

سياق التفاعل لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة استطلاعية على عينة من الشباب المستخدم لموقع فايسبوك بـ مدينة عين الدفلى

فريدة صغير عباس: باحثة دكتوراه

كلية علوم الإعلام والاتصال / جامعة الجزائر 3

ملخص :

هدفت هذه الدراسة بصفة رئيسية معرفة سياق التفاعل و أشكاله لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وقد اشتملت الدراسة على عينة بحثية قوامها 200 مبحوث ومبحوثة من الشباب المستخدم لموقع فايسبوك بمدينة عين الدفلى، وقد استخدمنا الاستمارة كأداة رئيسية لجمع البيانات من خلال معرفة عادات المبحوث في استخدام فايسبوك ومدى تفاعله مع محتويات هذا الموقع ومضامينه، اعتمدنا على تحليل البيانات الإحصائية بالاستعانة ببرنامج Spss v23 وتوصلت دراستنا إلى مجموعة من النتائج أبرزها أن ممارسة وشكل التفاعل عند المبحوثين لازال في صورته المحتشمة مرده أن العلاقة بين الشباب و التقنيات الحديثة حتما تبدأ بالحذر و التحاشي لتصل بمرور الوقت إلى علاقة تناغم و أكثر إيجابية في محاولة للانسجام مع المعطى التقني الجديد، كما أن شكل التفاعل يتأثر إيجابا بعدد من العوامل داخل العملية الاتصالية وهي جنس المشاركين ونوع المشاركة.

الكلمات المفتاحية : التفاعل، الاستخدام، مواقع التواصل الاجتماعي، فايسبوك .

Abstract

The main objective of this study was to know the interaction patterns of users of social networking sites. The study included a sample of 200 researchers and researchers from the youth of Facebook in ain defla. We used the questionnaire as a main tool for collecting data by knowing the habits of the respondents in using Facebook and The interaction with the contents of this site and its implications. we relied on the analysis of statistical data using the program Spss v23 and our study reached a set of results. most notably that the practice and form of interaction in the respondents still in his image is divided because the relationship between young people Modern techniques inevitably s e positive relationship in an attempt to harmonize with the new technical given, and the form of interaction positively affected by a number of factors within the **communicative process**. which is the sex of the participants and the type of participation.

Key words: interaction, use, social networking sites, Facebook

مقدمة:

سمح التطور الكبير الذي عرفته تكنولوجيا الإعلام و الاتصال ببروز الانترنت كشبكة عالمية مفتوحة أمام الجميع و التي أتاحت بدورها للأفراد و الجماعات إمكانية التواصل و التفاعل كمستخدمين خاصة جيل الشباب الذي وصفته إيفون ميرلبيير بأنه جيل الانترنت يميل إلى التواصل و التفاعل و التآلف الاجتماعي انطلاقا من استثمار الآليات المتاحة عبر الفضاء الالكتروني لتفتح تكنولوجيا الاتصال الجديدة عصرا جديدا من عصور الاتصال التفاعلي الذي أصبحت فيه عملية رجوع الصدى فورية وسهلة الانجاز ليتحول المتلقي إلى محور العملية التفاعلية وصياغة المحتوى و إمكانية أن نطلق عليه عدة تسميات أبرزها " المتقبل النشط و الفاعل المتفاعل كمفهوم جديد كرسه فلسفة التقنيات الحديثة للإعلام و الاتصال ومنها شبكات التواصل الاجتماعي التي تعزز التفاعل و التواصل، و بما أن الشريحة الأكبر التي تستخدم هذه الوسائط هي فئة الشباب كان لا بد من دراسة ظاهرة التفاعل كبديل لمصطلح الاتصال الجماعي من خلال الكمبيوتر .

ولقد ركزت العديد من البحوث و النظريات في العلوم الإنسانية على التفاعل كشرط أساسي لاستكمال العملية الاتصالية وهو ما يبرزه ارتباط مفهوم الاتصال بمفهوم التفاعل عند عدد كبير من الباحثين على اختلاف اتجاهاتهم و اهتماماتهم العلمية مؤكدين على ضرورة وجود تفاعل لتنجح العملية الاتصالية المكونة من مرسل ومستقبل ووسيلة ورسالة ورجع صدى فصار هناك نوع من التداخل و التطور النوعي أهمية اختفاء الحدود بين المرسل و المستقبل ليصبح الجمهور هو طرف صانع للمحتوى إلى نشط أكثر فاعلية في ضل تزايد عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي التي اصطلح عليها أنها أهم الظواهر التكنولوجية في القرن 21.

