المجلة الدولية للإتصال الإجتماعي
جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم
ISSN: 2437 – 1181
EISSN: 2710-8139

المجلد 10 / العدد: 02 (2023)، ص320 -ص 333

الاستخدام الكُلّي للفيسبوك وعلاقته بتراكم رأس المال الاجتماعي

دراسة علي عينة من المراهقين في الجزائر العاصمة

General Facebook usage and its relationship to the accumulation of social capital. study on a sample of adolescents in Algiers

لعليجي محمد أمين*

جامعة البليدة 2 لونيسي علي (الجزائر)، m.lalidji@univ-blida2.dz

تاريخ الاستلام: 2022/11/07 تاريخ القبول: 2023/04/17 تاريخ النشر: 2023/07/01

DOI: 10.53284/2120-010-002-021

الملخص

تهدف هذه الدراسة التموقع ضمن التراكم المعرفي لأبحاث مواقع التواصل الاجتماعي في علاقتها بالروابط الاجتماعية، نستهدف الوقوف على العلاقة التي تربط الاستخدام الكلي لموقع فيسبوك (التعلق النفسي/الوقت المقضي/ عدد الأصدقاء) برأس المال الاجتماعي (الرضا عن الحياة وتقدير الذات والثقة الاجتماعية) لدى عينة من المراهقين في الجزائر العاصمة، نرتكز على المنهج الاستنباطي لنفترض إمكانية استخدام الفيسبوك باعتباره أداة على الخط لتوليد رأس مال اجتماعي خارج الخط. وقد توصلنا بعد اختبار الفرضيات الى اثبات العلاقة بين الاستخدام بمختلف إبعاده (الوقت المقضي على موقع فيسبوك، وعدد أصدقاء المستخدم، بالإضافة لتعلقه النفسي بالاستخدام) وتراكم رأس المال الاجتماعي لدى المراهقين في الجزائر العاصمة.

كلمات مفتاحية: الاستخدام، رأس المال الاجتماعي، الرضا عن الحياة، الثقة الاجتماعية، تقدير الذات.

Abstract:

The aim of this study is to locate within the knowledge accumulation of social network sites in its relation to social ties. We aim to identify the relationship between the general usage of Facebook (psychological attachment/time spent/number of friends) with social capital (life satisfaction, self-esteem and social trust) on a sample of adolescents in Algiers, we emphasis on the deductive method to hypothesize that Facebook can be used as an on-line tool for generating off-line social capital. After testing the hypotheses, we have proven the relationship between the use of Facebook in its various dimensions (time spent on Facebook, the number of friends, in addition to his psychological attachment to use) and the accumulation of social capital among adolescents in Algiers.

Keywords: usage; social capital; life satisfaction; social trust; self esteem.

* **المؤلف المرسل**

1. مقدمة:

يشكل موضوع انتشار واستخدام الوسائط الاتصالية الرقمية هاجسا لجميع المجتمعات عبر العالم، وانتقلت الأجندات البحثية كذلك للبلدان التي وُجدت فيها هذه التكنولوجيات وعرفت انتشارا واسعا على غرار الجزائر وذلك رغم افتراض اختلاف السياقات أول الأمر، بحيث أكدت انعكاسات استخدام التكنولوجيات الاعلامية والاتصالية على القواسم المشتركة بين كل المجتمع الانساني الذي تدخلت فيه، أين يشكّل الواقع المحك الوحيد لأية معرفة علمية مرتبطة بالموضوع.

يعترف الباحثون بأن الانترنت ومواقعها التفاعلية، قد ساهمت–نتيجة لاستخداماتها–في تغيير أنماط الاتصال التعلم، العمل والاستهلاك، وجوانب أخرى من حياة البشر، وازداد تغلغل الأدوات التقنية في النسيج الاجتماعي وفتحت المجال لظهور استخدامات متنوعة، وساعد ظهور الوسائط الاجتماعية وأكّدت على الدور النشط للمستخدم في الخوض في العوالم الافتراضية على مستويات متباينة، والتي يرى بعض الباحثون أنها أزالت الحدود القديمة بين الانتاج والاستهلاك، الاستخدام والابداع. من ناحية اخرى، وكجزء بارز ضمن المشهد الاتصالي والاعلامي الحالي والمتغير، توسع الاستخدام الشائع للمنصات التشاركية للواب الاجتماعي كظاهرة مهيكلة، واتضح ذلك بشكل أوضح مع مواقع شبكات التواصل الاجتماعية Social Network Sites (SNSs) خاصة مع الاقبال الواسع عليها في الجزائر.

