

الشباب واستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية لمنطقة الطارف

الدكتور: ساسي سفيان.

جامعة الطارف.

[البريد الإلكتروني: saci_soufiane@yahoo.fr](mailto:saci_soufiane@yahoo.fr)

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وأثر ذلك على علاقاته الاجتماعية في الأسرة والمجتمع الجزائري، من خلال استطلاع آراء عينة من شباب منطقة الطارف بلغ تعدادها (325) مبحوثاً ومبحوثة، تم اختيارها بطريقة عشوائية.

أظهرت نتائج الدراسة بأن أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية يزداد في حالة استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي بمفردهم، وكلما زاد عدد ساعات الاستخدام اليومي، وأشارت النتائج، كذلك، إلى وجود علاقة استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وأثر ذلك على علاقاته الاجتماعية في الأسرة والمجتمع الجزائري وبعض المتغيرات النوعية، مثل : الجنس، والعمر، والمستوى الدراسي، والدخل الشهري لأسر المبحوثين، كما دلت على ذلك قيمة (F) بدلاله إحصائية ≤ 0.05 . وخلصت الدراسة إلى وضع مجموعة من التوصيات.

الكلمات الدالة: شبكات التواصل الاجتماعي، العلاقات الاجتماعية، الاعلام الجديد، الفايبيوك، الشباب

Abstract

This study aims at knowing the effect of using Social networking upon social relationships among university youth through investigating the opinions of a random sample of (325) Young at the city of El Tarf. The study shows that the effect of Social networking upon social relationships increases when Young use the social networking individually and when they increase the number of hours. Also, the results show that the Social networking has been used mostly for scientific and research purposes and on campus. Furthermore, the results show

an existing influence to the use of Social networking upon social relationships taking into consideration qualitative variables such as sex, age, level of study and the monthly income of the families of the Young being asked; this is shown by the value of (F) with a statistical significance of ≥ 0.05 . This study suggests a number of recommendations.

Keywords: social networks, social relations, new media, Facebook, youth

المقدمة

إن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي¹، وفرت "فتحاً تاريخياً" نقل طرق الاتصال إلى آفاق غير مسبوقه وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة إلا بشكل نسبي محدود، وإنذار لمنافسة وسائل الاتصال التقليدية.

استخدم الشباب في الجزائر مواقع التواصل الاجتماعي للردشة ولتفريغ الشحن العاطفية، ولكن يبدو أن موجة من النضج في مرحلة لاحقة تستخدم لتبادل وجهات النظر، من أجل المطالبة بتحسين أوضاعهم السياسية، الاجتماعية والاقتصادية. كما استخدم كبار الشخصيات في الجزائر هذه الوسائل الجديدة واقتطعوا وقتاً معيناً من الأنشطة الأخرى لصالحها، لإيمانهم بأنها البوابة الحقيقية والجادة للتواصل وسماع الشباب، وبهذا تغير المشهد الإعلامي بشكل واضح.

مشكلة الدراسة وأسئلتها

تظهر الإحصاءات العالمية تزايد الإقبال على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في جميع أرجاء العالم والمنطقة، مع تنوع غير مسبوق في مستخدميها، وأضحى استخدامها واضحاً بين فئات الشباب بشكل خاص لا سيما مع الانخفاض المستمر في كلفة الاشتراك بشبكة الانترنت، وفي الوقت الذي تشهد فيه الجزائر تحديات سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية أصبحت تلك الشبكات تسيطر على أفكار الشباب، فحيث يقضون اغلب أوقاتهم وراء شاشات الكمبيوتر باستخدام هذه المواقع لأغراض تختلف باختلاف احتياجاتهم في حياتهم اليومية لترسم بتردداتها إيقاع يومهم، وبهذا فقد أصبح الشباب شديداً الالتصاق بها.

وتشير مراجعة التراث المعرفي والعلمي إلى أنه لا توجد دراسات كافية تهتم بالوقوف على استخدام فئة الشباب الجزائري لتلك الشبكات وتأثيرها على علاقاتهم

الاجتماعية وهو ما تسعى إليه الدراسة الحالية، وبناء على ذلك تتلخص مشكلة الدراسة في السؤال التالي: ما استخدامات الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي وما تأثيرها على علاقاتهم الاجتماعية؟ وينبثق عن هذا السؤال الرئيسي الأسئلة التالية:

س1: ما عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي من حيث: مدى الاستخدام، أكثر الشبكات استخداما، عدد ساعات ومرات الاستخدام اليومي والأسبوعي وأماكن الاستخدام؟

س2: ما الحاجات/الاشباع التي يحققها الشباب الجزائري من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

س3: ما هي الآثار الناتجة عن استخدام الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي في إعادة بناء منظومة علاقاتهم الاجتماعية؟

أولا. التراث المعرفي والنظري

لقد تجاوزت شبكات التواصل الاجتماعي بما تنسم به من قدرة على استقطاب مختلف الفئات العمرية طبيعة شبكة الإنترنت الساكنة المعتمدة على النشر والتصفح، وأصبحت قوة جديدة قد تُشكل مستقبل الاعلام الاتصال من خلال إعادة صياغة الآراء، الأفكار، المفاهيم والمصطلحات.

1. مفاهيم الدراسة

1- شبكات التواصل الاجتماعي:

يعود مصطلح المجتمع الافتراضي من المفاهيم التي تستوقف الانتباه عند سماعه إذ أصبح ذو عمومية وانتشار ليس على المستوى والتحليلات العلمية ولكن أصبح مفهوم متداول عن العديد من المستخدمين لشبكة الإنترنت، ويرجع ظهور المفهوم إلى هاوارد رينجولد (H. RHNGOLD) (1993) في كتابه المجتمع الافتراضي (communauté virtuelle).

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي فايس بوك (Facebook)، تويتر (Twitter)، جوجل+ (Google plus)، ماي سبايس (My Space)، هاي فايف (Hi5)، لايف بوون (Life boon)، وغيرها من المواقع التي تقدم خدمات للمستخدمين.

ويشكل المجتمع الافتراضي مجال نمو الشبكات الاجتماعية، ويشكل الفضاء المعلوماتي (Cyber espace) الحيز والإطار الذي تتم في سياقاته تجميع خيوط

الشبكات الاجتماعية فقد عرفه نبيل علي أنه " فضاء جديد تقطنه الجماعات تمارس فيه الصفقات وتقام فيه المؤسسات والمتاحف والمعارف ومنافذ البيع تعقد فيه التحالفات وتحاك فيه المؤتمرات تنقل فيه المعلومات بسرعة فائقة ورغم محاكاته لفضاء الواقع إلا أنه يختلف في طبوغرافيته وطبيعته وقوانينه وأعرافه عن فضاء الواقع فليس هناك سلطة مركزية تحكمه أو جهة رقابية تراجعها بل مجرد لجان أو مجموعات غير حكومية"²، كما عرفه أحمد زايد،³ بأنه العالم الفضائي غير المرئي وغير المرتبط بمكان وزمان والذي تتداول داخله المعلومات الإلكترونية.

إن هناك إعادة تشكل لقضايا المجتمع والسياسة على نحو افتراضي، فلقد نجح الإنترنت في تسهيل التفاعلات الاجتماعية ليس على مستوى الإفادة فحسب ولكن على مستوى الشبكات الاجتماعية، فلقد عرف السون و بويد (Ellson/ Boyd) الشبكات الاجتماعية على أنها "مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر"⁴، ولقد عرفت الشبكات الاجتماعية على أنها مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب (web 2) تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبة انتماء (بلد - مدرسة - جامعة - شركة ...)، يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع أو أصدقاء عرفتهم من خلال السياقات الافتراضية، ولقد أوجز سويت (Swite) سنة 2009 مفهوم الشبكات الاجتماعية في أنها "منظمة عصرية غيرت في أسلوب الحياة من حيث الأسلوب والإدارة والممارسة"⁵.

