

استخدام طلبة الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي، الفيسبوك أنموذجا University students use social networking, Facebook a model

د/ رياض زروقي¹ أ.د/ عبيدة صبطي²

جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، r.zerrougui@univ-biskra.dz mail:

جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، a.sabti@univ-biskra.dz mail:

مخبر التغير الاجتماعي والعلاقات العامة في الجزائر

تاريخ القبول: 2019/09/27

تاريخ الاستلام: 2019/09/20

المؤلف المرسل: رياض زروقي: r.zerrougui@univ-biskra.dz mail:

الملخص:

الغرض من هذه الدراسة المقارنة هو التعرف لمدى أهمية دراسة استخدام الطالب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي، وهل تلبى هذه الاستخدامات حاجياته عبر الفضاء الافتراضي؟ وتعتمد هذه الدراسة على مقارنة نتائجها بنتائج الجانب التطبيقي للدراسة الموسومة بـ "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الأسرية: الفيسبوك أنموذجا" لكل من الدكتورة فهيمة بن عثمان / جامعة الوادي، والأستاذ عزّوز نش / جامعة غرداية. والمنشورة في مجلة مركز جيل البحث العلمي / العدد 47 / نوفمبر 2018. أستخدم في وصف وتحليل النتائج نفس الطريقة المستخدمة في الدراسة الأولية، وذلك لتسهيل مقارنة النتائج بينالدراستين، حيث تحصلنا على مجموعة من النتائج، نلخصها في أن لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي عامة والفيسبوك خاصة من قبل طلبة الجامعات أهمية كبرى في حياتهم اليومية، وذلك من خلال تلبية هذه الشبكات لحاجاتهم في تبادل المعلومات، الاستخبار عما هو جديد، التعلم والترفيه. وقد أبرزت هذه الدراسة أهمية الترفيه في استخدامات الفيسبوك من قبل هؤلاء الطلبة، مما يدفعنا للبحث في الاستخدامات الترفيهية للطلبة عبر صفحات الفيسبوك ومضامينها الترفيهية وما مدى تلبيتها لحاجياتهم

كلمات مفتاحية: استخدامات؛ طلبة؛ جامعة؛ شبكات تواصل اجتماعي، فيسبوك.

Abstract:

The purpose of this comparative study is to examine the importance of studying the university student's use of social networks, and do these uses meet his needs through virtual space? This study is based on comparing its results with the results of the applied side of the study, which is titled: "The Role of Social Media in Changing Family Values: Facebook as a Model" by Dr. Fahima Ben Othman and Mr. Azouz Nesh. In order to facilitate the comparison of results between the two studies, the same method of preliminary study was used.

Daily, by meeting these networks for their needs in information exchange, learning and entertainment. This study highlighted the importance of entertainment in the uses of Facebook by these students, which leads us to examine the recreational uses of students through the pages of Facebook and its entertainment content and how well they meet their needs.

Keywords: uses; students; university; social networks, Facebook.

مقدمة

سمحت ديمقراطية الانترنت بالانتشار الواسع لاستخدامات تكنولوجيايات الاعلام والاتصال إما في طلب المعلومات، الدراسة والبحث العلمي وحتى في الترفيه، فنجد إحصاءات كثيرة عن هذه الاستخدامات ومدى تلبيةها لحاجيات المستخدمين. ومعظم الدراسات تؤكد على هذا الاستخدام الواسع، مما يجعل الباحثين يستدلون بهذه الدراسات في بحوثهم العلمية الجديدة. غير أنه يعيق هذه الدراسات مشكل تعميم نتائجها، مما يدفعنا للتحقيق من هذه النتائج في كل مرة نريد الخوض في بحث حول استخدامات تكنولوجيايات الاعلام والاتصال بشكل عام وشبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص، بل أكثر من ذلك يجب تخصيص أي شبكة للتواصل الاجتماعي أو أي موقع ومدى استخدامه من قبل مجتمع البحث، وهذا ما دفعنا للبحث في طريقة أو

أداة تكون قابلة لقياس مؤشرات استخدامات تلك المواقع والتحقق من نتائجها قبل الخوض في دراسة إشكالية البحث المراد التعمق فيه.

فبالملاحظة البسيطة لأبحاث العلوم الإنسانية والاجتماعية نستشف أن الباحثين يأخذون الاستخدام الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي كبدئية في دراساتهم، وينطلقون منها في فرض فرضياتهم، دون اللجوء إلى دراسات استكشافية تنزع اللبس عن منطلقات فروضهم البحثية وتمكن لهم التحقق من ذلك.

من هذا المنطلق حاولنا في بحثنا هذا التطرق لهذه الظاهرة من خلال تساؤل الإشكالية التالي:

ما مدى استخدام طلبة الجامعات لشبكات التواصل الاجتماعي؟ الفيسبوك أنموذجا.

وللتعمق في دراسة هذه الإشكالية عمدنا إلى افتراض الفرضيات التالية:

1. طلبة الجامعات يستخدمون الفيسبوك لساعات كثيرة في اليوم.
2. تتعدد دواعي استخدام الفيسبوك من طرف طلبة الجامعات.
3. الفيسبوك يلبي احتياجات الطلبة في العالم الافتراضي، وفي مجالات متعددة.