في مقابل ذلك، يُعرّف Steinfield رأس المال الاجتماعي على أنه تلك *"الموارد المتراكمة من خلال العلاقات بين الأشخاص"* (Steinfield & Ellison, 2008)، ويمكن اعتباره سببا لتكون الشبكات الاجتماعية ونتيجة لها، فبالنسبة للأفراد، يسمح لهم بالاستفادة من موارد الآخرين المتوفرة ضمن الشبكة الاجتماعية التي ينتمون إليها، وهذه الموارد يمكن أن تأخذ شكل معلومات مفيدة أو علاقات شخصية، أو حتى القدرة على تنظيم جماعات، وقد ارتبطت الانترنت "برأس المال الاجتماعي" من خلال دورها في تدعيمه أو اضعافه كما أشارت إليه الدراسات في السنوات الأخيرة، وعلى هذا الأساس، تم ربط رأس المال الاجتماعي بعدّة نتائج اجتماعيّة ايجابيّة، خاصّة ما تعلّق بمؤشّرات العافية النفسيّة psychological wellness "كتقدير الذات" و"الرضا عن الحياة"، كما لاحظ الباحثون في مقابل ذلك أن غياب رأس المال الاجتماعي يصعّب الحفاظ على "الثقة الاجتماعية" بين أفراد المجتمع والمشاركة في المجتمع والنظام الاجتماعي.

وعليه تأتي دراستنا هذه للوقوف على العلاقة التي تربط الاستخدام الكلي لموقع فايسبوك والذي يقوم على (التعلق النفسي/الوقت المقضي/ عدد الأصدقاء) برأس المال الاجتماعي الذي يقوم على (الرضا عن الحياة و تقدير الذات والثقة الاجتماعية، بحيث نهدف من وراء ذلك التساؤل عما إذا كانت هناك إمكانية لاستخدام الفايسبوك باعتباره أداة على الخط لتوليد رأس مال اجتماعي خارج الخط وذلك في دراسة لعينة من المراهقين في الجزائر العاصمة؟

للإجابة على هذا التساؤل، شكلنا الفرضيات الآتية:

- هناك علاقة بين الوقت الذي يقضيه المستخدم في استخدام الفايسبوك وتراكم رأس المال الاجتماعي لديه.
- هناك علاقة بين عدد أصدقاء مستخدم الفايسبوك وتراكم رأس المال الاجتماعي لديه.
- هناك علاقة بين التعلق النفسي للمستخدم بموقع فايسبوك وتراكم رأس المال الاجتماعي لديه.

2. مفاهيم الدراسة

1.2 الاستخدام:

ورد في قاموس le robert de sociologie (1999) تعريفين أو معنيين لمفهوم الاستخدام، يشير الأوّل إلى كونه *"ممارسة إجتماعيّة يجعلها التردد والأقدميّة عاديّة في ثقافة معيّنة"*، أمّا الثاني فيشير إلى *"استعمال شيء طبيعي أو رمزي لأغراض خاصّة"*، ويرى proulx في هذا الصدد أن المعنى الثاني هو المستعمل والمقصود في سياق دراسات استخدامات تكنولوجيّات الاعلام والاتصال (Proulx, 2005)

ويشير Docq et Dael أن الاستخدام هو مجموعة ممارسات، وهو كذلك طريقة خاصّة لاستعمال شيء معيّن وهو كذلك مجموعة قواعد يتم مشاركتها اجتماعيا من طرف مجموعة مرجعيّة (pottier, 2007) فتطور تكنولوجيات الاعلام والاتصال جعل الأشخاص والأفراد يوظفون كل من الاستخدام والاستعمال على حد سواء، وهذا لتجسيد العلاقة بين المستخدم والآلة أو التقنية وما ينتج عن هذه العلاقة من تفاعل.

ونقصد بالاستخدام في هذه الدراسة ذلك النشاط القائم على التفاعل مع والاستفادة من الميزات التقنية التي يوفرها موقع فايسبوك والذي يربط فئة المراهقين مع غيرهم من المستخدمين بوصفه سلوك اتصالي راجع لعدة دوافع نفسية إجتماعية وثقافية، ونتعرض للاستخدام العام للفايسبوك من خلال قياس العوامل الآتية: عدد الأصدقاء، الوقت المقضي، التعلق النفسي بالوسيلة.