إشكالية الدراسة :

أسهم التقدم التقني ونمو شبكة الاتصال الرقمية في تدعيم التدفق السريع للمعلومات و تفعيل أنماط الاتصال والتبادل بين الشعوب، وكما هو الحال مع أية تقنية جديدة صاحب ظهور مواقع التواصل الاجتماعي ظهور مجتمعات شبكية يتفاعل من خلال مستخدمو هذه الشبكات و أبرزها الشباب الذي يعتبر أكثر تفتحاً على العالم بوصفه أيضا جيل تواصلية ومنهم الشباب الجزائري الذي وجد في مواقع التواصل الاجتماعي و أبرزها الفايسبوك فضاء للتفاعل ليصبح ها الموقع ذا دور محوري في تشكيل الكتلة الشبابية المستخدمة لتؤسس ما يمكن أن يسمى بشعب الفايسبوك الفاعل و المتفاعل مع المضامين و المحتويات المنشورة عبر صفحات الفايسبوك وتتحول بذلك ممارسات الاستخدام إلى ممارسات تفاعل ولتتحول مواقع التواصل الاجتماعي الى حركات اجتماعية جديدة قادت الى تأسيس نمط جديد من التواصل او التفاعل والتآلف الاجتماعي ضمن سياق افتراضي يتجاوز افتراضي تجاوز كل الاكراهات الفيزيائية المتصلة بسياق الحضور وطقوس المكان وبذلك وفر هذا السياق الافتراضي مجالا اجتماعيا للمستخدم للقيام

بتفاعلات ، وكان للشباب النصيب الأكبر في هذا العالم الرقمي فتمثل وتفاعل مع مضامينه ومحتوياته ، لا انصب اهتمامنا على دراسة شكل التفاعل لدى مستخدمي موقع فايسبوك مما يقودنا إلى رصد ممارسة ونوع هذا التفاعل في سياق اتصالي منطلقين من السياق الإشكالي الأتي: ما سياق و أشكال التفاعل لدى الشباب المستخدم للفايسبوك بمدينة عين الدفلى؟

و انبثق التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية أهمها :

-ماعدادات وأنماط استخدام موقع فايسبوك لدى عينة البحث؟

-ماهي دوافع استخدام موقع فايسبوك لدى أفراد العينة وما الاشباع المحققة نتيجة هذا الاستخدام؟

-ما سياق وأشكال ممارسة التفاعل لدى المبحوثين عبر موقع فايسبوك؟

أهمية الدراسة:

-تبرز أهمية دراسة سياق و أشكال تفاعل الشباب المستخدم للفايسبوك انطلاقا من الثورة الرقمية والتحولت الجذرية التي يشهدها عالم الاتصال والتي ميزها ظهور كيانات رقمية خلقت فضاء افتراضيا للمستخدمين وخاصة فئة الشباب من خلال تمثله وتفاعله ورصد اهتماماته ودوافع وجوده ومشاركته للمضامين من خلال تجواله الافتراضي .
- كما تنبع أهمية الدراسة أيضا في كونها تساهم في تطوير مجموعة من الاعتبارات الأساسية التي تتصل بطبيعة العلاقة بين الشباب وموقع فايسبوك باعتبارها الأبعاد التي تحدد طبيعة التفاعل، وتتصل هذه الاعتبارات بجوانب كثيرة ابرزها دوافع ولوج الشباب الى موقع فايسبوك وأنماط مشاركته في هذا الموقع إضافة إلى الدور الذي يلعبه هذا الموقع في تشكيل الكتلة الشبابية التي تتفاعل في المجال الافتراضي .

أهداف الدراسة :

-معرفة عادات و أنماط استخدام الشباب(عينة البحث)لموقع فايسبوك

-إبراز التفاعلات التي تحدث في هذا الفضاء الالكتروني ومختلف أشكالها

-التعرف على البيئة التي يتم فيها هذا النشاط الاتصالي (التفاعل) وهي فئة الشباب في المجتمع الجزائري

مفاهيم الدراسة :

1- التفاعل

جاء في معاجم اللغة العربية أن التفاعل من الأصل اللغوي فعل الشيء فعلا وفعالا أي عمله، وافتعل الشيء أي اختلقه ويقال تفاعلا أي أثر كل منهما في الآخر (1).

وينسب المفهوم أيضا إلى التفاعلية التي تفيد الممارسة و التبادل بين شخصين أو بين شخص ومحتوى اتصالي (2).

عرف الدكتور نصر الدين لعياضي التفاعل بأنه مفهوم ابتكر في البداية للدلالة عن شكل خاص للعلاقة بين السمعى البصري و المشاهد، ويهدف إلى تحويل المشاهد الساكن و السلبي إلى عنصر فاعل ونشيط في شكل مؤثر في البرمجة، لكن الاستخدام التدريجي لهذا المفهوم أصبح يدل على كل أنواع المشاركة المتلقي في الرسالة (3). كما يرى M.Ward أن التفاعل يبدأ عندما يصبح المتلقي مشاركا، وفيه قد يتحول إلى منتج للمحتوى (content provider)، (4).

أما إجرائيا فسنعتمد مفهوم التفاعل كصفة لعملية تواصلية بين مستخدمى فعالية مما يسمح لهم بالتحكم التكنولوجى فى اختيار المحتوى المتفاعل معه، فهو خاصية بين المستخدم و الوسيلة و المحتوى .

2- الاستخدام :

إن مفهوم الاستخدام طرحه " جاك بريوت " " jaques perant " فى كتابه " منطق الاستخدام " فى بداية الثمانينيات، يعرف فى الواقع معانى متعددة و متعددة، مكلمة استخدام توظف كمرادف للاستعمال و الممارسة فى بعض الأحيان و فى أحيان أخرى إلى التملك (5).