2- مفهوم العلاقات الاجتماعية:

صورة تُبين التفاعل الاجتماعي بين طرفين أو أكثر، بحيث يتكون لدى كل طرف صورة عن الآخر، والتي تؤثر سلباً أو إيجاباً على حكم كل منهما للآخر، ومن صور هذه العلاقات: الصداقة، والروابط الأسرية والقرابة، وزمالة العمل والمعارف أو الأصدقاء، والعزلة⁶.

2. المقاربات النظرية

قدمت النظريات والدراسات الإعلامية كثيراً من الاجتهادات حول مفهوم الاندماج الاجتماعي ودائرة التأثير، ومنها نظرية التسويق الاجتماعي التي تتناول كيفية ترويج الأفكار التي تعتنقها النخبة في المجتمع، لتصبح ذات قيمة اجتماعية معترف بها، ولا يعمل الإعلام في فراغ بل يستمد من السياقات الاقتصادية والسياسية والثقافية، سواء كانت محلية أو قومية أو إقليمية أو دولية، ولكي نفهم أهمية مواقع التواصل الاجتماعي يجب أن نضعها في النظريات السياسية والديمقراطية التي وفرت سنداً نظرياً وفكرياً لهويتها وممارستها، ويتطلب مراجعة بعض المقاربات على مستويات عدة، يلتزم بعضها الجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنولوجيا الاتصال، وبعضها يعلق على الموضوع من جانب الدراسات الاجتماعية والسياسية وغيرها، بما يمثل مدخلا لفهم خصائص الإعلام الجديد.

كما أن حصر الإعلام البديل في الرؤية القائلة بأنه عبارة عن حركة مضادة للثقافة الجماهيرية السائدة إجراء نظري قاصر، فالإعلام الجديد منتج أيضا لثقافة اتصالية بديلة، وعادة ما يكون في تعارض مع ما هو سائد، ويقع بين مفترق مناهج نظرية متداخلة فهو يعاني من طابعه المهمش خارج السياق الاجتماعي وخصوصيته في كونه بديل عن النظام الإعلامي القائم، ولهذا ركزت بعض المداخل على خدمة المجتمع ويعدّ مواقع التواصل الاجتماعي، أو إعلام المواطن وغيرها من التسميات، بأنها جزء من المجتمع المدني، "وطرح فكرة مجتمعات الممارسة ذات الصلة، بوجود ممارسة مشتركة ومجتمع الممارسة هو مشروع مشترك يوجد تفاعل متبادل بين الأفراد العاملين فيه وله مجموعة من الموارد المشتركة"⁷.

ويعبّر وينجر وزملاؤه (winger et collègues) عن هذه الفكرة كالتالي: "مجتمعات الممارسة عبارة عن جماعات من البشر يشتركون في غاية واحدة ومجموعة من المشكلات، ويقومون بتعميق معرفتهم وخبراتهم في هذه الناحية عن طريق التفاعل بصورة مستمرة"⁸، ولقد أظهر تحليل تأثير تكنولوجيات الاتصال على الحياة اليومية أن المجتمعات المحلية لا تتشكل فقط في المساحات الجغرافية المحددة بل أيضا في الفضاء الإلكتروني وتسمى المجتمعات الافتراضية.

ويمكن أن تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تفعيل الطاقات المتوافرة لدى الإنسان ويوجهها للبناء والإبداع في إطار "تطوير القديم وإحلال الجديد من قيم وسلوك، وزيادة مجالات المعرفة للجمهور، وازدياد قدرتهم على التقمص الوجداني

وتقبلهم للتغيير، وهذا فإن الاتصال له دور مهم، ليس في بثّ معلومات، بل تقديم شكل الواقع، واستيعاب السياق الاجتماعي والسياسي الذي توضع فيه الأحداث".⁹

وقد ارتكزت البحوث العلمية حول وسائل الاتصال الحديثة على نموذجين تفسيريين، الأول، ويتمثل في الحتمية التكنولوجية، وينطلق من قناعة بأن قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التغيير في الواقع الاجتماعي، والنظرة التفاضلية للتكنولوجيات لهذا التغيير، وتراه رمزا لتقدم البشرية، وعاملا لتجاوز إخفاها في مجال الاتصال الديمقراطي والشامل الذي تتقاسمه البشرية، والنظرة النشأومية التي تربط التكنولوجيا وسيلة للهيمنة على الشعوب المستضعفة، والسيطرة على الفرد، فتقتحم حياته الشخصية وتفكك علاقاته الاجتماعية.¹⁰

أما النموذج الثاني، ويتمثل في الحتمية الاجتماعية التي ترى أن البنى الاجتماعية هي التي تتحكم في محتويات التكنولوجيا وأشكالها، أي أن القوى الاجتماعية المالكة لوسائل الإعلام هي التي تحدد محتواها، وإن البحوث النوعية التي تتعمق في دراسة الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجية الاتصال لا تنطلق من النموذجين، لأنها لا تؤمن بأن ما هو تقني ويتمتع بديناميكية قوية، يوجد في حالته النهائية، كما أن البنى الاجتماعية ليست منتهية البناء، ولعل هذه الحقيقة تنطبق أكثر على المجتمعات العربية التي تعرف حركية اجتماعية متواصلة لم تفضلي صقل اجتماعي تمايز فيه البنى الاجتماعية والسياسية، فالقوى الاجتماعية المتدافعة، في المنطقة العربية، مازالت قيد الصياغة والتشكّل، كما أن المنطلقات الفلسفية للبحوث الكمية لا تسمح بالاعتقاد بوجود خط فاصل بين ما هو تقني وما هو اجتماعي، لأنهما يتفاعلان، باستمرار، في الحياة اليومية، بمعنى أن البعد الفكري للمنهج النوعي يسمح بالملاحظة الدقيقة لكيفية ولوج ما هو تقني في الحياة الاجتماعية، ولا يعطي الفرصة للأشخاص الذين يتعاملون مع وسائل الاتصال الحديثة بتشخيص ما هو تقنيًا اجتماعي فقط، بل يسمح بإبراز تمثيلهم لما هو تقني، والذي على أساسه يتضح استخدامهم له.¹¹

وقد أدى النمو الهائل في استخدام الانترنت، جعلت الباحثين في مجال الاستخدامات والاشباعات يزيدون من اهتماماتهم، والتحول من كيف يستخدم الأفراد الانترنت إلى دراسة الأسباب والدوافع التي تدفعهم لاستخدام هذا

الوسيط - وقد أكد ويندال وروسنغر (Rosengren & Windahl)، أن نموذج الاستخدامات والأشباعا تركز على الفرد المستخدم لوسائل الاتصال وبين سلوكه الاتصالي على أهدافه بشكل مباشر، فضلاً عن أنه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع احتياجاته، ولتحديد استخدامات الوسائل التكنولوجية الحديثة، فإن كثير من الدراسات السابقة تحققت من الافتراض بوجود ارتباط بين الدوافع الشخصية والدوافع المتعلقة بالوسيلة، ولتجديد دوافع الاستخدام، وأن الناس يستخدمون الكمبيوتر لإشباع ما يلي:¹²

- الحاجات الشخصية على سبيل المثال السيطرة، الاسترخاء، السعادة والهروب.
- الحاجات التي يمكن إشباعها تقليدياً من الوسيلة مثل التفاعل الاجتماعي وتمضية الوقت والعادة واكتساب المعلومات والتسلية.