2.2 رأس المال الاجتماعي:

يتفق الباحثون أن رأس المال الاجتماعي يكمن في العلاقات الشخصيّة و التفاعلات بين الأفراد بالإضافة للقيم المشتركة المرتبطة بهذه الإتصالات والعلاقات، وقد أشار Lin لهذه الإتصالات وعبّر عنها بالشبكات الاجتماعيّة، كما يرى أن العلاقات الاجتماعيّة بين الأفراد الفاعلين والجماعات والمؤسّسات والمجتمعات والنواحي والبلدان تكون بمثابة موارد تستخدم لإنتاج عوائد ايجابيّة (Lin & Cook, 2001) ويعرّف Pierre Bourdieu رأس المال الاجتماعي "بمجموع *الموارد الفعليّة والمحتملة المرتبطة بامتلاك شبكة دائمة..."*، وأشار الى أنّ النفوذ الى رأس المال الاجتماعي يحدث من خلال تطوير علاقات دائمة وشبكات من الاتّصالات خاصّة تلك التي تكون مع الجماعات المهمّة التي تملك مخزونات معتبرة من رأس المال الاجتماعي والثقافي (Stephenson, 2004)ونقصد برأس المال الاجتماعي في هذه الدراسة تلك الموارد الايجابيّة التّي يتحصّل عليها الفرد من خلال الدوافع التي توجهه لاستخدام ميزات معينة ضمن موقع فايسبوك ونتيجة تفاعله مع غيره من المستخدمين بحيث تمثّل الثقة الاجتماعيّة البعد العلاقاتي لرأس المال الاجتماعي في حين يمثّل الرضا عن الحياة وتقدير الذات البعدين الذّاتيين الدّاخليين له.

3. المراجعة النظرية للأدبيات السابقة:

1.3 نظرية الاستخدامات والاشباعات:

تعتبر نظرية "**الاستخدامات والاشباعات**" Uses and Gratifications، تقليداً مهماً من بين تقاليد الدراسات الاعلامية المهتمة بدراسات وسائل الاعلام وجمهورها، عُرِف بداية من أربعينات القرن الماضي، وتبناه العديد من الباحثين في دراساتهم وأبحاثهم. ويعود الفضل لهذه النظرية في نقل الاهتمام البحثي إلى الجمهور أو المتلقّي الذي يستخدم الوسائل وينتقي

المحتويات التي يتلّقاها لتلبية حاجات معينة لديه، أين تم طرح السؤال الشهير الذي غير مجرى الابحاث: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ وتحاول بحوث الاستخدامات والإشباعات شرح الطريقة التي يستخدم من خلالها الأفراد وسائل الاعلام وكيف يلبّون ويشبعون حاجاتهم ورغباتهم من وراء هذا الاستخدام؟ كما يُذكِّرنا كل من Katz, Blumler and Gurevitch بأن الأهداف الاساسية والأصلية وراء تشكيل نظرية الاستخدامات والاشباعات هو لتحقيق الأهداف الآتية(Martha, 2009)

-شرح كيف يستخدم الأفراد وسائل الاعلام لإشباع حاجاتهم.

-لفهم دوافع motives سلوك وسائل الاعلام to understand motives for media behaviour

-تحديد الوظائف أو النتائج التي تتبع الحاجات، الدوافع والسلوكات.

وقد تساءل هؤلاء الباحثون عموما إن كانت تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة ستُستخدم لتلبية نفس الاحتياجات، التي تمّ التنظير لها مع وسائل الاتصال التقليدية، وقد أشار Line : أن الباحثين الآن أمام تحدّي يكمن في "فك شفرات الاستخدامات والاشباعات في مثل هذه التجارب الاتصالية". (Lin, 1996)

2.3 الاستخدام الكلي للانترنت والمواقع التفاعلية:

يبين Line أنّ مقترب الاستخدامات الاشباعات، يسمح للباحثين بدراسة حالات الاتصال عن بعد عن طريقة واحدة أو مجموعة من الاحتياجات النفسية، الدوافع النفسية، القنوات الاتصالية والمحتويات الاتصالية والاشباعات النفسية ضمن سياق خاص أو سياقات ثقافية متعددة، فالاستخدام الشخصي للكمبيوتر رُبط بالدوافع الفردية لاستخدام الانترنت من أجل أهداف اتصالية مرتبطة بتحقيق إشباعات مثل(Lin, 1996) : الهوية الاجتماعية، الاتصال الشخصي، الرفقة، الهروبية، الترفيه، الحراسة فهذه المرونة التي تتحلّى بها مقاربة الاستخدامات والاشباعات هي في غاية الأهمية في عصر تغلغلت فيه الاتصالات عن بعد كل جوانب حياتنا الفردية والاجتماعية.