مفهوم الاستخدام معقد ويثير عدة تعاريف ليست بالضرورة وفاقية فهو عبارة بناء اجتماعى وليس عن مادة طبيعية لغوية ويتحدد من خلال الاستعمال العادى لأي تقنية جديدة عن طريق وسائل خدمية مسهلة لاستخدام وظيفى فى الحياة (6).

المعنى الإجرائى :

نقصد بالاستخدام فى هذه الدراسة الفعل الاتصالى الذى تعود الشباب على ممارسة و الذى تجسد من خلال شبكات التواصل الاجتماعى لتحقيق أهداف وحاجات اتصالية تربط بمختلف المواضيع و المجالات التى يهتم بها الشباب .

3- مواقع التواصل الاجتماعى :

من خلال مراجعة الباحثة لعدد من المصادر و المراجع ذات الصلة مواقع التواصل الاجتماعى تعددت تعريفات الباحثين لهذا المفهوم حيث تشابهت فى بعض الجوانب و اختلفت فى بعضها الاخر وذلك تبعا لتعامل كل منهم واستخدامه لها .

يعرفها حسين شفيق بأنها عبارة عن مواقع على الانترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذى تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات و الصور وتبادل الفورى وسبب وصف هذه الشبكات بالاجتماعية لأنها تتيح التواصل و تقوى الروابط بين أعضاء هذه الشبكات الاجتماعى (7)

يؤكد جانيس بليد أن التواصل الاجتماعي ليست تجاوز أفراد معزولين، وإنما هي هيكل اجتماعي حقيقي يستند إلى تماسك أعضائه عبر مستويين، أولاً داخل الجماعة من خلال المشاركة في استخدام اللغة، الرموز، الحالات العاطفية، بالمقابل مع العالم الخارجي من خلال المنطق المانوي، حيث يتواجه النقيضان "هم" و "نحن" (8). أما إجرائياً فنقصد بمواقع التواصل الاجتماعي تلك المواقع التي تشكل مجتمعات افتراضية ضخمة وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل و التفاعل ليشكل المتلقي وضمنه الشباب محور العملية التفاعلية .

4- فايسبوك :

يعرف قاموس الإعلام و الاتصال dictionary of media and communication الفايسبوك facebook على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات profiles وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس وسرعات ما انتشر ليشمل كافة الأفراد ويحقق نجاحاً ليصبح اليوم من أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعية و أكثرها استخداماً(9) أما إجرائياً فنقصد بالفايسبوك ذلك الموقع الذي يستخدمه الشباب أفراد العينة ويتفاعلون به مع المحتويات الاتصالية.

منهج الدراسة و أدواتها :

تنتهي دراستنا إلى نطاق الدراسات الوصفية التي تهتم في الأساس بشرح وتوضيح الأحداث و المواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة محاولة تحليل الواقع الذي تدور حوله الأحداث و الوقائع ومحاولة تحليل وتفسير الأسباب الظاهرية لتلك الأحداث بقصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة، تسهم في حل المشكلات و إزالة المعوقات و الغموض الذي يكشف بعض الظواهر من أجل استحداث أفكار ونماذج سلوك جديدة (10) وباعتبار مجتمع البحث كبير جداً ولا يمكن حصره اخترنا منهج المسح الميداني .

يعرف الباحث (ذوقان عبيدات) المنهج المسحي بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات و البيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها (11) وهنا لجأنا إلى استخدام أسلوب المسح بالعينة نظراً لضخامة و شساعة مجتمع دراستنا .

أدوات الدراسة :

أما فيما يخص أدوات البحث وتقنياته و التي يمكن اعتبارها كوسائل تسمح بجمع معطيات من الواقع فقد اعتمدنا على أداة الاستمارة التي وزعناها في مدينة خميس مليانة وذلك لتحقيق أهداف الدراسة .

مواصفات استمارة الاستمارة: مرت الاستمارة التي اعتمدنا عليها بمراحل عدة أولها النظر في التراث النظري للدراسة ومعاينة بعض الدراسات السابقة التي تتمحور في نفس السياق الذي تحذو فيه دراستنا للاستفادة منها تم تقسيمها إلى محاور أساسية وهي كالآتي :

المحور الأول : يحتوي على البيانات الشخصية لأفراد العينة وتضم متغيرات : (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية).

المحور الثاني : يتعلق بعادات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ويحتوي على 4 أسئلة .

المحور الثالث : يتعلق بالاشباع المحققة من استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي ويحتوي على 3 أسئلة .

المحور الرابع : يتعلق ب سياق و أشكال ومستويات التفاعل لدى مستخدمي الفيسبوك من خلال النشاط عبر هذه المواقع ودرجة ممارسته وحجمه ونوعه ويشمل 4 أسئلة .