وبعد المدخل، مدخلاً اتصالياً سيكولوجياً، فقد افترض وجود جمهور نشط له دوافع شخصية، نفسية واجتماعية. تدفعه لاستخدام الانترنت كوسيلة تتنافس مع غيرها من الوسائل لإشباع احتياجاته، وتطبيقاً على ذلك فإن فئات جمهور مستخدمي الانترنت أكثر نشاطاً ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي تتميز بها الاتصال الرقمي، وبالتالي فإننا نتوقع أن يتخذ الفرد قراره في الاستخدام عن وعي كامل بحاجاته التي يريد إشباعها، ويتمثل الاستخدام في اتجاهين: الاتصال بالآخرين عن طريق الوسائل المتاحة على الانترنت، سواء كان المستخدم مرسلًا أو مستقبلًا، وتصفح المواقع المختلفة لتلبية الحاجات. وتطبيقاً على مدخل الاستخدامات والأشباعا ت تتضح الدوافع التالية لاستخدام الانترنت:

- كبديل عن الاتصال الشخصي/- الإدراك الذاتي عن الجماعات المختلفة من الأفراد/- تعلم السلوكيات المناسبة/- بديل أقل تكلفة عن الوسائل الأخرى/- المساندة المتبادلة مع الآخرين/- التعلم الذاتي/- التسلية والأمان والصحة.
ويحصر مدخل نيغروبونتي (Negroponte) الميزات التي يتحلّى بها الإعلام الجديد في: "استبداله الوحدات المادية بالرقمية، وتشبيك عدد غير محدود من الأجهزة مع بعضها البعض، ويلبي الاهتمامات والاهتمامات العامة، أي أن الرقمية تحمل قدرة المخاطبة المزدوجة للاهتمامات والرغبات وهي حالة لا يمكن تليتها بالإعلام

القديم، والميزة الأكثر أهمية، هي أن هذا الإعلام خرج من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والدولة إلى أيدي الناس جميعاً".¹³

ويشترك فين كروسبي و نيغروبونتي (Negroponte) et (Vine Crosby) في الأفكار نفسها، ويعقد مقارنة بين الإعلام الجديد والقديم عن طريق النماذج الكلاسيكية، ابتداء من أول نموذج اتصالي بين البشر، الاتصال الشخصي، وله حالتان تميزانه:¹⁴

* النموذج الأول: الاتصال الشخصي :- يملك كل فرد من طرفي الاتصال درجة من درجات السيطرة المتساوية على المحتوى المتبادل بين الطرفين/ - يحمل المحتوى ترميزاً يؤكد حالة الفردية التي تحقق احتياجات ومصالح صاحب المحتوى/ - التحكم المتساوي وميزة الفردية ينخفضان في حالة ازدياد عدد المشاركين في العملية الاتصالية، مما جعل خبراء الاتصال يطلقون عليه الاتصال من نقطة إلى أخرى أو من فرد لآخر.

* النموذج الثاني: الإعلام الجديد ويتميز حسب كروسبي بما يأتي :- يمكن للرسائل الفردية أن تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر/ - إن كل واحد من هؤلاء البشر له درجة السيطرة نفسها ودرجة الإسهام المتبادل نفسها.

وتصف نظرية ثراء وسائل الإعلام لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً للنظرية فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراءً، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، فثراء المعلومات يقوم بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة، وتفترض هذه النظرية فرضين أساسيين هما:¹⁵

- الفرض الأول: أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

- الفرض الثاني: هناك أربعة معايير أساس لتقييم ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء وهي سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات

المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجيا حديثة مثل: الوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية. وبرزت نظرية التسويق الاجتماعي بين نظريات الاتصال المعاصرة، لتجمع بين نتائج بحوث الإقناع وانتشار المعلومات، في إطار حركة النظم الاجتماعية والاتجاهات النفسية، بما يسمح بانسياب المعلومات وتأثيرها، عن طريق وسائل الاتصال الحديثة ومنها "مواقع التواصل الاجتماعي"، وتنظيم استراتيجيات عن طريق هذه النظم المعقدة، لاستغلال قوة وسائل وأساليب الاتصال الحديثة لنشر طروحات وإيديولوجيات يراد نشرها في المجتمع.

ثانياً. الشباب الجزائري وشبكات التواصل الاجتماعي

إن ظاهرة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ظاهرة حديثة إلى حد ما بين أفراد المجتمع الجزائري، ولم تأخذ الاهتمام الكافي بما يتناسب، وانتشارها المضطرد، خصوصاً بين فئات الشباب، الذين يُعدّون الأكثر استخداماً للإنترنت، لذلك تهدف هذه الدراسة بشكل عام إلى معرفة أثر استخدام هذه التقنية على مجمل العلاقات الاجتماعية لأفراد مجتمع الدراسة، سواء داخل محيط الأسرة أو الأقران أو الأصدقاء.

1. الشباب الجزائري والاقبال على شبكات التواصل الاجتماعي :

سمحت الشبكات الاجتماعية أن تجمع في طياتها الجماعات الاجتماعية ذات الاهتمامات المتجانسة، ومن الممكن أن تؤسس هذه الجماعات بين أفراد المجتمع المحلي أو يتم الاشتراك فيها على مستوى الصعيد الوطني أو العالمي، والمتأمل لموقع

الفايس بوك وانتشاره في الجزائر يدرك من خلال ملاحظاته انتشار الجماعات ذات الاهتمامات المتنوعة التي تخص جماعات محلية فهناك جماعات لمعظم المناطق، المهن، الفنون....، بل هناك مدارس أسست جماعات على شبكات التواصل الاجتماعي، كما أن هناك جماعات مرتبطة بالجامعات والكليات المختلفة وجماعات لأصحاب الاهتمامات وغيرها، ومن أحدث الاحصائيات التي تؤكد الاقبال المتزايد على شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجزائري نجد :

ترتيب البلدان العربية من حيث عدد مستخدمي الفيسبوك 6 سبتمبر / أيلول 2012				
الترتيب العالمي	البلد	عدد المشتركين	الزيادة خلال الشهور الستة السابقة	نسبة الزيادة
21	مصر	11,472,400	983,820	9.39%
32	السعودية	5,240,720	97,080	1.89%
37	المغرب	4,764,560	338,240	7.67%
43	الجزائر	3,736,440	407,880	12.25%
47	تونس	3,157,860	204,060	6.90%
48	الإمارات	3,078,000	168,140	5.78%
n/a	سورية (د)	2,932,680	-	-
56	الأردن	2,456,100	232,100	10.43%
62	العراق	2,087,760	536,220	34.58%
71	لبنان	1,519,660	78,660	5.45%
n/a	السودان (د)	1,440,740	-	-
81	فلسطين	1,012,980	95,760	10.47%
86	الكويت	772,440	-127,520	-14.19%
89	قطر	699,420	126,600	44.99%
95	ليبيا	633,640	168,960	36.36%
96	اليمن	576,500	140,420	32.20%
102	عمان	485,140	63,780	15.11%
110	البحرين	355,500	10,620	3.07%
	الإجمالي	46,422,540	3,524,820	N/A

المصدر: www.socialbakers.com
 (7) Arab Social Media Report by Dubai School of Government, figures dated June '12

وإذا كان توزيع حصص إقبال الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي يبرز تفوق موقع الفايس بوك، كونه يسمح للمستخدمين بالإنضمام إلى عدة شبكات فرعية من نفس الموقع تَصُبُّ في فئة معينة مثل منطقة جغرافية معينة - مدرسة معينة وغيرها من الأماكن التي تساعدك على إكتشاف المزيد من الأشخاص الذين يتواجدون في نفس فئة الشبكة، هذه الخدمة وغيرها منح لهذا الموقع

أفضلية في اقبال الشباب الجزائري على فتح حسابات والحصول على الخدمات التي يوفرها .