لاشك أن الانترنت ومواقعها التفاعلية تمنح لجمهورها قائمة ضخمة من فرص التواصل، ويشير الباحثن الى التغيّرات العميقة التي ساهمت في احداثها الانترنت في عادات وأدوار مستخدمي وسائل الإعلام الفردية والاجتماعية، وقد صرّح Gilder (1990) أنّ الانترنت تساهم في تمكين الأفراد بحيث أنّها تنسف كل الحدود والتسلسلات الهرمية في المجتمع، فشبكات الاتصال في ازدياد وتوسع تسمح بالتفاعلات التزامنية وغير التزامنية واسترجاع المعلومات وتبادلها بين الأفراد والمجموعات، فمن حسن حظ دارسي الاستخدامات والاشباعات أنّ الاتصال عبر الانترنت يترك مسارات من السهل تتبعها فالرسائل يدوم وجودها والمحتويات يمكن ملاحظتها بكل سهولة، كما أنّها مسجلة ومنسوخة،كما أنّ البيانات الديمغرافية وسلوكيات الاستهلاك والخيارات وردود الأفعال، كلّها توفّر فرص بحثية مذهلة(Ruggiero, 2000)

عرفت نظرية الاستخدامات والاشباعات المزيد من التقدم مع أعمال Rubin and Rubin (1985) اللذان جادلا بأن نطاق النظرية يحتاج الى توسيع أكبر، وأشارا بأن الديناميكيات الشخصية في نماذج الاستخدامات والاشباعات لابد أن تشمل القنوات الاتصالية الشخصية كبدائل وظيفية لاستخدام وسائل الإعلام، واقترحا أنموذجا جديدا للاستخدامات والإشباعات يشمل خمسة افتراضات أساسية هي:(Clavio, 2008)

- أولا: الافتراض بأن استخدام وسائل الإعلام توجهه أهداف معينة موجود أيضا في استخدام قنوات الاتصال الشخصي.
- ثانيا: الافتراض بأن وسائل الاعلام تستخدم لإشباع حاجات شخصية معينة، وأن هذه الحاجات تختلف من حيث النوع والنطاق من مستخدم لآخر.
- ثالثا: الافتراض بأن المستخدم قادر على تحديد حاجاته بنفسه، ويقوم بخياراته حول استخدام الوسائل الاتصالية على اساسها.
- رابعا: الافتراض بأن المستخدم قادر على تقديم تقييم للدوافع والاشباعات المرتبطة باستخدامه لوسيلة اتصالية معينة.
- خامسا: الافتراض بأن كل مستخدم يتأثر بمجموعة متنوعة من التأثيرات، سواء كانت داخلية أو خارجية، والتي يمكن ان يكون لها تأثير على اختياره واستخدامه للوسيلة.

اقترح كل من Newhagen and Rafaeli (1996) أن استخدام الإنترنت يمكن أن يكون له فائدة كبيرة بسبب صفتها التحولية Mutability، أو كما وصفها Newhagen بالحرباء Cameleon، لأن قائمة المواقع والمحتويات أوسع وأكثر تنوعا من تلك التي تقدمها الوسائل الأخرى، بحيث يمكن أن تقدّم لكل شخص ما يريده كما أن تواجد الإنترنت في كل مكان يساعد على اشباع حاجات الأفراد في سياقات متعدّدة (Cho, 2003)

4. الرضا عن الحياة، تقدير الذات والثقة الاجتماعية كأبعاد رأس المال الاجتماعي

1.4 رأس المال الاجتماعي:

جذب رأس المال الاجتماعي Social Capital سواء كمفهوم أو كنظرية المفكرين والباحثين في العقدين الأخيرين، وأصبح أحد المفاهيم البارزة في العلوم الانسانية، وقد رجع هذا الاهتمام للفهم المشترك للمفهوم باعتباره عنصرا اجتماعيا يلتقط جوهر العديد من المفاهيم السوسيولوجية كالدعم الاجتماعي، الاندماج الاجتماعي، التماسك الاجتماعي، وحتى المعايير والقيم...ويتقاسم مع رأس المال البشري Human Capital نفس جانب الفائدة والحصيلة الايجابية للفرد والمجتمع، ويستخدم كمفهوم شامل يمكن فهمه وتنقله بسهولة بين الميادين البحثية المختلفة، نتج عن ذلك تعدد وجهات النظر والتعريفات والطروحات النظرية.

يتفق الباحثون على أن عمل Bourdieu يشكل أول تحليل معاصر لرأس المال الاجتماعي كمفهوم أساسي ضمن عمله الذي أطلق عليه تواضعا 'Le Capital Sociale, notes provisoires'، بحيث لم يلق الاهتمام الكافي في امريكا الشمالية لغاية ترجمته للانجليزية سنة 1985، ويعرف رأس المال الاجتماعي على أنه تجمع الموارد الفعلية أو المحتملة التي تنشأ عن شبكة دائمة من العلاقات المؤسسية والمعارف المتبادلة، بحيث نلاحظ أن مسألة "الموارد" تشكل مفتاح لفهم آثار وتأثيرات رأس المال الاجتماعي، بحيث انحرف Bourdieu عن طرح Coleman في حكمه أن هذه الموارد ترتبط بشبكات راسخة في نظم الطبقة الاجتماعية، فهذه العلاقات متكررة بمعنى أنها تتردد باستمرار. ويعد James Coleman أحد أهم المساهمين في تطور