***صدق الأداة :**

تشير هذه العملية إلى التحليل المنطقي لمحتوى الاستمارة أو التثبيت من تمثيله للمحتوى المراد قياسه (12) إذا يفحص الأداة للكشف عن مدى تمثيل أسئلة جوانب السمة التي تفترض أن يقيسها، يعبر صدق الأداة عن مدى صلاحيتها لقياس ما وضعت لقياسه، حيث تم التأكد من صدق فقراتها كالتالي :

***-صدق المحكمين :**

تم عرض الاستمارة على عينة من أساتذة المنهجية و علوم الإعلام و الاتصال، وقد استجبتنا لأراء المحكمين بإجراء ما يلزم من التعديلات في فحوى الاستمارة وحذف ما ينبغي حذفه لتتخذ الاستمارة شكلها النهائي .

ثبات الأداة :

ويقصد به ثبات النتائج التي يتم التوصل إليها بتكرار القياس على الخاصية نفسها أو الأفراد أنفسهم في المواقف والظروف نفسها، فقد أجرينا خطوات الثبات على أداة الدراسة عن طريق التطبيق و إعادة التطبيق Test reteslmethod حيث قمنا باختبار الاستمارة على عينة قبلية قوامها 52 مفردة وبعد مرور 15 يوما قمنا بتكرار العملية للمرة الثانية، أظهرت المعالجة الإحصائية بأن معامل الارتباط بيرسون يساوي 1.85 دال عند (0.01) وهذا يعني أن أداة الدراسة على درجة مقبولة من الثبات .

بعد ذلك تمت المعالجة الإحصائية للبيانات بعد جمعها و مراجعتها وإدخالها في الحاسب الآتي من خلال استخدام برنامج إحصائي للعلوم الاجتماعية **Sps V23** .

مجالات الدراسة :

يعتبر تحديد مجالات الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي لأنه يؤثر الدراسة في قالب يسمح لنا في التحكم في كل خطوات بحثنا ويمكن أن نميز من خلال هذه الدراسة ثلاثة أنواع من المجالات

1- المجال المكاني للدراسة : ويقصد به المكان الذي تم إجراء الدراسة فيه ويتمثل المجال المكاني هنا في مدينة عين الدفلى .

2- المجال البشري للدراسة : ويقصد به عينة مجتمع بحث الدراسة ويتعلق مجتمع البحث ذات الصلة بالموضوع دراستنا بالشباب المستخدم لموقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" وهم الشباب الذين ينتمون الى الفئة العمرية من 15 الى 31 سنة.

3-المجال الزمني للدراسة : ويقصد به الوقت الذي استغرقته الدراسة أو الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة و التي امتدت من 3 نوفمبر 2017 إلى 3 جانفي 2018، وتحللتها الدراسة الميدانية من فترة توزيع الاستبيان و تحليل وتفرغ الاستمارات وصولا الى النتائج المطلوبة.

عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:

خصص هذا القسم من الدراسة لعرض النتائج و المعطيات المحصل عليها من الاقتراب الميداني من المبحوثين الذي تم باستخدام الأداة البحثية المتمثلة في الاستمارة على عينة من الشباب المستخدم لموقع فايسبوك .

جدول رقم 01 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير : الجنس، السن، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية.

المتغيرات	الفئات	تصنيف العينة	
		العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	135	67.5%
	أنثى	65	32.5%
	المجموع	200	100%
السن	15 - 20	27	13.5%
	20 - 25	125	62.5%
	26 - 31	48	24%
	المجموع	200	100%
المستوى التعليمي	ابتدائي	03	1.5%
	متوسط	07	3.5%
	ثانوي	40	20%
	جامعي	150	75%
	المجموع	200	100%
المستوى المعيشي	ضعيف	20	10%
	متوسط	165	82.5%

عالي	15	7.5%
المجموع	200	100%

من خلال القراءة الأولية للجدول يتبين أن نسبة الذكور المستخدمين للفايسبوك تقدر بـ 76.5%، أما نسبة الإناث فقد قدرت بنسبة 32.5%، أما بالنسبة لمتغير السن فقد قدرت نسبة الذين يستخدمون الفاييسبوك بـ 62.5% ممن تتراوح أعمارهم بين 20 و 25 سنة، تليها نسبة 24% وهم فئة الذين تتراوح أعمارهم من 26 إلى 31 سنة، ثم نسبة 13.5% وهم الذين تتراوح أعمارهم بين 15 إلى 20 سنة، أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فقد قدرت نسبة الجامعيين بأعلى النسب و المقدرة بـ 75% تليها نسبة الثانويين و الذين قدرت نسبتهم بـ 40% ثم نسبة التعليم المتوسط بـ 3.5%، تليها نسبة الابتدائي بـ 1.5% وبالنسبة لمتغير المستوى المعيشي فقد قدرت نسبة المستخدمين ذو المستوى المعيشي المتوسط بـ 82.5% وهي نسبة مرتفعة، تليها نسبة المستخدمين ذو المستوى المعيشي المتدني أو الضعيف و التي قدرت بـ 10%، فالمستوى العالي بـ 7.5% .

من هذا التفاوت في النسبة نستنتج أن أغلب المبحوثين أفراد العينة هم ينتمون إلى جنس الذكور و اغلبهم ينتمون إلى الفئة العمرية الثانية نظرا لفتوة هذا السن ورغبة أفراد لأي الإطلاع على كل جديد من خلال صفحات الميديا و شبكات التواصل الاجتماعي و أغلبهم طلبة ذو مستوى جامعي و ثانوي يرون ضرورة استخدام الفاييسبوك لتلبية اشباكات معرفية أما من الناحية متغير المستوى المعيشي فيلاحظ أن أغلب المستخدمين ذو مستوى معيشي متوسط .