الغرض من هذه الدراسة المقارنة هو التعرض لمدى أهمية دراسة استخدام الطالب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي، وهل تلبى هذه الاستخدامات حاجياته عبر الفضاء الافتراضي؟ وتعتمد هذه الدراسة على مقارنة نتائجها مع نتائج الجانب التطبيقي للدراسة الموسومة بـ "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الأسرية: الفيسبوك أنموذجا" (أنظر الرابط في الملحق رقم 01) والتي قام بها كل من الدكتورة فهيمة بن عثمان / جامعة الوادي، والأستاذ عزوز نش / جامعة غرداية. والمنشورة في مجلة مركز جيل البحث العلمي / العدد 47 / نوفمبر 2018 (بن عثمان ونش، 2018) والتي سميناهما في بحثنا هذا بـ "الدراسة الأولى". وانطلاقا من الجانب التنظيري لهذه الدراسة الأولى -والذي اعتمدنا محتواه في دراستنا لتسهيل المقارنة- قمنا بإعادة

تصميم وتوزيع استمارة الاستبيان الذي صمماه لدراساتهم على عينة من طلبة الجامعات قصد قياس اتجاهاتهم ومقارنة النتائج بتلك التي توصل إليها الباحثان. وقد أدخلنا بعض التعديلات على التصميم الأولي للاستمارة مراعاة لخصوصية مجتمع بحث دراستنا وهو الطلبة الجامعون. وقد تمحورت هذه التعديلات أساسا في تحديد تعريفات متغيرات دراستنا، حيث سلطنا الضوء على مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي عامة والفيسبوك خاصة وكذلك عرجنا على مقارنة استخدامات الطلبة للفيسبوك من خلال نظرية الاستخدامات والاشباع.

2. شبكات التواصل الاجتماعي:

أذنت تكنولوجيا الإعلام والاتصال بتوافر عدة منصات وبرمجيات تعمل على نقل انشغالات واهتمامات الفرد من واقعه المعاش إلى فضاء افتراضي لا يؤمن بمحدودية المجالين الزماني والمكاني. بل يتعداهما إلى لا تزامنية الأحداث، مما جعل الكون كقرية صغيرة -على حد تعبير المفكر الكندي مارشال ماكلوهان منذ أكثر من خمسين سنة-. غير أن الملاحظ في هذا الانتقال هو ظهور ممارسات جديدة تربط الفرد كفرد بالآلة (الكمبيوتر والانترنت) والفرد كجزء من المجتمع بنفس الآلة، من خلال ما سمي بشبكات التواصل الاجتماعي. مما يدفعنا للتطرق إلى استخدامات هذا الفرد بشكل عام وطالب الجامعات بشكل خاص لهذه المنصات أو البرمجيات بشكل عام والفيسبوك بشكل خاص.

1.2 مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

اقترن مصطلح شبكات التواصل الاجتماعي بمصطلح الشبكات الاجتماعية، والذي فرض نفسه كترجمة من اللغة الإنجليزية لمصطلح (Online Social Networks)، والسبب في إضافة المصطلح Online هو التفرقة بين الشبكات الاجتماعية كأحد مجالات الدراسة في علم الاجتماع والشبكات الاجتماعية في بيئة الانترنت" (البياتي، 2014، صفحة 376). لذلك ارتأينا التنويه إلى ذلك، حتى لا يكون هناك لبس في الاقتباس من المراجع التي تستخدم مصطلح الشبكات الاجتماعية للدلالة على شبكات التواصل الاجتماعي.

يُعرف البياتي شبكات التواصل الاجتماعي على أنها: "عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات". (البياتي، 2014، صفحة 377)

كما تُعرف شبكات التواصل الاجتماعي بـ "مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للوَاب 2.0، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات الاهتمام أو شبكات الانتماء -بلد، جامعة، مدرسة، شركة....-. يتم الاتصال بينهم عبر الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض. وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع أو أصدقاء جرت معرفتهم خلال السياقات الافتراضية". (قائد البناء، 2014)

ويعرفها كل من أندريا كابلان وميشال هاينلين على أنها "مجموعة من التطبيقات على الواب مؤسسة على إيديولوجية وتقنية الواب 2.0. تسمح بإنشاء وتبادل المضامين المعدة من المستخدمين". (Dewing, 2013, p. 01)، ومصطلح شبكات التواصل الاجتماعي "Médias Sociaux"، يشمل مختلف النشاطات التي تعتمد على التكنولوجيا، التفاعل الاجتماعي وإنشاء المضامين.