مفهوم رأس المال الإجتماعي واستخداماته فقد ارتبطت بمساهمته العديد من الدراسات التي غطّت مجموعة كبيرة من الميادين، ويرى أن رأس المال الاجتماعي هو:(Coleman, 1990)

"Social capital is defined by its function, it is not single entity, but a variety of different entities having two characteristics in common : they all consist of some aspect of a social structure, and they facilitate certain actions of individuals who are within the structure "

وقد قام Coleman (1988) بغرس فكرة human agency ضمن منظوره حول رأس المال الاجتماعي الذي يدعوه مورد من أجل الفعل resource for action ، بحيث يرى أن العلاقات التي تعزز رأس المال الاجتماعي تكون مقدمة ونذير بقدوم التغيير الاجتماعي، فبدل وصف هذه العلاقات كبني اجتماعية مغلقة وموجهة طبقيا، يصر Coleman على أن إنشاء وتراكم رأس المال الاجتماعي يثري العلاقات على مستوى الجزء الاجتماعي microsocial والتي بدورها تولد اتصالات مجتمعية على مستوى الكل الاجتماعي macrosocial.

2.4 تقدير الذات : Self-esteem

أغدق الباحثون الكثير من الاهتمام على مفهوم **"تقدير الذات"** ضمن ميدان العلوم الانسانية في المدة الاخيرة، وقد قابل انشغال الاكاديميين والدكاترة والاخصائيين النفسيين...، انشغال آخر يعبر عنه الافراد في حياتهم اليومية، بحيث يتطرقون الى المفهوم للإشارة بشكل واضح للصعوبات التي تقابلهم أو لإخفاقات الآخرين. مع ذلك، ومع مرور الوقت، تغيرت استخدامات المفهوم وتطورت دلالاته، بحيث يؤكد الباحثين ان الكلام عن "تقدير الذات " في الحياة اليومية يستدعي اللجوء للتفسيرات النفسية، بحيث يتم ربطه بالصحة النفسية، الدوافع، الهوية الشخصية...ولعل الميزة الأكثر لفتا للانتباه والمرتبطة بالاستخدام المعاصر للمفهوم هي فكرة ان "تقدير الذات" يشكل مورد مهم بالنسبة للأفراد والمجتمعات، وتساهم في تحصين –خاصة الفئات الشابة– من الامراض الاجتماعية (Nicholas, 2001)في نفس الاتجاه، يرى عدد من الباحثين بأن النقاشات التي تمت حول "تقدير الذات" كلها ترجع للتعريف البسيط والأنيق الذي قدمه William James في مؤلفه مبادئ حول علم النفس (1890):

"Self-esteem is success divided by pretensions" (Nicholas, 2001)

يرشدنا عدد من الباحثين لحقيقة أن "تقدير الذات" هو الكيفية التي يقدّر بها الفرد نفسه، وهو الكيفية التي يدرك بها قيمته بالنسبة للعالم والآخرين، بحيث يؤثر "تقدير الذات" على ثقتنا في الآخرين، وعلاقاتنا، عملنا، كما يتخلل تقريبا كل جزء من حياتنا، فتقدير الذات الإيجابي يزود الفرد بالقوة والمرونة وتولي مسؤوليات الحياة دون الخوف من الرفض أو الصد، أما تقدير الذات المنخفض Low self-esteem فهي حالة وهن تمنع الأفراد من تحقيق كامل إمكاناتهم يشعر الفرد من خلالها أنه دون قيمة، عاجز، وغير كفئ.

3.4 الرضا عن الحياة: Life Satisfaction

قدمت العديد من التعريفات لمفهوم"الرضا عن الحياة" في تخصّصات عديدة و قد عرّفت على أنّها:

"تقييم شخصي وذاتي عام يقدمه الفرد تعبيرا منه لمدى ايجابيّة حياته ككل أو في مجال معيّن كالحياة العائليّة، مكان العمل، أو المدرسة..." (Huebner، 2003)

ويعتمد تقييم الفرد لرضاه عن حياته على مقارنة ظروفه وأحواله بالمستوى الذي يعتقد أنّه مناسب له، وهذا المستوى يقرّره الفرد لنفسه، أي أنّه احساس داخلي يظهر في سلوكه واستجاباته، كما يقصد بالرضا عن الحياة كذلك تقييم الفرد لنوعيّة الحياة التي يعيشها طبقاً لنسقه القيمي،كما أن الأحكام الصادرة عن الارتياح تعتمد على المقارنة بين ظروف الفرد مع ما يعتقد أنه معيار مناسب. ويعد "**الرضا عن الحياة**" مؤشّراً لنوعيّة الحياة وتعكس تقييم عام لمحيط الفرد، وهذا التقييم قد يكون ايجابي أو سلبي (Scheugle، 2000)، ويعادل باحثين آخرين الرضا عن الحياة مع السعادة الشخصيّة أو الاطمئنان الشخصي.