ويحتل موقع "تويتر" المرتبة الثانية حيث أنه موقع يقدم خدمة التدوين والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات عن حالتهم وبأقصى حد 140 حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق رسائل نصية قصيرة SMS أو عبر برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون، وبذلك جلب اهتمام الشباب خاصة في السنوات الأربعة الأخيرة.

مستخدمو تويتر في البلدان العربية - يونيو 2012 (مرتبة حسب عدد مستخدمي تويتر)				
المرتبة	البلد	عدد السكان	مستخدمو الإنترنت	مستخدمو تويتر
1	السعودية	28,794,804	14,892,408	830,291
2	الكويت	3,756,764	1,974,510	370,987
3	مصر	82,257,937	24,171,946	296,219
4	الإمارات	8,579,653	4,814,868	263,070
5	لبنان	4,247,539	1,848,611	77,722
6	البحرين	1,323,333	763,109	72,468
7	قطر	1,744,422	915,146	59,835
8	الأردن	6,318,512	2,338,979	59,726
9	المغرب	32,596,863	14,747,027	38,018
10	فلسطين	4,294,135	1,436,868	33,750
11	تونس	10,794,181	3,780,580	12,000
12	العراق	33,899,968	6,007,410	11,040
13	سورية	21,642,137	5,523,228	10,839
14	عمان	2,903,778	1,298,959	9,832
15	الجزائر	37,484,039	8,827,304	8,415
16	اليمن	24,687,236	3,801,475	5,907
17	السودان	42,170,883	7,969,437	4,507
18	ليبيا	6,100,000	1,417,423	4,393
	المجموع	353,596,184	106,529,288	2,169,019

المصدر: تقرير الإعلام الاجتماعي العربي ومدار للأبحاث والتطوير

يمكن للمستخدمين الاشتراك في موقع تويتر بشكل مباشر عن طريق التسجيل من خلال الصفحة الرئيسية للموقع، وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب، حيث تظهر آخر التحديثات بترتيب زمني .
بالإضافة الى ذلك نجد الكثير من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يقدمون خدمات مختلفة وبذلك يلقون اقبال من طرف الشباب الجزائري ولكن بشكل أقل من بينهم

شبكة قوقل + (Google+) وموقع لينكد ان (Linked in) : ويسمى بشبكة التواصل الاجتماعي للمهنيين، وغيرها من المواقع.

ونجد أن الحديث عن شبكات التواصل الاجتماعي يدفعنا الى الحديث عن علاقتها ببناء رأس المال الاجتماعي وارتباطها بالسياقات الواقعية، حيث نجد أن المفارقة هنا هو تأصيله على المستوى الافتراضي، ويتأسس رأس المال الاجتماعي على شبكة شبكات التواصل الاجتماعي التي يملكها الفرد، والتي يحصل منها علي رصيده في التفاعلات التي من الممكن أن تحقق مأرب ذات أبعاد متباينة له، ويتأسس ذلك علي الثقة والمعايير، هذه الفرضية الأساسية لرأس المال الاجتماعي على السياق الواقعي، والمراد الوصول إليه في هذه النقطة أن منشأ الشبكات الاجتماعية عالي ومردوه الاجتماعي محلي، حيث تقع هذه الجماعات علي متصل العالمية والمحلية.

الجانب الميداني

منهجية الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الاجتماعي، وقد تمّ تطوير استبانة لغايات جمع البيانات وتحليلها إحصائياً للإجابة على أسئلة الدراسة.

مجتمع الدراسة وعينتها

تكون مجتمع هذه الدراسة من شباب منطقة الطارف المترددين على مقاهي الانترنت والمؤسسات الثقافية العمومية على اختلاف أشكالها وأنواعها (دور الثقافة، المراكز الثقافية، دور الشباب) وقد تم حصر مجتمع الدراسة في (725) شاب وشابة، موزعين على (15) مقهى انترنت ومؤسسة ثقافية، حيث أنهم من مختلف المستويات الدراسية، ومن مختلف التركيبات الثقافية، وقد تمّ اختيار أفراد عينة الدراسة بالطريقة العمدية، إذ وقع الاختيار على الشباب الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي وبشكل منتظم، ولقد جرت عملية جمع البيانات من الشباب خلال زيارتهم لهذه الأمكنة، وذلك بعد أن وضّح الباحث أهداف الدراسة لهم، وطلب منهم المصادقية، والوضوح، وحرّيتهم في المشاركة أو عدمها، حيث تمّ توزيع (350) استمارة، وتمّ استلام (325) استمارة بعد تعبئتها من أفراد عينة الدراسة، وهكذا يكون العدد الإجمالي للاستمارات قابلة للتفريغ.

أداة الدراسة

تم وضع استمارة تتكون من ثلاثة محاور أساسية:

المحور الأول: يتضمّن المعلومات الأساسية عن أفراد عينة الدراسة، كالجنس، والعمر، والمستوى الدراسي، ودخل الأسرة.

المحور الثاني: يتضمن (08) أسئلة رئيسية ذات علاقة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل أفراد عينة الدراسة. وهي تتناول كيفية تعلم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومكان استخدامها، ومنذ متى يستخدمها المبحوث، وعدد ساعات الاستخدام اليومي والأسبوعي لها، وما مدى الاستفادة العلمية من استخدامها، وكيف يقضي المبحوث وقته أمام شبكات التواصل الاجتماعي، وما هي أكثر المواقع أو الاستخدامات لشبكات التواصل الاجتماعي.

المحور الثالث: يتناول أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية (بين الشباب والمجتمع). ويتضمّن (08) فقرات، حيث تم قياسه من خلال مقياس ليكرت (Likert) الخماسي (موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة) الذي يقيس الاتجاهات، وذلك لمعرفة الاتجاهات التي تؤثر على نمط أو شكل العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري.

صدق الأداة وثباتها

للتأكد من صدق الأداة، تمّ عرضها على (05) من المحكمين والمختصين ممن لهم إطلاع واهتمام بموضوع هذه الدراسة من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الجزائرية: (الطارف، وباجي مختار- عنابة، وقالمة) ومن ثمّ أخذ اقتراحاتهم وموافقاتهم على الأسئلة بعين الاعتبار، وتم حذف الأسئلة التي اتفق محكمان اثنان فأكثر على حذفها كونها غير مفيدة أو مكررة.

أما من حيث ثبات الأداة، فقد تمّ توزيع الاستمارة على عينة من الشباب متكونة من 40 مفردة، وباستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS)، واستخرج معامل الارتباط للنتائج حسب معادلة (بيرسون)، وكانت قيمة معامل الثبات ($r=0.87$) وهي مناسبة لأغراض هذه الدراسة.

المعالجة الإحصائية

لقد تم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS17) (البرمجة الإحصائية للعلوم الاجتماعية)، حيث استخدمت الأساليب الإحصائية الوصفية، وذلك لغرض خصائص أفراد العينة، ووصف إجاباتهم من خلال استخدام التكرارات، والنسب

المئوية، والوسط الحسابي، والانحراف المعياري، كما استخدمت المقاييس الإحصائية التحليلية لكشف الفروق الإحصائية بين إجابات أفراد العينة بحسب متغيرات الدراسة، حيث استخدم اختبار "ت" (T-TEST)، واختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، وتمّ اعتماد مستوى الدلالة الإحصائية (0.05) كحد أعلى، وعليه إذا كان مستوى الدلالة (0.05) فأقل فإنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية، أما إذا بلغ مستوى الدلالة أكبر من (0.05) فإنه لا توجد أية فروق إحصائية.