2.2 خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

سمحت شبكات التواصل الاجتماعي من ظهور خصائص جديدة لمستخدميها، تسمح لهم بمشاركة الأفكار والثقافات وسماع الآخر مما يكسب هذه الشبكات تفاعلية أكثر. وهذا ما ذهبت إليه وزارة الثقافة والاتصال الفرنسية حين أطلقت سنة 2014، دليلا حول شبكات التواصل الاجتماعي. كان الهدف منه ترسيخ مبدأ "الحضور الرقمي" للهيئات في ضوء فهم دقيق لهذه الشبكات. وذلك من خلال محاولة الإجابة على التساؤلات التالية: "ماهي آليات "ميكانيزمات" هذه المنصات؟ ما هي المعايير تأسيس خيارات سياساتنا للنشر عبر هذه المنصات؟ كيف نستمتع ونتفهم احتياجات زوار هذه

المنصات؟". (Ministère de la Culture et de la communication, France, 2014)

أما الفيسبوك فيرى مؤسسه -مارك زوكربرج- أن "الفيسبوك هو حركة اجتماعية وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوف يزيح البريد الإلكتروني ويحل محله، وسوف يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية. وبالتالي يوصف على أنه -دليل سكان العالم- وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيانا عاما، من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم. فهو بذلك يحقق الهدف من هذا الاختراع بجعل العالم مكانا أكثر انفتاحا". (صادق عباس، 2008، صفحة 45)

3. الإطار التطبيقي:

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج المقارن بين الدراسة السابقة ودراستنا الاستكشافية وهو المنهج المناسب لدراسة هذه المواضيع، حيث سنقارن النتائج كميا ثم نعد إلى تحليل ومناقشة هذا المقارنة وفق ما يخدم هدف دراستنا الاستكشافية. غير أنه ولتسهيل مقارنة النتائج بين الدراستين أستخدم في وصف وتحليل نتائج الدراسة الاستكشافية نفس الطريقة المستخدمة في الدراسة الأولية. وقد صُمم الاستبيان الإلكتروني بتاريخ 22 فبراير 2019، على الرابط التالي:

https://docs.google.com/forms/d/1HiMS6L8VyAaN9mAKgvldQN3ZaAzOSVJBh4q1-LySaCE/edit#response=ACYDBNhU1mrI5JSiNEsVaMRPy03WW-YEjKrQLL86yvMkX2afuS2PVAipfbQXEArU_hGyiZE

ونشر بنفس التاريخ عبر صفحة الفيسبوك الشخصية للباحث رياض زروقي:

(<https://www.facebook.com/riad.zerrougui?ref=bookmarks>)

ونشر أيضا بتاريخ 23 فبراير 2019، عبر صفحة فرقة الإعلام الجديد والتغير الاجتماعي في المجتمع الجزائري، التابعة لمخبر التغير الاجتماعي والعلاقات العامة في الجزائر:

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100013410031330>

ولم تحدد فترة زمنية لتجميع الإجابات، وإنما اتخذ الباحثان عنصر حجم العينة في ذلك واعتمدا نفس حجم العينة المستخدمة في الدراسة المرجعية على الأقل، وهو 134 نسخة من الاستبيان استرجعت من 200 نسخة قدمت للمبحوثين. وبما أن مجتمع هذه الدراسة هم مستخدمو الفيسبوك من طلبة الجامعات، وبغض النظر عن الجامعة التي ينتسبون إليها، فهو يُعتبر مجتمع بحث غير محدود ولكنه متجانس. مما يسمح لنا باستخدام عينة عشوائية من هؤلاء المستخدمين. حيث تم التوزيع الإلكتروني للاستبيان، وشرح هدف الاستبيان لعينة الدراسة والغاية منه حيث أنه لا يخرج عن إطار البحث العلمي وأن المعلومات الشخصية تبقى سرية، وبعد الاضمار له عبر صفحتي الفيسبوك للباحث وفرقة الإعلام الجديد والتغير الاجتماعي في المجتمع الجزائري، التابعة لمخبر التغير الاجتماعي والعلاقات العامة في الجزائر تم رصد 178 استمارة مجاوب عنها بتاريخ 04 مارس 2019، على الساعة 19:20.

1.3 المقارنة الكمية لنتائج الدراستين الأولى والمقارنة:

أخذت نتائج الدراسة المقارنة يوم 04 مارس 2019، على الساعة 19:20، وأستخدم في وصف وتحليل النتائج نفس الطريقة المستخدمة في الدراسة الأولى (أنظر الرابط في الملحق رقم 02)، وذلك لتسهيل مقارنة النتائج بين الدراستين، وبعد مقارنة وتحليل هذه البيانات تحصل الباحث على مجموعة من النتائج، نلخصها فيما يلي:

أولاً: محور البيانات الشخصية

جدول رقم 01: يبين عدد جنس عينة الدراسة

الدراسة الاستكشافية		الدراسة الأولية		
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	الإجابات
%30.6	52	%67.91	91	الذكور
%69.4	118	%32.08	43	الإناث
%100	170	%100	134	المجموع

فيما يخص محور البيانات الشخصية، ومن عدد الاستمارات المجابوب عنها سجلنا 170 استمارة جاوب عليها طلبة الجامعات. وذلك ما حقق نسبة 95.50% من حجم العينة الكلي، في حين أن حجم عينة الدراسة الأولية قدر بـ 134 فردا، تمثل نسبة الذكور فيهم 67% ونسبة الإناث 32%. بينما تُمثل نسبة الذكور في دراستنا هذه بـ 30%، ونسبة الإناث 70%، وهي نتائج معاكسة للنتائج الدراسة الأولية. وإذا كانت كل الفئات العمرية لعينة الدراسة الأولية تستخدم الفيسبوك حتى الفئة ما بين الستين والسبعين سنة، فإن أكبر نسبة من المستجوبين في الدراسة الاستكشافية 84.80% من الشباب بين 20 و29 سنة، وهذا أمر منطقي بحكم أن الفئة المستهدفة من الدراسة هم الطلبة الجامعيون. وإن كان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي غير مرتبط بنوعية المهن في الدراسة الأولية رغم تعدد مجالات وأهداف الاستعمال، فإن أكثر من 70% من المستجوبين الطلبة في دراستنا هذه لا يمتنون مهنة موازية للدراسة، وهذا ما يوفر لهم متسع من الوقت لاستخدام العالم الافتراضي.