جدول رقم 02 : يوضح وتيرة استخدام موقع فايسبوك لدى المبحوثين .

النسبة	التكرار	البدائل
86.5%	173	دائما
11%	22	أحيانا
2.5%	5	نادرا
100%	200	المجموع

من خلال القراءة الأولية للجدول تبين أن أغلب المبحوثين يستخدمون موقع الفاييسبوك بوتيرة دائمة بنسبة 86.5% بتكرار 173 مفردة، بينما الذين يستخدمونه بوتيرة أحيانا جاءت بتكرار 22 مفردة أي بنسبة 11% في حين أن نسبة الذين يستخدمون الفاييسبوك بوتيرة " نادرا " جاءت بتكرار 05 أي بنسبة 2.5% فقط .

ومنه يمكن أن نستنتج أن أغلب الشباب عينة البحث يستخدمون الفاييسبوك بوتيرة دائمة نظرا لميزات هذا الموقع الذي أصبح وسيط اتصاليا مهما في الحياة اليومية لشباب الجزائر، كما أوجدت شبكات الاتصال الجديدة 36 و 46 ظهور خاصية الاستخدام المفتوح بمعنى بقاء المستخدم على اتصال بمواقع على مدار اليوم .

جدول رقم 03 : يمثل كيفية التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي " فايسبوك " بالنسبة لأفراد العينة .

كيف التعرف على موقع فايسبوك	العدد	النسبة المئوية
-----------------------------	-------	----------------

عن طريق الولوج الانترنيت	100	50%
سمعت عنه من صديق	60	30%
سمعت عنه من الإعلام وحديث الناس	40	20%
المجموع	200	100%

من خلال القراءة الأولية للجدول يلاحظ تباين سبل تعرف المبحوثين على موقع فايسبوك، حيث أجابه 50% من أفراد العينة أنهم تعرفوا على الموقع فايسبوك انطلاقاً من ولوج الانترنيت، تليها نسبة الذين تعرفوا على الموقع عن طريق أصدقائهم و الذين قدرت نسبتهم بـ 30%، أما أفراد العينة الذين تعرفوا على موقع فايسبوك عن طريق وسائل الإعلام وحديث الناس فقد قدرت نسبتهم بـ 20% يمكن أن نفسر تباين هذه النسبة أن ارتفاع الاشهارات المتعلقة لموقع الفايسبوك وغيره من المواقع الاجتماعية تحظى باهتمام كبير من طرف المواقع الالكترونية المدرجة في الانترنيت التي تمثل أعلى نسبة، تليها تجسيد الانضمام للفايسبوك عن طريق الصديق جاءت لتجسد الفكرة التي يقوم عليها موقع الفايسبوك أو المتمثلة في نسج علاقات الصداقة التي تتم من خلال تبادل دعوات الانضمام .

جدول رقم 04 : يوضح مدة استخدام أفراد العينة للفايسبوك :

مدة الاستخدام	العدد	النسبة المئوية
اقل من سنة	27	13.5%
منذ سنتان	22	11%
منذ ثلاث إلى 5 سنوات	111	55%
منذ أكثر من 5 سنوات	40	20%
المجموع	200	100%

تشير نتائج الجدول أن أكثر من نصف العينة كانت بداية استخدامهم لموقع " الفايسبوك " من 03 إلى 05 سنوات وذلك بنسبة 55.5%، يليهم 20% ممن هم ضمن الموقع منذ أكثر من 5 سنوات و الذين قدرت نسبتهم بـ 20%، في حين يستخدمه 13.5% منهم منذ أقل من سنة و 11% منهم النسب يمكن تفسير أن استخدام معظم أفراد العينة لموقع فايسبوك منذ ثلاثة إلى 5 سنوات ومنذ أكثر من 5 سنوات إلى الأسباب التالية : تنوع أدوار " الفايسبوك وخدماته مما جعل الشباب يقبلون على التسجيل في الموقع، أيضا الشهرة التي اكتسبها الموقع في السنوات الأخيرة .

جدول رقم 05 : يبين الوسيلة التي يتعرض من خلالها المبحوثين لموقع فايسبوك

الوسيلة	التكرار	النسبة %
الحاسوب	21	10.5%
الهاتف	147	73.5%
اللوحة الالكترونية (تابلات)	32	16%
المجموع	200	100%

تشير نتائج الجدول الوسائل التي يستخدمها المبحوثين في الولوج إلى موقع فايسبوك، والتي أبرزها استعمال الهواتف الذكية بنسبة 73.5%، ومن ثم نسبة استخدام اللوحة الالكترونية (TABLETE) بنسبة 16% ليأتي استخدام الحاسوب بنسبة 10.5% .