تحليل النتائج و مناقشتها

تعالج هذه الدراسة موضوع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على علاقاتهم الاجتماعية، من حيث الخصائص العامة لمستخدمي الإنترنت، ومدى تأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري، وبناءً على الأسئلة التي تحاول الدراسة الإجابة عنها، والبيانات التي تمّ جمعها وتحليلها، سيتم عرض أهم النتائج ومناقشتها .

أولاً: الخصائص النوعية لأفراد عينة الدراسة

جدول رقم (1) التكرار والتوزيع النسبي للخصائص النوعية لأفراد عينة الدراسة

النوع	التكرار	النسبة %	العمر	التكرار	النسبة %
ذكر	106	32.6	أقل من (20) سنة	11	3.4
أنثى	219	67.4	(21-20) سنة	223	68.6
المجموع	325	100	(24-22) سنة	70	21.5
المستوى الدراسي	التكرار	النسبة %	(25) سنة فأكثر	21	6.5
جامعي	219	67.4	المجموع	325	100
ثانوي	106	32.6	دخل الأسرة الشهري	التكرار	النسبة %
المجموع	325	100	أقل من (300) ألف دينار	58	17.8
المستوى الدراسي	التكرار	النسبة %	(39.9-30) ألف دينار	70	21.5
سنة أولى	23	7.1	(49.9-40) ألف دينار	59	18.2
سنة ثانية	70	21.5	(50) ألف دينار فأكثر	138	42.5
سنة ثالثة	120	36.9	المجموع	325	100
سنة رابعة فأكثر	112	34.5			

			100	325	المجموع
--	--	--	-----	-----	---------

يظهر الجدول رقم (1) خصائص عينة الدراسة، وأن الذكور يشكلون ما نسبته 32.6% من أفراد العينة، فيما تشكل الإناث ما نسبته 67.4%. أما عن المستوى الدراسي فإن ذو مستوى تعليمي ثانوي 32.6%، فيما بلغت نسبة 67.4% من أفراد العينة هم ذو مستوى جامعي، ويلاحظ بأن هذه الفئة تنقسم كالآتي: طلبة السنة الأولى تمثل أقل الفئات، وهي بالتالي أقل المستخدمين للإنترنت فقد بلغت 7.1% من حجم أفراد العينة، وترتفع في السنة الثانية لتصل إلى 21.5% من إجمالي العينة، وتتقارب لتصل في السنة الثالثة 36.9%، وفي السنة الرابعة فأكثر 34.5%. وفيما يتعلق بالتوزيع العمري لأفراد العينة نجد أن 3.4% تقل أعمارهم عن (20) سنة، وتتراوح نسبة أعمارهم بين (20-21) سنة 68.6%.

وبلغت نسبة الذين تتراوح أعمارهم بين (22-24) سنة 21.5%، أما الباقيون البالغة نسبتهم 6.5% فتبلغ أعمارهم (25) سنة فأكثر. أما عن دخل الأسرة الشهري لأفراد العينة، فنجد أن 17.8% تقل دخولهم عن (30) ألف دينار، فيما يتراوح دخول 21.5% بين (30-39.9) ألف دينار، وبلغت نسبة الذين تتراوح دخول أسرهم (40-49.9) ألف دينار ما نسبته 18.2%، أما الباقيون البالغة نسبتهم 42.5% فتبلغ دخول أسرهم الشهرية (50) ألف دينار فأكثر، وهي تشكل أعلى نسبة من حيث الدخل الشهري.

ثانياً: أهم الخصائص العامة لسلوك مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب:

يشير الجدول رقم (2) إلى عدد من السلوكيات الخاصة بمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تظهر البيانات الواردة فيه أن 4.6% من أفراد العينة تعلموا استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق الالتحاق بدورة تدريبية، في حين تعلم 1.8% استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق أحد الوالدين، إضافة إلى 6.5% عن طريق أحد الأخوة، وبذلك فإن 8.3% من أفراد العينة قد تعلموا استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق الأسرة، وهذا يشير إلى ضعف دور الوالدين أو الأسرة بشكل عام في هذه المسألة، في حين 11.4% من أفراد العينة قد تعلموا استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق أحد الأصدقاء.

ولقد أشارت النتائج، كذلك، إلى أن غالبية الباحثين 70.8% تعلموا استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق التعلم الذاتي.

أما عن مكان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فقد تبين أن 30.2% يستخدمونه في منازلهم، وأن أكثر من النصف 52.9% يستخدمونه في الجامعة، وذلك نظراً لتوفر خدمة الوصل بشبكة الانترنت في جميع الكليات داخل الحرم الجامعي في جامعة الطارف، وتوفر الخدمة المجانية لاستخدامها، وأن 9.0% يستخدمونه عند أحد الأصدقاء، فيما 10.2% يستخدمونه في المقاهي الخاصة بذلك. وفيما يتعلق بالخبرة الزمنية التي يستخدم أفراد العينة بها شبكات التواصل الاجتماعي، فقد تبين أن 37.8% يستخدمونه منذ (4) سنوات فأكثر، فيما 24.9% يستخدمونه منذ (3-أقل من 4 سنوات)، في حين 21.2% يستخدمونه منذ (سنتين إلى أقل من 3 سنوات)، وبلغت نسبة الذين يستخدمونه منذ (سنة إلى أقل من سنتين) ما نسبته 10.2%، في حين 5.8% يستخدمونه منذ أقل من سنة، وبذلك فإن البيانات تشير إلى أن معظم أفراد عينة الدراسة 62.7% لديهم خبرة من 3 سنوات فأكثر في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

وفيما يخص عدد ساعات زيارة شبكات التواصل الاجتماعي اليومي والأسبوعي، فقد أشارت البيانات إلى أن 72.9% من أفراد العينة يستخدمونه أقل من ساعتين يومياً، في حين 20.3% يستخدمونه بين (ساعتين إلى أقل 3) ساعات يومياً، ويستخدمه 3.7% بين (4-إلى أقل من 6) ساعات يومياً، في حين يستخدمه ما نسبته 3.1% لمدة (6) ساعات فأكثر يومياً. وتشير البيانات إلى أن عدد ساعات الاستخدام تقل في عطلة نهاية الأسبوع، حيث يصل عدد ساعات الاستخدام اليومي إلى أقل من ساعتين عند 54.2% من أفراد العينة، ويمكن تفسير ذلك بأن غالبية أفراد العينة 52.9% يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي داخل الحرم الجامعي، والضغطات على شبكة الانترنت في العطلة مما يسبب الكثير في الانقطاعات، كما أن غالب أفلاد العينة لا يمتلكون خط انترنت في منازلهم، كما هو مبين سابقاً.