جدول رقم 02: يبين سن أفراد العينة

الدراسة		الدراسة الأولية			
النسبة	التكرار	السن	النسبة	التكرار	السن
%4.1	7	أقل من 20	%5.22	07	25-20
%84.8	145	29- 20	%3.73	05	30-26
%8.2	14	39-30	%6.71	09	35-31

			%11.94	16	40-36
%2.9	5	أكثر من 40	%3.73	05	45-41
			%40.29	54	50-46
			%24.62	33	60-51
			%3.73	05	70-61
			%100	134	المجموع

جدول رقم 03: يبين مهن أفراد العينة

الدراسة الاستكشافية				الدراسة الأولية			
النسبة المئوية		التكرار		المهنة	النسبة	التكرار	المهنة
					%11.19	15	صحافيون
		168		طلبة	%14.17	19	طلبة جامعيون
لا	نعم	لا	نعم	هل تتمهن مهنة أخرى	%7.46	10	مدراء
%70.2	%29.8	118	50		%55.22	37	أساتذة
					%6.71	09	مفتشون
					%15.67	21	موظفون
					%6.71	09	متقاعدون
					%2.98	04	أساتذة
					%9.70	13	ماكثات بالبيت
					%0.74	01	طبيب
					%100	134	المجموع

ثانيا: الوسائل التكنولوجية المستعملة

جدول رقم 04: يبين الوسائل التكنولوجية المستعملة للدخول إلى الفيسبوك

الدراسة الاستكشافية		الدراسة الأولية			
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الوسيلة	
%94.7	160	%69.40	93	الهاتف	
%28.4	48	%14.17	19	الكمبيوتر	
%5.9	10	%9.70	13	الكمبيوتر الثابت	
%5.9	10	%6.71	09	اللوحة	
%100	169	%100	134	المجموع	

أما فيما يخص الوسائل التكنولوجية المستعملة لولوج موقع الفيسبوك نجد أن 69 % من أفراد عينة الدراسة الأولية يدخلون إلى الفيسبوك باستعمال الهاتف الذكي، 14.17% يدخلون إلى الفيسبوك باستعمال الكمبيوتر المحمول و9% يستخدمون الكمبيوتر الثابت سواء وجد هذا الكمبيوتر في البيت أو العمل، ونلاحظ انخفاض نسبة المستعملين له لعدم التمكن من نقله بسهولة في البيت أو العمل. وفي دراستنا هذه نجد أن جل الباحثين وبنسبة تقارب 95% يستخدمون الهاتف الذكي للولوج إلى الفيسبوك بحكم القدرة الشرائية للطلبة، وقرابة ربعهم 28% يستخدمون كذلك الكمبيوتر المحمول. وهذا يعكس طبيعة الحياة الطلابية التي يغلب عليها التنقل وعدم الاستقرار.

ثالثا: الوقت المخصص لفتح صفحة الفيسبوك

وعن الأوقات المخصصة لفتح صفحة الفيسبوك تبين نتائج الدراسة الأولية أن 121 فرد من أفراد العينة يفتحون صفحاتهم على الفيسبوك ليلا، وأن 102 فرد من أفراد العينة يفتحون صفحاتهم الفيسبوكية في أوقات الفراغ، أي أنه تحول إلى قضاء لقضاء أوقات الفراغ. وتشير 106 فرد من أفراد العينة أنهم يفتحون ويتصفحون صفحاتهم الفيسبوكية في كل وقت بدون الخضوع لتحديد وقت معين. كما تبين النتائج أن 73 فرد من أفراد العينة المدروسة يفتحون الفيسبوك صباحا. غير أن إجابات مبحوثي الدراسة الأولية جاءت مغايرة لإجابات دراستنا، حيث أن قرابة 50% يستخدمون الفيسبوك في أوقات الفراغ، اليها نسبة 30% في كل وقت و15% في الليل و6% بعد الدوام. والملفت للانتباه أن ولا مبحوث يستخدم الفيسبوك في صباحات أيام الدراسة 0%.