وعليه يمكن تفسير ارتفاع الولوج إلى الفايسبوك عن طريق الهواتف الذكية نظرا لارتفاع عدد مستخدمي الهواتف الذكية ذات الوسائط المتعددة في الجزائر نتيجة العروض المعربة التي تقدمها للجماهير منها شراء هاتف ذكي = شريحة مجانا + إمكانية الاستفادة من شهرين انترنت و فايسبوك ذو تدفق عالي مجانا .

جدول رقم 06 : يوضح دوافع تعرض المبحوثين لموقع الفايسبوك .

الدوافع	التكرار	النسبة %
البقاء على اتصال مع الأهل و الأصدقاء	121	60.5%
التعرف على أشخاص جدد	47	23.5%
إعادة ربط الصلة بالأشخاص القدامى	19	9.5%
التسلية و الترفيه	03	1.5%
التعرف على آخر المستجدات الوطنية و الدولية	05	2.5%
تسهيل التفاعل مع الآخرين	05	2.5%
المجموع	200	100%

من خلال القراءة الأولية للجدول نلاحظ تنوع استخدام للمبحوثين للفايسبوك وقد جاءت هذه الدوافع كما يلي 60.5% من المبحوثين يستخدمون موقع الفايسبوك بهدف البقاء على اتصال مع الأصدقاء و معرفة أخبارهم، يليها دافعية التعرف على أشخاص جدد بنسبة 23.5%، ثم دافعية إعادة ربط الصلة بالأشخاص القدامى بنسبة

9.5% و دافعية التعرف على الأحداث الوطنية و الدولية وتسهيل التفاعل الاجتماعي بنسبة 2.5%، ثم التسلية و الترفيه ب نسبة 1.5% .

من خلال هذه النتائج يتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون موقع الفايسبوك للبقاء على اتصال و تواصل بين الأصدقاء ومعرفة أخبارهم و هو ما يحيلنا إلى الحيز الكبير الذي يشغله الاتصال الواسطي في حياة الأفراد يضاف إليها الدوافع الأخرى على غرار تأسيس علاقة اجتماعية و التفاعل الاجتماعي .

جدول رقم 07 : يوضح الاشباعات المحققة للمبحوثين من جراء استخدام للفايسبوك .

الاشباعات	التكرار	النسبة %
حرية الحوار و إبداء الرأي	120	60%
تبادل المعلومات في مختلف المجالات	25	12.5%
التعبير عن الذات	05	2.5%
الارتياح النفسي	14	7%
التسلية و الترفيه	25	27%
الاندماج في مجتمعات افتراضية	11	5.5%
المجموع	200	100%

تشير نتائج الجدول إلى أن 60% يرون أن الفايسبوك أتاح لهم حرية الحوار وإبداء الرأي وذلك معدل 120 مفردة، بينما أجاب 25 مفردة بأن الفايسبوك حقق لهم إشباعات معرفيا و وسيلة للتسلية و الترفيه بمعدل 12.5% تليها نسبة 07% الذين يرون أن الفايسبوك حقق لهم إشباع بمعدل 14 تكرار، فيما أجاب 5.5% أن موقع فايسبوك حقق لهم الارتياح النفسي .

أن الفايسبوك ساعدهم على الاندماج في مجموعات افتراضية، تليها آخر نسبة للذين عبروا أن الفايسبوك يشكل فضاء للتعبير عن الذات و الذين قدرت نسبتهم ب 2.5% .

ومنه نستنتج تعدد الاشباعات المحققة من استخدام موقع فايسبوك غير أن إشباع حرية الرأي و الإطلاع و الاتصال تعتبر من أهم الاشباعات المحققة وهو ما نسميه بالاشباعات الاجتماعية .

الجدول رقم 08 : يوضح المواضيع التي أشبعت رغبات المبحوثين من خلال موقع فايسبوك .

المواضيع	التكرار	النسبة
سياسية	24	12%

اقتصادية	11	05.5%
ثقافية	31	15.5%
رياضية	19	9.5%
اجتماعية	107	53.5%
دينية	08	04%
المجموع	200	100%

يتضح من خلال الجدول أن المواضيع الاجتماعية هي أكثر المواضيع التي أشبعت رغبات المبحوثين وذلك بنسبة 53.5%، تليها المواضيع الثقافية بنسبة 15.5%، ثم المواضيع السياسية بنسبة 12%، ثم المواضيع الثقافية بنسبة 9.5%، فالمواضيع الدينية بنسبة 04% فقط .

وعلى هذا النحو يمكن أن يفسر بأن المواضيع الاجتماعية هي التي أشبعت رغبات مستخدمي موقع الفايسبوك وقد يكون الهدف من ذلك هو محاولة الاندماج في شؤون المجتمع المحلي و الوطني أما الاشباعات الثقافية فيمكن تفسيرها بمحاولة الاندماج في أمور ثقافية التي تتيحها المجموعات عبر الفايسبوك و التي تساعد على الترفيه و الهروب من الواقع المعاش وضغوطات الحياة، تليها المواضيع السياسية التي يطلع على المبحوثين عبر الفايسبوك وذلك رغبة في الإطلاع على الواقع السياسي للبلاد، ثم المواضيع الرياضية و التي تعكسها أن الجمهور الجزائري هو جمهور رياضي بالدرجة الأولى لكن شغفه بالرياضة قد تلاشى نوعا ما انعكاسا لتبعات عدم تأهل المنتخب الوطني الجزائري لنهائيات كأس العالم 2018 .