جدول رقم (2) التكرار والتوزيع النسبي لأهم الخصائص العامة لسلوك

مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة

النسبة %	التكرار	عدد ساعات الاستخدام يومياً	النسبة %	التكرار	كيفية تعلم استخدام
----------	---------	----------------------------	----------	---------	--------------------

					شبكات التواصل الاجتماعي
72.9	237	أقل من 02 ساعة	4.6	15	دورة تدريبية
20.3	66	02- أقل من 4 ساعة	1.8	6	أحد الوالدين
3.7	12	04 - أقل من 6 ساعة	6.5	21	أحد الأخوة
3.1	10	6 ساعات فأكثر	11.4	37	أحد الأصدقاء
100	325	المجموع	70.8	230	تعلم ذاتي
		عدد ساعات الاستخدام في نهاية الأسبوع	4.9	16	أخرى
النسبة %	التكرار				
54.2	185	أقل من ساعتين	100	325	المجموع
16.3	53	ساعتين-أقل من 4 ساعات	النسبة %	التكرار	مكان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
20.0	65	4-أقل من 6 ساعات	30.2	98	المنزل
9.5	31	6 ساعات فأكثر	52.9	172	الجامعة
100	325	المجموع	0.9	3	عند أحد الأصدقاء
النسبة %	التكرار	الاستفادة العلمية	10.2	33	في أحد المقاهي
94.8	308	أستفيد	5.8	19	أخرى
5.2	17	لا أستفيد	100	325	المجموع
100	325	المجموع	النسبة %	التكرار	منذ متى تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي
النسبة %	التكرار	أقضي وقتي أمام شبكات التواصل الاجتماعي	5.8	19	أقل من سنة
83.4	271	وَحْدِي	10.2	33	سنة - أقل من سنتين
16.6	54	بمشاركة الآخرين	21.2	69	سنتين- أقل من 3 سنوات
		المجموع	24.9	81	3- أقل من 4 سنوات
			37.8	123	4 سنوات فأكثر

	100	325	المجموع
	النسبة %	التكرار	أكثر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي استخداما
	33.5	109	الفايسبوك
	27.4	89	التويتير
	23.4	76	قوقل +
	10.2	33	لينكد ان
	5.5	18	أخرى
	100	325	المجموع

وبالنسبة إلى كيفية قضاء أفراد العينة وقتهم أمام شبكات التواصل الاجتماعي، فقد بينت النتائج بأن معظم المبحوثين 83.4% يقضون وقتهم أمام شبكات التواصل الاجتماعي وُحدهم، و16.6% يقضون وقتهم بمشاركة الآخرين. ولقد أوضحت البيانات، وبشكل كبير، أهمية شبكات التواصل الاجتماعي وفائدته العلمية بالنسبة لأفراد العينة، حيث تبين أن 94.8% منهم أجاب بأنهم يستفيدون علمياً من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

وتظهر بيانات الجدول، كذلك، فيما يتعلق بأكثر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً، بأن أفراد العينة يستخدمون الفاييسبوك في المرتبة الأولى 33.5%، يليها في الاستخدام التويتير 27.4%، وفي الترتيب الثالث يأتي قوقل + 32.4%، ويلها استخدام لينكد ان 10.2%.

وهذه النتائج الواردة في مجملها في جدول (2)، والخاصة بالسلوكيات والأساليب المتعددة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة لأفراد عينة الدراسة، تتفق مع نتائج دراسات عديدة أجريت سابقاً.

ثالثاً: مدى أثر استخدام الشباب الجامعي للانترنت على علاقاتهم الاجتماعية وضمن الأسرة والأقرباء والأصدقاء:

للتعرف إلى مدى أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية بين الشاب الجزائري والمجتمع، فلقد تم استخدام التوزيع النسبي، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على الفقرات المتعلقة بأثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية.

جدول رقم (3) التوزيع النسبي والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

لإجابات أفراد العينة

على الفقرات المتعلقة بأثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على

العلاقات الاجتماعية

الترتيب حسب الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرات	الرقم
1	1.32	2.35	31.4	36.0	10.7	10.5	11.4	أشعر بأن تفاعلي وجلوسي ومحدثاتي مع أفراد أسرتي بدأ يقل عما كان عليه قبل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.	1
5	1.16	2.09	36.6	39.7	7.1	11.7	4.9	أشعر بالضيق والانزعاج من زيارات الأقارب، لأنها تقطع علي اهتمامي بشبكات التواصل الاجتماعي.	2
4	1.05	2.16	29.5	41.6	14.2	12.9	1.8	أشعر بأن زيارتي لأقاربي بدأت تقل عما كانت عليه في السابق بسبب انشغالي عنهم بشبكات التواصل الاجتماعي.	3
3	1.15	2.21	31.6	38.8	8.9	18.2	2.5	تشكو مني أسرتي بسبب طول الوقت الذي أفضيه مشغولاً عنهم باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.	4
2	1.21	2.25	29.5	43.7	7.1	12.0	7.7	الوقت الذي أفضيه في التحدث مع الأصدقاء أو المعارف عبر شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من الذي أفضيه في التحدث معهم وجهاً لوجه.	5

7	0.97	1.95	36.7	41.8	12.9	6.8	1.8	أقضي وقتاً في التحدث مع معارفي واصدقائي على شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من الوقت الذي أقضيه فيه مع أسرتي.
6	1.04	2.06	32.3	46.1	7.7	11.1	2.8	أشعر بأن نشاطي ومساهماتي في المناسبات الأسرية والعائلية والاجتماعية بدأت تتراجع منذ بدأت استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
	0.85	2.15	32.5	41.4	9.8	11.9	4.7	جميع الفقرات

تظهر بيانات الجدول رقم (3) إجابات أفراد العينة على الفقرات المتعلقة بالعلاقات الاجتماعية، حيث يظهر الجدول أن 11.4% يوافقون بشدة على أنهم يشعرون بأن تفاعلهم وجلووسهم ومحادثتهم مع أفراد أسرهم بدأ يقل عما كان عليه قبل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ويوافق، أيضاً، على ذلك ما نسبته 10.5%. واتخذ موقف المحايدة ما نسبته 10.7%. ويعارض ذلك 36%، فيما يعارضه بشدة 31.4%. وقد بلغ الوسط الحسابي للإجابات على ذلك 2.35 بانحراف معياري مقداره 1.32.

أما عن شعور أفراد العينة بالضيق والانزعاج من زيارات الأقارب، لأنها تقطع عليهم انهمالكهم بشبكات التواصل الاجتماعي، فيوافق بشدة على ذلك ما نسبته 4.9%. ويوافق، أيضاً، على ذلك 11.7%. واتخذ موقف المحايدة ما نسبته 7.1%. ويعارض ذلك 39.7%. فيما يعارضه بشدة 36.6%. وقد بلغ الوسط الحسابي للإجابات على ذلك 2.09 بانحراف معياري مقداره 1.16.

وفيما يتعلق بشعور أفراد العينة بأن زيارتهم لأقاربهم بدأت تقل عما كانت عليه في السابق بسبب انشغالهم بشبكات التواصل الاجتماعي، فيوافق بشدة على ذلك ما نسبته 1.8%. ويوافق أيضاً على ذلك 12.9%. واتخذ موقف المحايدة ما نسبته 14.2%. ويعارض ذلك 41.6%. فيما يعارضه بشدة 29.5%. وقد بلغ الوسط الحسابي للإجابات على ذلك 2.16 بانحراف معياري مقداره 1.05.

وفيما يتعلق بالوقت الذي يقضيه أفراد العينة في التحدث مع الأصدقاء أو المعارف عبر شبكات التواصل الاجتماعي فيوافق بشدة ما نسبته 7.7% بأنه أكثر من الوقت الذي يقضونه في التحدث معهم وجهاً لوجه، ويوافق، أيضاً، على ذلك 12%، واتخذ موقف المحايدة ما نسبته 7.1%، ويعارض ذلك 43.7%، فيما يعارضه بشدة 29.5%، وقد بلغ الوسط الحسابي للإجابات على ذلك 2.25 بانحراف معياري مقداره 1.21.

أما عن الوقت الذي يقضيه أفراد العينة في التحدث مع المعارف والأصدقاء عبر شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، فيوافق بشدة على ذلك ما نسبته 1.8%، ويوافق، أيضاً، على ذلك 6.8%، واتخذ موقف المحايدة ما نسبته 12.9%، ويعارض ذلك 41.8%، فيما يعارضه بشدة 36.7%، وقد بلغ الوسط الحسابي للإجابات على ذلك 1.95 بانحراف معياري مقداره 0.97. وفيما يتعلق بشعور أفراد العينة بأن نشاطهم ومساهماتهم في المناسبات الأسرية العائلية والاجتماعية بدأت تتراجع، منذ بداية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فيوافق بشدة على ذلك ما نسبته 2.8%، ويوافق، أيضاً، على ذلك 11.1%، واتخذ موقف المحايدة ما نسبته 7.7%، ويعارض ذلك 46.1%، فيما يعارضه بشدة 32.3%، وقد بلغ الوسط الحسابي للإجابات على ذلك 2.06 بانحراف معياري مقداره 1.04.