4.4 الثقة الاجتماعيّة Social Trust

يعرّف قاموس Oxford English Dictionary الثقة على أنّها:

"Confidence in or reliance on some quality or attributes of a Person or thing, or the Truth of a statement..."(Kasper, 2001)

ويُعتبر مفهوم "الثقة الاجتماعيّة" مفهوما متعدّد التخصّصات يصعب ايجاد تعريف مجمع عليه، ولهذا فقد تم دراسة الثقة في ميدان علم الاجتماع، علم النفس، الاقتصاد، السلوك التنظيمي ومؤخّرا في علم الحاسوب والانترنت.

يُحاجج عدد من الباحثين أن الثّقة تشمل عدّة بنيات مختلفة مثل: الأخلاق والقيم والمواقف الطبيعيّة...(Stephan, 2009) ، لكن هناك اتفاق بين الباحثين أن الثقة ظاهرة نفسيّة/عقليّة تحدث ضمن سياقات اجتماعيّة، بحيث تنبني الثقة الاجتماعيّة على نموذج نفسي/عقلي من العناصر الادراكيّة والعاطفيّة، والتي تؤدّي الى درجة فرديّة من الاعتقاد (الإيمان) بالفاعلين، هذه المعتقدات والتوقّعات تؤدّي بالمقابل إلى درجة من الاستعداد والرغبة .(Fukuyama, 1995)

وقد أشار عدد من الباحثين الى الثقة بوصفها مركّبا أساسيا وبعدا لا يمكن تفاديه في التفاعل الاجتماعي كما يرون أنه لا يمكن الفصل بين الثقة، والسياق،لأنّنا نجد الثقة ضمن سياقات مختلفة(مع العائلة، الأصدقاء، الزملاء...)، ويرىFukuyama :

"أن وجود درجة عالية من الثقة بين الأفراد داخل أي مجتمع تشكّل قاعدة متينة لتراكم رأس المال الاجتماعي" (Nahapiet, 1998)

ويرى كل من Nahapiet and Ghoshal أن الثقة الاجتماعيّة تشكّل جانبا أساسيّا في البعد العلاقاتي لرأس المال الاجتماعي، بحيث تشير الثقة الى استعداد الفرد لتعريض نفسه لطرف آخر، أمّا نتيجة لإيمانه بحسن نيّة الطرف الآخر أو بقدرته وكفاءته وموثوقيّته أو تصوّراته المنفتحة(Nie, 2001) .

5. الطرح المنهجي للدراسة

تقوم هذه الدراسة على المنهجية الكمية التي تلائم هذا النوع من الدراسات: (Phoenix، 1994)

« L'approche quantitative...met l'accent sur l'expérience mesurée, rendue objective par la mesure, de plusieurs individus dans leurs transactions avec l'environnement. La compréhension et la recherche de sens sont motives par la recherche de l'explication ou de relations causales. »

ويهتم المنهج الاستنباطي حسب Gunter بوضع الفرضيات، تأكيدها، أو دحضها، وفي نهاية المطاف امكانية ارساء تفسيرات نظرية لأحداث أو قوانين تشرح العلاقات بين أنشطة الأفراد وخبرات وسائل الإعلام مع معارفهم ومعتقداتهم

وآرائهم وكذلك سلوكياتهم، ويتم التعبير عن هذه الظاهرة في مفاهيم كمية تسهل قياس قوة أو درجة الارتباطات السببية بينها (Gunter، 2012)

وانطلاقا من ذلك، وبالارتكاز على المنهجية الكميّة، اتجهت جهودنا نحو البحث عن أدوات قياس علمية لمفاهيم بحثنا، وفّرها التراكم البحثي الامبريقي لنظرية الاستخدامات والإشباعات Uses & Gratifications انطلاقا من أربعينات القرن الماضي، والتي توصّلت لتطوير أدوات بحث منهجية راعت التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم وأولت اهتماما كبيرا لاستخدامات الشرائح المجتمعية لهذه التكنولوجيات، أكثر من ذلك، ما يسبق، وما يمكن أن ينتج عن استخداماتها، وهو ما ينسجم مع أهداف بحثنا.