جدول رقم 05: يبين الأوقات المخصصة لفتح الفيسبوك

الدراسة الاستكشافية		الدراسة الأولية		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	الاجابات
15.4%	26	90.29%	121	الليل
49.1%	83	76.11%	102	في أوقات
5.9%	10	63.43%	85	بعد الدوام

في كل وقت	106	%79.11	50	%29.6
صباحا	73	%54.47	0	%0
المجموع			169	

وما يفسر هذه النتائج هو طبيعة الحياة الطلابية خارجية كانت أو في الاقامات الجامعية. أما فيما يخص الحجم الساعي المخصص للفيسبوك، فإن 88% من مفردات عينة الدراسة الاستكشافية ليس لديهم وقت محدد لتصفح الفيسبوك، فهم يستعملون الهاتف للدخول إليه، والذي سمح بالتصفح في أي وقت وأي مكان. كما نجد نسبة 53% من نفس العينة تسهر مع الفيسبوك لوقت متأخر من الليل، وهم الطلبة في الغالب والماكثات بالبيت، ولا يمكننا أن نهمل ما للسهر الطويل من أثر بالغ في التأثير على صحة العيون والإرهاق الجسدي وقلّة القدرة على التأثير على الدراسة ولعمل. وهذا ما أقرته نسبة 80% من المستجوبين (الطلبة) في دراستنا هذه والذين ليس لهم حجم ساعي محدد لاستخدام الفيسبوك. وذلك يثبت تعلقهم اللامتناهي بتطبيق فيسبوك، وأنه أصبح من عاداتهم اليومية.

جدول رقم 06: يبين الحجم الساعي المخصص للفيسبوك

الدراسة الاستكشافية		الدراسة الأولية		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المدة
%6	10	%00	00	ساعة واحدة
%8.9	15	%30.59	41	ثلاث ساعات
%77.4	130	%88.05	118	ليس لدي وقت
%7.7	13	%53.73	72	لوقت متأخر من

رابعا: دواعي استخدام الفيسبوك

جدول رقم 07: يبين الأهداف والغايات من استخدام الفيسبوك

الدراسة الاستكشافية		الدراسة الأولية		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	الأهداف والغايات
%37.9	64	%38.05	51	الترفيه والتسلية
%66.3	112	%96.26	129	معرفة جديد الأخبار

الإشتراك في النوادي	67	50%	16	9.5%
وسيلة للتعلم والعلم	49	36.56%	69	40.8%
التعارف	44	32.83%	12	7.1%
إبداء الرأي	66	49.25%	25	14.8%
التواصل	88	65.67%	96	56.8%
إبداء النصائح	41	30.59%	14	8.3%

وفي سؤالنا عن دواعي استخدام الفيسبوك، فإن قرابة 70% من المبحوثين (122 تكرار) يستخدمون الفيسبوك من أجل معرفة الأخبار و56% (96 تكرار) من أجل التواصل، غير أن حوالي 40% (69 تكرار) يستخدمونه للترفيه. وهم أكبر النسب من حيث أهداف استخدام الفيسبوك. وهذا ما يقر بأهمية الترفيه في استخدامات المبحوثين لموقع الفيسبوك. أما إجابات الدراسة الأولية فجاءت على نحو إجابات درستنا فيما يخص أكبر النسب من حيث أهداف استخدام الفيسبوك، حيث نجد 96% يقبلون على مواقع التواصل لمعرفة الجديد من الأخبار المتنوعة، سياسية ورياضية وثقافية واجتماعية وعلمية... الخ. و65% يهدفون إلى التواصل مع الأقارب والأصدقاء والباحثين والأساتذة بتكاليف بسيطة وطرق سريعة. 49% يمكنهم الفيسبوك من التفضية وإبداء الآراء. ويعمد 50% إلى الإشتراك في النوادي الالكترونية كل حسب اهتمامه وميولاتهم، (علمية، هوايات، ترفيه).

خامسا: أثر الفيسبوك

جدول رقم 08: يبين مدى تخصيص وقت التواجد في بيت العائلة

الدراسة الاستكشافية		الدراسة الأولية		الإجابات
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
64.9%	109	49.25%	66	للعائلة
20.8%	35	39.55%	53	لتصفح الفيسبوك
9.5%	16	14.17%	19	للتواصل مع الأصدقاء

فيما يخص مدى تخصيص وقت تواجد المبحوثين في بيت العائلة فإن 44% من مبحوثي الدراسة الأولية يصرحون أنهم أحياناً وأثناء الجلسات العائلية ينشغلون بالعالم الافتراضي، ويرى 23% منهم أنهم دائماً ينشغلون بالفيسبوك أثناء الجلسات العائلية، ونجد 26% يرون أنه نادراً ما يحصل ذلك، والحقيقة أن هذا الانشغال يقع للذين يستعملون الهواتف الذكية التي تمكنهم من فتح الفيسبوك والتواصل مع الأصدقاء والاطلاع على المنشورات أينما كانوا وفي كل وقت. إما في دراستنا هذه فإن حوالي 65% من المبحوثين يقرون بتخصيص وقت التواجد بالبيت لتصفح الفيسبوك، وسبب تخصيص طلبة الجامعة وقت تواجدهم في البيت للعائلة هو قصر الوقت المخصص لذلك فهم معظم الوقت إما في الجامعة أو الإقامات الجامعية.

سادساً: مدى ثقة في أصدقاء العالم الافتراضي

وللإجابة عن سؤال مدى استشارة أصدقاء الفيسبوك في حل المشكلات، فإن كل أفراد عينة الدراسة الأولية يستشيرون أصدقاءهم في العالم الافتراضي لإيجاد حلول للمشكلات والصعوبات التي تواجههم، سواء تعلقت هذه المشكلات بالأولاد، العمل وحتى بالزوجة أو الزوج.