وعن شكوى أسر أفراد العينة من طول الوقت الذي يقضونه مشغولين عنهم باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فيوافق بشدة ما نسبته 2.5% من أفراد العينة بأن أسرهم تشكو ذلك، ويوافق أيضاً على ذلك 18.2%، واتخذ موقف المحايدة ما نسبته 8.9%، ويعارض ذلك 38.8%، فيما يعارضه بشدة 31.6%، وقد بلغ الوسط الحسابي للإجابات على ذلك 2.21 بانحراف معياري مقداره 1.15. وبشكل عام، فإن 4.7% من أفراد العينة يوافقون بشدة على الفقرات المتعلقة بآثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، كما ويوافق عليها أيضاً 11.9%، ويتخذ موقف المحايدة منها 9.8%، ويعارضها ما نسبته 41.4%، ويعارضها بشدة 32.5%، وقد بلغ الوسط الحسابي العام لجميع الفقرات 2.15 بانحراف معياري مقداره 0.85.

ومن خلال النظر إلى النتائج الإحصائية الواردة في الجدول ذاته، يمكن الاستدلال على أن أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مجمل العلاقات الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة لم يكن سلبياً بشكل عام، حيث بلغ الوسط الحسابي العام لجميع الفقرات دون المتوسط، وهذا يشير إلى أن الأثر السلبى لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية على مستوى الأسرة والعلاقات القروية والأصدقاء لدى الشباب محدود، وقد يفسر ذلك بتدني ساعات استعمال شبكات التواصل الاجتماعي اليومي والأسبوعي، وإلى محدودية استخدام أفراد العينة للانترنت داخل منازلهم، فقد أشارت البيانات سابقاً في جدول رقم (2) إلى أن غالبية المبحوثين (52.9%) يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي داخل الحرم الجامعي، وتفسر كذلك بأن طبيعة العلاقات الاجتماعية الأسرية لأفراد العينة تنسم بالقوة والترابط والاحترام، مما أضعفت التأثيرات السلبية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مجمل العلاقات الاجتماعية. وهذه النتيجة متطابقة إلى حد كبير مع نتائج الدراسات السابقة التي أجريت سابقاً في بعض الدول العربية¹⁶، ولكنها تتعارض مع نتائج دراسات أخرى¹⁷.

وللتأكد من مدى أثر المدة الزمنية "عدد الساعات" لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب، فقد تم استخدام اختبار (T) للفقرات المتعلقة بأثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية حسب عدد ساعات الاستخدام بشكل عام، حيث تظهر بيانات الجدول رقم (4) أن الوسط الحسابي العام لأثر المدة الزمنية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، قد بلغ 2.01 بانحراف معياري مقداره 0.77 لدى الأشخاص الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لأقل من ساعتين، في حين ارتفع متوسط هذا الأثر إلى 2.36 بانحراف معياري مقداره 1.20 لدى الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لمدة تتراوح بين (ساعتين إلى أقل من 4 ساعات)، ويزداد إلى 2.47 بانحراف معياري مقداره 0.92 لدى الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لمدة تتراوح بين (4 إلى أقل من 6 ساعات)، ويصل متوسط أثر شبكات التواصل الاجتماعي إلى 3.02 بانحراف معياري مقداره 0.52 لدى الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لمدة (6 ساعات فأكثر). وقد بلغت قيمة (F) 9.6 وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.001 مما يدل على أنه

كلما زاد عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي زاد الأثر السلبي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى أفراد عينة الدراسة.

جدول رقم (4) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One – Way ANOVA) للفرقات المتعلقة بأثر شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية حسب عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

عدد ساعات الاستخدام	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة
أقل من ساعتين	2.01	0.77	9.6	0.001
ساعتين إلى أقل من 4 ساعات	2.36	1.20		
4 إلى أقل من 6 ساعات	2.47	0.92		
6 ساعات فأكثر	3.02	0.52		

وهذه النتيجة تؤكد التفسير السابق لنتائج الدراسة حول محدودية الأثر السلبي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، والواردة ضمن بيانات الجدول رقم (3)، فلقد أوضحت النتائج إلى أنه كلما زاد الفرد من استخدامه للإنترنت زادت معه التأثيرات السلبية من حيث العزلة، والابتعاد عن الأسرة، الأصدقاء والأقرباء، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج الدراسات السابقة¹⁸.

رابعاً: الفروق الإحصائية لأثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية حسب بعض الخصائص النوعية لأفراد عينة الدراسة. جدول رقم (5) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One–Way ANOVA) للفرقات المتعلقة بأثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، حسب الخصائص النوعية لأفراد عينة الدراسة

النوع	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة
ذكر	2.55	0.93	38.7	0.001

مستوى الدلالة	قيمة F	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العمر
0.01	4.1	0.93	2.43	أقل من (20) سنة
		0.83	2.11	(21-20) سنة
		0.72	2.01	(24-22) سنة
		0.56	1.19	(25) سنة فأكثر
مستوى الدلالة	قيمة F	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الدخل الشهري للأسرة
0.001	5.9	0.91	2.41	أقل من (300) دينار
		0.86	2.37	(399-300) دينار
		0.78	2.08	(499-400) دينار
		0.79	1.88	(500) دينار فأكثر

يتضح من خلال بيانات الجدول رقم (5) أن الوسط الحسابي لأثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الذكور قد بلغ 2.55 بانحراف معياري مقداره 0.93، في حين بلغ 1.96 بانحراف معياري مقداره 0.72 لدى الإناث، وقد بلغت قيمة (F) 38.7 وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.001 مما يكشف أن لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي أثراً أكبر على العلاقات الاجتماعية لدى الذكور منه على الإناث، أما حسب المستوى التعليمي فقد تبين أن الوسط الحسابي لأثر استخدام الشباب الجامعي للانترنت قد بلغ 2.09 بانحراف معياري مقداره 0.77، في حين بلغ 2.46 بانحراف معياري مقداره 1.13 لدى الشباب ذو مستوى تعليمي ثانوي، وقد بلغت قيمة (F) 9.3 وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.003، مما يكشف أن أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أكبر لدى الشباب الجامعي منه لدى الشباب الثانوي.

وفيما يتعلق بالمستوى الدراسي للشباب الجامعي، فقد كشفت الدراسة عن أن الوسط الحسابي لأثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية قد بلغ 2.53 بانحراف معياري مقداره 0.73 لدى طلبة السنة الأولى جامعي، فيما بلغ 2.21 بانحراف معياري 1.14 لدى طلبة السنة الثانية جامعي، وبلغ 2.19 بانحراف معياري 1.02 لدى طلبة السنة الثالثة جامعي، وانخفض إلى

1.72 بانحراف معياري 0.78 لدى طلبة السنة الرابعة فأكثر، وقد بلغت قيمة (F) 2.9 وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 مما يدل على أنه كلما ارتفع المستوى الدراسي انخفض أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية.