1.5 مجتمع البحث وعينته:

أُجري هذا البحث في منطقة الجزائر العاصمة على عينة ضمّت تلاميذ في الطورين (المتوسط والثانوي) بالإضافة لطلبة جامعيين، اخترنا العينة عن طريق الصدفة، ممن يتوفر فيهم شرط امتلاك حساب على موقع "فايسبوك" وشملت عددا من أحياء العاصمة، وتمركزت معضمها في الفضاءات التي تسمح لأفراد العينة من القراءة المتأنية والفهم الجيد لمحتوى استمارة الاستبيان.

يتكون عدد العينة من 401 طالب وطالبة، بعدما كان في الأساس 420، قمنا بإلغاء 15 استمارة لعدم اكمال ملئها، واستبعدنا 4 أخرى لتجاوز سن أصحابها العمر المحدد في بحثنا لما يمكن اعتباره فترة المراهقة، وقد بلغ متوسط السن بالنسبة للعينة 19,5 (**الجدول رقم: 1**) وهو السن الذي يتوافق مع الشريحة المدروسة في بحثنا.

الجدول 1: يوضح توزيع أفراد العينة على أساس السن

	السن
المتوسط	19,05
القيمة الدنيا	11
القيمة العليا	23

بالإضافة للسن، اكتفينا في اختيارنا للمتغيرات الديمغرافية بالجنس والمستوى التعليمي، فبالنسبة للجنس، مثلت الإناث ما نسبته 54,6 مقابل 45,4 للذكور (**الجدول 2**)، أما فيما يخص المستوى التعليمي فإننا ارتكزنا عليه بهدف التمكن من تقسيم المراهقة الى مرحلتين أساسيتين تتناسب مع احتياجاتنا البحثية (**الجدول 3**):

أولا.مرحلة المراهقة الأولى: يمثلها تلاميذ الإكمالي والثانوي. تشكل ما نسبته 53,6 بالمائة من أفراد العينة.ثانيا.مرحلة المراهقة الثانية أو المراهقة المتأخرة: يمثلها طلبة الجامعة. تشكل ما نسبته 46,4 بالمائة من أفراد العينة.

الجدول 2: توزيع أفراد العينة على أساس الجنس

	التكرار	النسبة
ذكر	182	45.4

أنثى	219	56.6
المجموع	401	100

الجدول 3: توزيع أفراد العينة على أساس متغير المستوى التعليمي

العينة		التكرار	النسبة
المراهقة 1	اكمالي ثانوي	215	53,6
المراهقة 2	جامعي	186	46,4
المجموع		401	%100

2.5 أدوات الدراسة:

عمدنا في هذا البحث إلى استخدام مقياسين هما:

أولا: مقياس كثافة استخدام الفيسبوك، ويحتوي على ثلاثة عوامل تتضمن: عدد الأصدقاء الذين يملكهم المستخدم في الفيسبوك، مقدار الوقت الذي يقضيه المستخدم في الفيسبوك في يوم نموذجي. بنود تقيس درجة تعلق المستخدم النفسي والعاطفي ومدى ادماجه لموقع فيسبوك في حياته اليوميّة.

ثانيا: مقياس رأس المال الاجتماعي، ويتكوّن من ثلاثة عوامل تقيس علاقة الفرد بغيره من الأفراد وتفاعله معهم داخل المجتمع، وهذه العوامل هي:

- الرضا عن الحياة Satisfaction with life: تقيس التقييم الشخصي الذي يعطيه الفرد لحياته.
- الثقة الإجتماعيّة Social Trust : وتقيس نظرة الفرد إلى الآخر.
- تقدير الذات Self Esteem: وتقيس نظرة الفرد وتقييمه لذاته.

وقد صممت المقاييس وفق تقنية Likert والتي تتميّز بتكميمها للنتائج بدقّة ومصداقيّة، لأنها ترتبط بنتائج البحوث السابقة وتعتمد على تراكم من الدراسات.

3.5 ثبات أدوات الدراسة:

-ثبات مقياس كثافة استخدام الفيسبوك:

يتمتع مقياس كثافة استخدام الفيسبوك في هذا البحث بثبات جيد قدر معامل ألفا بـ82. وهو ما يؤكده كل من Steinfield and Ellison (2006) (2007) و Valenzuela (2009) و Maria Kalpidou (2011) .

–ثبات مقياس رأس المال الاجتماعي:

يتمتع مقياس رأس المال الاجتماعي بعوامله الثلاثة (الثقة الاجتماعية، الرضا عن الحياة، تقدير الذات) بثبات جيد، بحيث قدر معامل ألفا بـ80.

6. التحليل الاحصائي وعرض نتائج الدراسة

–تائج الفرضية الأولى:

بينت النتائج علاقة ارتباط موجبة بين الوقت الذي يقضيه المستخدم على الفايسبوك ورضاه عن حياته، بحيث قدرت بـ (r=.30, p : 0.001) وكذلك تقديره لذاته (r=.37, p : 0.001) وثقته الاجتماعية (r=.28, p : 0.001).