الجدول رقم 09 : يوضح ممارسة و سياق التفاعل لدى أفراد العينة .

النسبة	التكرار	سياق و ممارسة التفاعل
10.5%	21	أطلع على المحتوى فحسب
76.5%	153	أقوم بإبداء رأي أو تعليق
13%	26	مشاركة المنشور على يومياتي
100%	200	المجموع

من خلال القراءة الأولية للجدول يلاحظ تباين درجة ممارسة التفاعل لدى المبحوثين، حيث أجاب 76.5% منهم بأنهم يكونون عنصر أساسي في التفاعل من خلال إبداء الرأي أو التعليق، فيما أجاب 13% منهم أنهم يشاركون المحتويات و المناشير على يومياتهم، أما 10.5% فقط فقد أجابو بأنهم يطلعون على المحتوى فقط

من خلال هذا التباين نستنتج أن ممارسة التفاعل لا تزال سطحية نوعاً ما قد يعكسها عدم التعود على ممارسة التفاعل عبر الاستخدام الرقمي .

الجدول رقم 10 : يوضح شكل التفاعل لدى المبحوثين :

النسبة	التكرار	شكل التفاعل
21%	42	أكتفي بإبداء رأي / تعليق دون متابعة ردود أفعال بقية المستخدمين
30%	60	أسعى إلى التعمق في البحث عن طريق الدخول في نقاش افتراضي جاد
49%	98	المشاركة في النشر و التدوين
100%	200	المجموع

بينت نتائج الجدول شكل التفاعل الذي مع المحتويات لدى المبحوثين، فجاءت أكبر نسبة للذين يشاركون في النشر و التدوين وذلك بنسبة 49% تليها نسبة 30% ممن أجابوا أنهم يتفاعلون من خلال التعمق في الحدث عن طريق الدخول في نقاشات افتراضية حاد مع أعضاء المجموعات الافتراضية، ثم نسبة 21% من المبحوثين يكتفون بإبداء رأي أو تعليق دون متابعة ردود أفعال بقية المستخدمين .

ومنه نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي وأبرزها موقع فايسبوك ساهم في خلق فضاء للحوار الجماعي معزز لمبدأ التدوين والحرية في مناقشة المواضيع التي لها علاقة بقضايا الشأن العام وهو ما يحيلنا الى تحول المتلقي الى مشارك في العملية الاتصالية من خلال الإدلاء بآرائه والدخول في نقاش حر ما اثر بذلك في تفاعلاته .

جدول رقم 11 : يوضح درجة مواظبة أفراد العينة على التفاعل مع المحتويات .

25%	آليا	أواظب على زيارة موقع فايسبوك و التفاعل مع المضامين
60%	عندما يشدني موضوع	
15%	عندما يسمح الوقت	
100%		المجموع

من خلال القراءة الأولية لبيانات الجدول نلاحظ أن المواظبة المسجلة عند المبحوثين هي مواظبة انتقائية تحكمها الميولات الخاصة، 60% من أفراد العينة الذين صرحوا بأنهم مواظبون على زيارة موقع فايسبوك بأنهم مواظبون على التفاعل عندما يشدهم الموضوع أو المحتوى أو الخبر فقط، أما نسبة المواظبة الغير المشروطة و الآلية فقد قدرت بـ 25%، تليها نسبة الذين يواظبون على التفاعل كلما سمح لهم الوقت بذلك.

ومنه نستنتج أن المواظبة على التفاعل تحددها درجة الاستخدام و الحاجة إليه انطلاقا مما تطرق إليه سارج لويرو عن الممارسات الانية عبر الميديا الجديدة

جدول رقم 12 : يوضح ما إذا كان اندماج المبحوثين في موقع فايسبوك قد ساهم في تعزيز تفاعلهم الاجتماعي الواقعي (علاقتهم الواقعية) .

النسبة	التكرار	البدائل
87.5%	175	نعم
12.5%	25	لا
100%	200	المجموع

بين الجدول أن نسبة عالية من المبحوثين يوافقون على أن اندماجهم في موقع فايسبوك قد ساهم في تعزيز تفاعلهم الاجتماعي الواقعي إذا يرون ذلك بنسبة 87.5% مقابل نسبة 12.5% ممن أجابوا ب لا .
ومنه نستنتج أن بيانات الجدول تحمل دلالة تفيد أن مختلف التفاعلات الافتراضية على موقع فايسبوك بالنسبة للمبحوثين تساهم في تعزيز تفاعلهم الاجتماعي الحقيقي مع الأحداث في المجتمع الواقعي وهذا ما يبرز دور الفايسبوك بالنسبة للعلاقة الاجتماعية في المجتمع الواقعي .