أما على مستوى التوزيع العمري لأفراد العينة، فقد أظهرت الدراسة أن الوسط الحسابي لأثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الذين تقل أعمارهم عن (20) سنة قد بلغ 2.43 بانحراف معياري مقداره 0.93، وبلغ 2.11 بانحراف معياري 0.83 لدى الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين (20-21) سنة، وانخفض إلى 2.01 بانحراف معياري مقداره 0.72 لدى الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين (22-24) سنة، إلى أن بلغ 1.19 بانحراف معياري 0.56 لدى الشباب الذين تبلغ أعمارهم (25) سنة فأكثر، وقد بلغت قيمة (F) 4.1 وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.001 مما يدل على أنه كلما ازداد العمر انخفض أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية.

وفيما يتعلق بمستوى الدخل الشهرية لأسر الشباب، فقد كشفت الدراسة عن أن أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي قد بلغ 2.41 بانحراف معياري 0.91 لدى الشباب الذين تقل دخول أسرهم الشهرية عن (300) دينار، فيما بلغ 2.37 بانحراف معياري مقداره 0.86 لدى الشباب الذين تتراوح دخول أسرهم بين (300-399) ديناراً، وبلغ 2.08 بانحراف معياري 0.78 لدى الشباب الذين تتراوح دخول أسرهم بين (400-499) ديناراً، وانخفض إلى 1.88 بانحراف معياري مقداره 0.79 لدى الشباب الذين تبلغ دخول أسرهم الشهرية (500) ديناراً فأكثر، وقد بلغت قيمة (F) 5.9 وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.001 مما يدل على أنه كلما ارتفع الدخل الشهري لأسر الشباب انخفض أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لديهم.

الخلاصة :

من أهم ما كشفت عنه نتائج الدراسة أن أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية يزداد في حالة استخدام الشباب للانترنت بمفرده، في

حين يتناقص هذا الأثر في حال قضاء الشباب وقتهم أمام شبكات التواصل الاجتماعي بمشاركة الآخرين، وكذلك تبين أنه كلما زاد عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ارتفع أثر استخدامها على العلاقات الاجتماعية. وأوضحت النتائج، كذلك، بأن أكثر المواقع المستخدمة هي الفايبروك لما له من شهرة عالمية، وأن أكثر استخداماته تتم داخل الجامعة بالنسبة للجامعيين. وأظهرت نتائج الدراسة أن لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي أثراً أكبر على العلاقات الاجتماعية لدى الذكور منه على الإناث، أما حسب المستوى الدراسي فقد تبين أن هذا الأثر أكبر لدى الشباب الجامعي منه لدى الشباب ذوي مستوى تعليمي أقل.

كما بينت الدراسة أنه كلما ارتفع المستوى الدراسي لدى الشباب انخفض أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وكذلك الحال بالنسبة للتوزيع العمري، حيث أنه كلما ازداد العمر انخفض أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية.

وفيما يتعلق بمستوى الدخل الشهرية لأسر الشباب، فقد بينت نتائج الدراسة أنه كلما ارتفع الدخل الشهري لأسر الشباب انخفض أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لديهم.

وأخيراً، يمكننا القول إنَّ استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كأسلوب اتصال وتواصل أصبحت تغطي كافة شرائح شباب المجتمع الجزائري، وإنَّ هذه التكنولوجيا المادية قد أضفت إيجابيات كثيرة كان لها انعكاساتها المعنوية في الجوانب الاجتماعية والثقافية على مستوى الشاب والأسرة والمجتمع، كما أوضحها نتائج هذه الدراسة.

التوصيات :

بناءً على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، يمكن صياغة التوصيات التالية :

1. ضرورة التوعية الثقافية والاجتماعية للشباب من قبل الجهات المسؤولة على إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي ، وحثهم على استثمار الوقت فيها بالاتجاه الصحيح.

2. أهمية نشر ثقافة تكنولوجية تزيد من درجة الوعي لدى الشباب ، بما يحفزهم على ممارسة حقوقهم والمشاركة المجتمعية الفاعلة.

3. ضرورة أن تبدي مواقع التواصل الاجتماعي اهتمام للشباب وقضاياهم من خلال تفعيل دور الشباب، وتقديم معلومات لهم عن كافة النواحي الاجتماعية، الاقتصادية والسياسية وغيرها ، بالإضافة الى دعم الشباب في معالجة القضايا والتحديات التي تواجههم.
4. أهمية إجراء دراسات مستقبلية شاملة لفئات عمرية متعددة، نظراً لانتشار استخدام شبكة شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها المباشرة في الحياة الاجتماعية للأفراد، حيث لا زالت الدراسات في هذا الموضوع محدودة جداً، وخاصة من المنظور الاجتماعي، للحد من الآثار السلبية لهذه التقنية، والاستفادة من الآثار الإيجابية لها.

الهوامش والمراجع:

1. - هناك تداخل بين مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد، وإعلام البديل، والإعلام الاجتماعي، ومن الممكن إن يحل المفهوم الأول محل الثاني والثاني محل الأول، وهكذا والتفاصيل في ثنايا متن البحث.
2. - نبيل علي، تحديات عصر المعلومات، مكتبة الأسرة، الأعمال العلمية، القاهرة، 2003، ص 254.
3. - أحمد زايد، عولمة الحداثة وتفكيك الثقافات الوطنية، عالم الفكر، مجلد 32، الكويت سبتمبر، 2002، ص16.
4. - Danah m. Boyd, Nicole B.Ellison , **Social network sites; Definition , history and scholar ship** , Journal of computer mediated communication , vol(13),issue (1)
5. -O.C.Mcswete, **thechallenge of social networks, Administrative theory and praxis**, vol 13 , issue 1 , march , 2009 , p 95-96.
6. - إبراهيم عثمان، مقدمة في علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص 25.
7. - المصدر السابق، ص 39 ص27.
8. - المصدر السابق نفسه، ص31.
9. - مي العبد الله، الاتصال والديمقراطية، بيروت، دار النهضة العربية، 2005، ص21.

10. - نصر الدين لعياضي، الرهانات الابستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي (نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية)، أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد، جامعة البحرين، من 7-9 أبريل 2009، ص 18.
11. - المصدر السابق نفسه، ص 19.
12. - عزة مصطفى الكحكي، استخدام الانترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض العوامل الشخصية لدى عينة من الجمهور بدولة قطر، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة"، جامعة البحرين، من 7-9 أبريل 2009، ص 269 - 272.
13. - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد- المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط 1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008 ص 9.
14. - المصدر السابق نفسه، ص 10.
15. - أولجا جوديس بيبي، وآخرون، فهم الإعلام البديل، ترجمة: علا أحمد إصلاح، القاهرة، مجموعة النيل العربية، 2009، ص 71.
16. - أنظر:
- ذوقان عبيدات، الفضائيات والإنترنت معالجة السلبيات لدى الناشئة تعزيراً للإيجابيات، مكتب التربية العربي لدول الخليج، الرياض، 2003.
- عبدالمحسن العصيمي، الآثار الاجتماعية للإنترنت، دار قرطبة للنشر والتوزيع، الرياض، 2004، ص 30.
- حلمي ساري، ثقافة الإنترنت دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005.
17. - أنظر:
- معتصم زكي السنوي، الشاشة الصغيرة وأثرها في سلوكيات الأطفال، مجلة التربية، العدد 154، السنة 34، اللجنة الوطنية القطرية للتربية والثقافة والعلوم، قطر، 2005، ص 264-273.
- شعاع اليوسف، التقنيات الحديثة فوائد وأضرار دراسة للتأثيرات السلبية على صحة الفرد، كتاب الأمة - قطر، العدد 112، السنة 26، ط 1، 2006.
18. - يعقوب الكندري وحمود القشعان، علاقة استخدام شبكة الإنترنت بالعزلة الاجتماعية لدى طلاب جامعة الكويت، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد 17، عدد 1، افريل، 2001، ص 1-45.