جدول رقم 09: يبين مدى استشارة أصدقاء الفيسبوك في حل المشكلات

الدراسة الاستكشافية		الدراسة الأولية		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الإجابات
58.8%	100	100%	134	نعم
41.2%	70	00%	00	لا
100%	170	100%	134	المجموع

وعن نوع الأصدقاء فإن غالبيتهم وبنسبة أكثر من 80% هم الذين تربطهم بهم قرابة دموية. و60% يلجؤون للأصدقاء الذين تربطهم بهم صداقة في الواقع الحقيقي. و31% يعودون إلى الأصدقاء الذين تعرفوا عليهم من خلال الفيسبوك. أما مبحوثي دراستنا فقراءة 60% منهم يستشيرون أصدقاء الفيسبوك في حل مشكلاتهم، يلجأ قرابة 85% منهم إلى استشارة الأصدقاء الذين يعرفونهم معرفة شخصية أو الذين

تربطهم صداقة في الواقع، لكن قرابة 7% من يستشرون اقربائهم. وبالمقابل فإن 40% من المبحوثين يمتنعون مطلقا عن فعل ذلك. وهذا ما يفسر عدم استئمان أغلبية المبحوثين وفي الدراساتين أصدقاء العالم الافتراضي على أسرهم.

جدول رقم 11: يبين نوع الأصدقاء الذين يستشيرهم في العالم الافتراضي

الدراسة الاستكشافية		الدراسة الأولية		الإجابات
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
7.3%	8	81.34%	109	الذين تربطك بهم قرابة
24.5%	27	58.95%	79	الذين تعرفهم معرفة شخصية
60%	66	60.44%	81	الذين تربطك بهم صداقة في الواقع الحقيقي
3.6%	4	31.34%	42	الذين تعرفت عليهم عبر الفيسبوك

جدول رقم 12: يبين مدى أهلية أصدقاء العالم الافتراضي لتأمينهم على الأسرار

الدراسة الاستكشافية		الدراسة الأولية		الإجابات
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
10.5%	18	36.56%	49	نعم
89.5%	153	63.43%	85	لا
100%	171	100%	134	المجموع

2.3 نتائج الدراسة الاستكشافية ومقارنتها بنتائج الدراسة السابقة:

نتائج الدراسة السابقة:

1. مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص الفيسبوك يأخذ الكثير من الوقت المخصص للعائلة. أخذت من وقت الأم والأب والأبناء على حد سواء، خاصة إذا تم الدخول إليها بواسطة الهاتف الذي يسهل حمله واستعماله حتى أثناء الجلسات الأسرية، حيث يحضر الفرد في بعض الأحيان بالجسد ويغيب بالفكر والعقل اللذان يكونان في العالم الافتراضي بعيدا عما يدور في الأسرة من اهتمام وحوار.
2. يجد بعض أفراد الأسرة ما يلهمهم ويعوضهم في العالم الافتراضي، فهو بمثابة البديل عن العالم الحقيقي، يفضلون فيه ويثبتون وجودهم ويعبرون عن آرائهم ومشاكلهم وطموحاتهم، وفيه يتسلون ويدردشون مع الأصدقاء.
3. الليل هو أوج الأوقات استعمالا لمواقع التواصل الاجتماعي وهو الوقت الذي يفترض أن يخصص للأسرة، والجلوس مع أفرادها وتفقد أحوالهم الصحية والنفسية والدراسية. ولكن الواقع أن كل واحد من أفراد الأسرة يسهر في عالم الافتراضي مع أصدقائه الافتراضيين، كل يفضل أن يكون بمفرده، فلا رغبة في الجلسات العائلية ولا في الزيارات العائلية بين الأقارب.
4. وسائل التواصل الاجتماعي تشجع على الانطواء والعزلة والانشغال بنشاطات الكترونية، بدلا من العلاقات الطبيعية والنشاطات الاجتماعية في عالم الواقع.
5. لا بد من الاستفادة قدر الإمكان من خدمات الفيسبوك في التعارف والتواصل والدعوة لكل ما هو حميد ومعرفة الجديد من الأخبار المتنوعة. ولكن كل ذلك لا يجب أن يكون على حساب الأسرة والوقت المخصص لها، أو على حساب النشاطات العائلية والأسرية والمجتمعية. إذ لا بد من الوعي في استخدام الوسائل التكنولوجية، وحماية وقتنا من الضياع وأسرها من الإهمال واللامبالاة.
6. لا بد من الانتباه والاهتمام بكل فرد في الأسرة، حتى لا يضطر للبحث في العالم الافتراضي عن مهنته به ويسمعه ويفضض له، فليس كل من في العالم الافتراضي أصحاب نوايا حسنة أو أصحاب قيم تتوافق وقيمنا الإسلامية.

نتائج الدراسة الاستكشافية:

1. مثلت نسبة 85% من المبحوثين من تتراوح أعمارهم بين 20 و29 سنة، بحكم أن الفئة المستهدفة من الدراسة هم الطلبة الجامعيون. وهي الفئة المستهدفة لاحقا في دراستنا، وبلغت نسبة الإناث 70% مقابل 30% للذكور. أغلب المستجوبين وبنسبة 70% لا يمتنون مهنة موازية لدراستهم مما يوفر لهم متسع من الوقت لاستخدام العالم الافتراضي.

