغبة في الظهور بشخصيتك الحقيقية

حتى تحظى بثقة المتفاعلين

أخرى أذكرها.....

20- هل لديك صفحة واحدة على شبكة الفيس بوك؟

نعم

لا

إذا كانت اجابتك ب لا كم حساب تملك وما الأسباب التي جعلت منك تفتح أكثر من حساب واحد؟

21- هل بطاقة المعلومات الشخصية الموجودة في حسابك هي نفسها معلوماتك في الواقع؟

نعم

لا

23- هل حسابك على الفايسبوك يعكس هويتك؟:

هويتك الحقيقية

هويتك الخفية

24- هل هويتك (ي) الافتراضية فتحت لك (ي) المجال للتعليق بكل حرية على مختلف

المضامين؟

نعم

لا

نوعا ما

25-هل الثقة الموجودة بين أصدقائك في الواقع هي بالمثل موجودة في العالم الرقمي؟

نعم

لا

نوعا ما

26-هل التواصل بهويتك الافتراضية جعلتك تغير من شخصيتك الحقيقية؟

نعم

لا

نوعا ما

27-هل ابتعدت عن عادات وقيم مجتمعك (ي) من خلال تفاعلك في هاته المجتمعات

الافتراضية؟

نعم

لا

نوعا ما

ملخص الدراسة:

تقوم الدراسة بمعالجة موضوع دور الفايسبوك في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الطالب الجامعي، حيث تهدف هذه الدراسة إلى الوصول إلى مجموعة من الأهداف، وهي تسليط الضوء على الدور الذي يقوم به موقع الفايسبوك بالخصوص في الكشف عن مبررات الطالب الجامعي لهويته الحقيقية التي تتغير داخل هذه المجتمعات الافتراضية، وهذه الأخيرة سمحت للطالب التعبير عن آرائه في شتى المواضيع وبكل حرية.

إن مع شعبية موقع الفايسبوك الذي أصبح محل اهتمام كل فئات المجتمع وبالخصوص الطالب الجامعي الذي هو محل بحثنا، أصبح هذا الموقع له دخل كبير في بناء وتشكيل هويته الافتراضية من خلال الاستخدام المتواصل واليومي له، ففي الوقت الذي يفضل فيه بعض الطلبة تجسيد هويته الحقيقية على هذا الموقع نجد بعض آخر ينحى منحى آخر في تقمص شخصيات تتنافى مع شخصيتهم الحقيقية وهم يمثلون قلة من فئة الطلبة، لأنهم يمثلون الفئة المثقفة الواعية التي لا تتجرد من شخصيتها الحقيقية بكل سهولة، وإنما تسعى جاهدة للحفاظ على هويتها الحقيقية.

تسعى هذه الدراسة كذلك إلى معرفة الاستخدامات المتنوعة والأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في مرحلة التكوين الشخصي للمستخدم.

حيث تم الاستعانة بالمنهج الوصفي الذي مكنا من رسم خطوات دراستنا الميدانية وربطها بالجانب النظري للدراسة للوصول في النهاية لتحقيق هدف الدراسة، من خلال تحليل وتفسير نتائج الجانب التطبيقي للخروج بمجموعة من الاستنتاجات.

حيث تم إعداد استبيان إلكتروني مكون من أربعة محاور و28 سؤال، وزع على 70 طالبا من جامعة محمد خيضر بسكرة-القطب الجامعي شتمة-.

Abstract:

The study deals with the issue of the role of social networks – Facebook – in forming the virtual identity of the university student, as this study aims to reach a set of goals, which is to shed light on the role that Facebook plays in particular in revealing the university student's justifications for his true identity. Changes within these virtual societies, the latter allowed the student to express his views on various topics freely.

With the popularity of Facebook, which has become of interest to all segments of society, especially the university student who is the subject of our research, this site has a great income in building and forming his virtual identity through the continuous and daily use of it, while some students prefer embodying his identity to this.

The site we find some others that take another direction in the reincarnation of characters that are incompatible with their true personality, and they represent a minority of the student population because the latter represents the educated, conscious group that does not easily strip its true personality, but rather strives to preserve its identity.

This study also seeks to know the various and basic uses of social networks and their role in the user's personal formation stage.

Where the descriptive approach was used that enabled us to draw the steps of our field study and link them to the theoretical side of the study to finally reach the goal of the study, by analyzing and interpreting the results of the applied side to come out with a set of conclusions.

Where an electronic questionnaire consisting of 04 axes and 28 questions was prepared, and it was distributed to 70 students from the University of Muhammad Khaider Biskra the university pole of Shtamah.