نتائج الدراسة :

في ضوء تحليل البيانات توصلت دراستنا إلى نتائج أهمها :

- انتشار استخدام موقع الفايسبوك يختلف من الذكور إلى الإناث وأظهرت نتائج الدراسة طغيان عنصر الذكور و الذين قدرت نسبتهم ب 67.5% في حين بلغت نسبة المبحوثين الإناث ب 32.5% .
- أغلبية مستخدمي موقع فايسبوك ينتمون إلى الفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة وهم جيل فتي يشكل مستقبل و عماد التطور و التقدم و الإنتاج وجيل ميديا بامتياز
- أغلب مستخدمي موقع الفايسبوك هم جيل شباب طلية جامعيون و تلاميذ الطور الثانوي .
- يستخدم أغلب المبحوثين موقع الفايسبوك بوتيرة دائمة وهو ما يعكس أهمية الموقع التي استأثرت بقبول و تحابوب عدد كبير من الأفراد فئة الشباب .
- أن الانترنت هي الوسيلة الأكثر تعريفا بموقع الفايسبوك وهو ما يعكس المدى الذي أتاحتها هذه الوسيلة لتدعم التواصل الإنساني من جهة و تحقق قدرا كبيرا من الاندماج بين المجتمعات وذلك من خلال التفاعل بين الأشخاص .

- أغلبية أفراد العينة يستخدمون موقع فايسبوك قصد البقاء على اتصال و تواصل مع الأصدقاء و معرفة أخبارهم .
- أهم المواضيع التي أشبعت رغبات الشباب مستخدمي موقع الفايسبوك هي المواضيع الاجتماعية و الثقافية
- الفايسبوك كفضاء حر للحوار و تبادل الرأي يعتبر من أهم الاشباع المحققة من استخدام موقع الفايسبوك لدى الأغلبية .
- ممارسة وسياق التفاعل عند المبحوثين لازالت في صورتها المحتشمة مردها أن العلاقة بين الشباب و التقنيات الحديثة حتما تبدأ بالحذر و التحاشي لتصل بمرور الوقت إلى علاقة تناغم و أكثر إيجابية في محاولة للانسجام مع هذا المعطى التقني .
- الممارسة الرقمية التفاعلية عند الشباب عينة البحث مرتبطة أكثر بإشباع حاجات اتصالية نفعية أهمها ارتباط أي موضوع يحقق لهم إشباع نفعية بالدرجة الاولى.
- معظم المبحوثين يرون أن موقع فايسبوك لا يقلل من تفاعلهم على أرض الواقع و إنما يعتبر كمعزز للتفاعل الاجتماعي الحقيقي ليزر بذلك الدور الايجابي للفايسبوك بالنسبة للتفاعلات الاجتماعية في المجتمع الواقعي

خاتمة :

بدأ التفاعل يأخذ منحى آخر خاصة في ظل مواقع التواصل الاجتماعي التي تحولت إلى نمط اتصالي جديد يعزز المؤانسة التفاعلية خاصة و أن شباب الألفية الثالثة هو جيل انترنت، لكن رغم تطور الخاصية التفاعلية التي دعمتها التقنيات الحديثة إلا إن علاقة الشباب الجزائري من خلال أفراد العينة وهي علاقة تمثل وتفاعل محتشمة في طريقتها نحو بناء بوادر إيجابية ستساعد أكثر بناء مفهوم الاستخدامات الاجتماعية الأنجع وهو بدوره يحيل إلى الاتصال التفاعلي الأنجع .

هوامش الدراسة :

- 1- إبراهيم محمد ناجي، (2016)، التواصل الاجتماعي و مشكلات الشباب، ط1، دار أمجد للنشر و التوزيع، 2016.
- 2- السعيد بومعيزة، خالد زعموم، التفاعلية في الإذاعة - أشكالها ووسائلها، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، اتحاد الدول العربية، 2007، ص28.
- 3- نصر الدين لعياضي، التلفزيون دراسات وتجارب، دار هومة، الجزائر، ص 28
- 4- رحيمة عيساني، التفاعلية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب العربي، (2016)، المجلة العربية للإعلام و الاتصال، ع15، ماي، ص13 .
- 5- علي قسايسية، المنطلقات النظرية و المنهجية لدراسات التلقي - دراسة تحليلية نقدية لأبعاد الجمهور في الجزائر - أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر3، 2006-2007، ص34.

-
- 6- فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام و الاتصال (الاستعلامات و الآثار)،(2012) مجلة الصورة و الاتصال، ع2، الجزائر، ص 68-69.
- 7- حسين شفيق، الإعلام الجديد و الإعلام البديل، تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية،(2011) دار الفكر للطباعة و النشر، القاهرة، ص 281 .
- 8- نعيمة واكد، إشكالية التفاعل الاجتماعي ضمن الشبكات الاجتماعية،(2012)مجلة فكر و مجتمع، ع13، الجزائر، ص 220 .
- 9 - marcel danesi ، dictionnary of media end communication M-E-S Network p117 .
- 10- مصطفى حميد طائي،(2007 خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها، دار الوفاء الإسكندرية، ص 95.
- 11- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال،(2005)، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 201 .
- 12- الهاشم السيد محمد أبو الحسن، الخصائص السكومترية لأدوات القياس في البحوث النفسية و التربوية باستخدام SPS، مركز البحوث التربوية، كلية التربية، جامعة الملك سعود، ص32