2. وفيما يخص الوسائل التكنولوجية المستخدمة لدخول الفيسبوك نجد أن 95% يستخدمون الهاتف الذكي للولوج إلى الفيسبوك، وقرابة ربعهم 28% عن طريق الكمبيوتر المحمول. وهذا يعكس طبيعة الحياة الطلابية التي يغلب عليها من جهة التنقل وعدم استقرار الطالب ومن جهة أخرى القدرة الشرائية للطالب، هذه النسبة العالية من من يستخدمون الهاتف الذكي لولوج الفيسبوك رفعت نسبة استخدام في كل وقت لهذا الأخير إلى 30% مقابل 50% في أوقات الفراغ، غير أن الملفت للانتباه أن ولا مبحوث يستخدم الفيسبوك في صباحات أيام الدراسة 0%. وبالمقابل فإن قرابة 80% من المستجوبين ليس لهم مدة زمنية محددة لاستخدام الفيسبوك. وذلك يثبت تعلقهم اللامتناهي بتطبيق فيسبوك، وأنه أصبح من عاداتهم اليومية. وما يثبت ذلك أن استخدام الفيسبوك قد احتل المجالين الزمني والمكاني لبیت العائلة، إذ أن قرابة 35% من المبحوثين ينشغلون دائما بالفيسبوك أثناء التواجد بالبيت في حين أن قرابة 60% يفعلون ذلك أحيانا. أي أن أكثر من 90% من المبحوثين ينشغلون بالعالم الافتراضي أثناء تواجدهم بالبيت. بل تعدى الأمر إلى استخدام الفيسبوك حتى في الجلسات العائلية حيث يقر قرابة 60% من المبحوثين أنهم أحيانا يتصفحون صفحاتهم أثناء الجلسات العائلية، ونجد 12% يقرون أنهم يفعلون ذلك دائما.
3. وبالنسبة لدواعي استخدام الفيسبوك فنجد أن قرابة 70% من المبحوثين يستخدمون الفيسبوك من أجل معرفة الأخبار و56% من أجل التواصل، غير أن حوالي 40% يستخدمونه للترفيه. وهم أكبر النسب من حيث أهداف استخدام الفيسبوك. وهذا ما يقر بأهمية الترفيه في استخدامات المبحوثين لموقع الفيسبوك. زد على ذلك استخدام قرابة 60% من المبحوثين للفيسبوك كمنصة استشارية لحل مشكلات التي تعترضهم غير أن هذه الاستشارات مرتبطة بمستشارين معروفين في الواقع من طرف المبحوثين وذلك بنسبة 85%، لكن ليسوا من الأقرباء. إذ أن قرابة 90% من المبحوثين لا يستأمنون أصدقاء العالم الافتراضي على أسرارهم.

مقارنة النتائج:

يجدر بالذكر أننا قارنا النتائج المتعلقة باستخدامات الفيسبوك وأهملنا النتائج المتعلقة بالقيم الأسرية، وذلك لتشارك الدراستين في متغير واحد هو: "شبكات التواصل الاجتماعي، فيسبوك أنموذجا".

- مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص الفيسبوك يأخذ الكثير من الوقت طلبة الجامعات، خاصة أنهم يستخدمون الهاتف المحمول لولوج المواقع الافتراضية، والذي يسهل حمله واستعماله حتى أثناء الجلسات الأسرية، حيث يحضر الفرد في بعض الأحيان بالجسد ويغيب بالفكر والعقل للذنان يكونان في العالم الافتراضي بعيدا عما يدور في الأسرة من اهتمام وحوار.

الملاحظ في هذه النتيجة هو تطابقها مع نتيجة الدراسة السابقة المعنونة بـ "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الأسرية: الفيسبوك أنموذجا" للدكتورة فهيمة بن عثمان / جامعة الوادي، والأستاذ عزّوز نش / جامعة غرداية، مما يقر بالأهمية الكبرى لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي عامة والفيسبوك خاصة من قبل أفراد المجتمع عامة وطلبة الجامعات خاصة.

- يجد طلبة الجامعات ما يلبي حاجاتهم في العالم الافتراضي، أين باستطاعتهم تبادل المعلومات، الفضفضة والترفيه عن النفس، بل يجدون فيه البديل عن العالم الحقيقي خاصة أن شبكات التواصل الاجتماعي تسمح لهم بالتعبير عن آرائهم وطموحاتهم واستشارة الغير فيما يخص مشاكلهم.

وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها الدراسة السابقة محل المقارنة، حيث يلبي الفيسبوك حاجيات مستخدميه والمتمثلة في تبادل المعلومات، الترفيه والاستشارات. مما يؤكد أهمية الترفيه في استخدامات الفيسبوك بشكل خاص وشبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام.

ربطت الدراسة السابقة أوقات استخدام الفيسبوك بانعكاساتها على الوقت المحدد للأسرة، لكن في دراستنا الاستكشافية لا ارتباط لأوقات استخدام الفيسبوك إلا بنسبة الحجم الساعي وأوقات الاستخدام مقارنة بساعات اليوم. حيث أن جل المستخدمين يستغلون أوقات الفراغ في تصفح الفيسبوك وليس لهم مدة زمنية محددة لاستخدامه، وأن منهم من ينشغلون به في كل وقت. وهذا ما يثبت تعلقهم اللامتناهي بتطبيق فيسبوك، وأنه أصبح من عاداتهم اليومية. مما يدفعنا للبحث في مضامين صفحات الفيسبوك وما يمكن لهذا التطبيق في تلبية حاجات مستخدميه المعرفية، الإخبارية، الترفيهية وغيرها.

الخاتمة:

نستشف بالملاحظة البسيطة لأبحاث العلوم الإنسانية والاجتماعية أن الباحثين يأخذون الاستخدام الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي كبدئية في دراساتهم، وينطلقون منها في فرض فرضياتهم، دون اللجوء إلى دراسات استكشافية تنزع اللبس عن منطلقات فروضهم البحثية وتمكن لهم التحقق من ذلك. مما يدعونا في كل مرة لطرح التساؤل حول مدى استخدام عينات الدراسات لشبكات التواصل الاجتماعي؟ وفي بحثنا هذا حاولنا التطرق لهذه الظاهرة من خلال الإجابة على التساؤل التالي: ما مدى استخدام طلبة الجامعات لشبكات التواصل الاجتماعي؟ الفيسبوك نموذجا.

وكتناج أولية للدراسة وجدنا أن طلبة الجامعات يستخدمون الفيسبوك لساعات كثيرة في اليوم، ولعل العامل الرئيسي في كثرة الاستخدام هو توفر تطبيق الفيسبوك على الهواتف النقالة الخاصة بهم. كما تتعدد دواعي استخداماتهم للفيسبوك من تبادل المعلومات، الفضفضة والترفيه عن النفس إلى التعبير عن آرائهم وطموحاتهم واستشارة الغير فيما يخص مشاكلهم. وهذا ما يقودنا إلى الإقرار بتلبية الفيسبوك لاحتياجات الطلبة في العالم الافتراضي، وفي مجالات متعددة على غرار الحاجات المعرفية، الإخبارية، الترفيهية وغيرها.

ما نستخلصه مما سبق أن لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي عامة والفيسبوك خاصة من قبل أفراد المجتمع عامة وطلبة الجامعات خاصة أهمية كبرى في حياتهم اليومية، وذلك من خلال تلبية هذه الشبكات لحاجاتهم في تبادل المعلومات، الاستخبار عما هو جديد، التعلم والترفيه. وقد أبرزت هذه الدراسة أهمية الترفيه في استخدامات الفيسبوك من قبل هؤلاء الطلبة، مما يدفعنا للبحث في الاستخدامات الترفيهية للطلبة عبر صفحات الفيسبوك ومضامينها الترفيهية وما مدى تلبيتها لحاجياتهم. وذلك وفق الفرضيات المذكورة أنفا.

قائمة المراجع:

1. Dewing, M. (2013). *Les médias sociaux: Introduction*. Ottawa, Canada: Service d'information et de recherche parlementaires. Récupéré sur <https://lop.parl.ca/staticfiles/PublicWebsite/Home/ResearchPublications/InBriefs/PDF/2010-03-f.pdf>
 2. Ministère de la Culture et de la communication, France. (2014, Novembre 26). *Lumière sur les réseaux sociaux*. (Universcience, Éd.) Consulté le Janvier 12, 2018, sur Ministère de la Culture: <http://www.culture.gouv.fr/Espace-documentation/Documentation-administrative/Guide-pratique-Lumiere-sur-les-reseaux-sociaux-Animation-des-communautes-connectees>
 3. بسمة قائد البناء. (2014). تويت. بيروت، لبنان: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
 4. فهيمة بن عثمان، وعزّوز نش. (11, 2018). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الأسرية: الفاييس بوك أنموذجا. مجلة جيل العلوم الانسانية والاجتماعية (47)، 99-114. تاريخ الاسترداد 12 02 2019، من <http://jilrc-magazines.com/wp-content/uploads/2014/01/47-%D9%85%D8%AC%D9%84%D8%A9-%D8%AC%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D8%B3%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D>
 5. مصطفى صادق عباس. (2008). الاعلام الجديد. عمان، الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
 6. ياس خضير البياتي. (2014). الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة. عمان: دار البداية ناشرون وموزعون.
6. ملاحق:

الملحق 01: الدراسة السابقة

معلومات ببليوغرافية: عنوان الدراسة:

"دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الأسرية: الفيسبوك أنموذجاً".

"The role of social networking sites in changing family values:

Facebook is a model"

الدرجة العلمية: مقال علمي منشور في مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية،

مركز جيل البحث العلمي، طرابلس، لبنان.

تاريخ النشر: العدد 47، نوفمبر 2018.

من إعداد: الدكتورة: فهيمة بن عثمان/جامعة الوادي والأستاذ عزّوز نش/جامعة

غرداية

الرابط الإلكتروني:

<http://jilrc-magazines.com/wp-content/uploads/2014/01/47-%D9%85%D8%AC%D9%84%D8%A9-%D8%AC%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D8%B3%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%AF%D8%AF.pdf>

الملحق 02: رابط نتائج الدراسة الحالية

<https://riadzerrougui.blogspot.com/2019/03/blog-post.html>