الجدول 4: يبين علاقة الارتباط بين الوقت المقضي على الفايسبوك وتراكم رأس المال الاجتماعي

	الرضا عن الحياة	تقدير الذات	الثقة الاجتماعية
الوقت المقضى	.30**	.37**	.28**

**ارتباطات دالة عند مستوى 001.

–نتائج الفرضية الثانية:

بينت النتائج علاقة ارتباط موجبة بين عدد أصدقاء المستخدم ورضاه عن حياته قدر بـ(r=.22, p : .001) وكذلك تقديره لذاته (r=.18, p : .005) و ثقته الاجتماعية (r=.29, p : .001)

الجدول 5: **يبين علاقة الارتباط بين الوقت المقضي على الفايسبوك وتراكم رأس المال الاجتماعي**

	الرضا عن الحياة	تقدير الذات	الثقة الاجتماعية
عدد الأصدقاء	.22**	.18*	.29**

**ارتباطات دالة عند مستوى 001.

*ارتباطات دالة عند مستوى دلالة 005.

–نتائج الفرضية الثالثة:

بينت النتائج علاقة ارتباط موجبة بين التعلق النفسي للمستخدم بموقع فايسبوك ورضاه عن حياته قدر بـ(r=.28, p :.001) وكذلك تقديره لذاته (r=.45, p :.001) وثقته الاجتماعية (r=.24, p : .005)

الجدول 6: يبين علاقة الارتباط بين الوقت المقضي على الفايسبوك وتراكم رأس المال الاجتماعي

	الرضا عن الحياة	تقدير الذات	الثقة الاجتماعية
التعلق النفسي	.28**	.45**	.24*

**ارتباطات دالة عند مستوى 001.

*ارتباطات دالة عند مستوى دلالة 005.

7. مناقشة نتائج الدراسة:

تأكد لنا من خلال نتائج هذه الدراسة ثبوت علاقة الارتباط بين الاستخدام الكلي للفايسبوك متمثلا في عوامله الثلاثة (الوقت المقضي، عدد الاصدقاء، التعلق النفسي) وتراكم رأس المال الاجتماعي المتمثل في عوامله الثلاثة أيضا (الرضا عن الحياة، تقدير الذات، الثقة الاجتماعية) وتعد هذه النتائج تدعيما لما توصل اليه الباحثون في دراسات سابقة على غرار (Valenzuela, 2009) وسنحاول في هذا العنصر مناقشة هذه النتائج.

–الوقت المقضي على الفايسبوك وتراكم رأس المال الاجتماعي:

أظهرت نتائج الارتباط بين الوقت الذي يقضيه الأفراد في استخدام الفايسبوك ورضاهم عن حياتهم إلى وجود علاقة طرديّة بارتباط موجب بين المتغيّرين، بحيث قدّر معامل الارتباط Pearson (r = .30, p =.001) ما يعني أنه كلّما ارتفع الوقت الذي يقضيه الفرد في الاستخدام فإنّ ذلك يؤدّي الى زيادة رضاه عن حياته والتّي تحمل بدورها أثراً ايجابيّا على تراكم رأس المال الاجتماعي.

يعتبر الرضا عن الحياة أحد أهم مُؤشّرات السعادة النفسيّة وجودة الحياة الضروريّة من أجل التطوّر النفسي والاجتماعي لدى الأفراد، فهو احساس داخلي بالنسبة للفرد يظهر في سلوكه واستجاباته كما يُقصد بالرضا عن الحياة كذلك تقييم الفرد لنوعيّة الحياة التي يعيشها طبقاً لنسقه القيمي، ويعادل بعض الباحثين (Diener, Emmons, 1985) بين الرضا عن الحياة والسعادة الذاتيّة والاطمئنان الشخصي وقد أظهرت الأبحاث أنّ رضا الأفراد عن حياتهم محدّدة من خلال الروابط الاجتماعية التي يمتلكونها، بحيث أنّ آراء أصدقاء الفرد الايجابيّة والمآنسة الاجتماعية التي تميّز علاقته بغيره والاتصالات الشخصيّة المتكرّرة ذات الأثر الايجابي والسعادة التي تميّز أعضاء الأسرة الواحدة، تعدّ كلّها عوامل ترتبط بالمستوى العالي للرضا عن الحياة والسعادة.

لما نقوم بتمديد هذا المنطق لفضاء مواقع شبكات التواصل الاجتماعية، وبالتركيز على موقع فايسبوك واستنادا على النتائج التّي توصّلنا إليها، نرى أنّ الأفراد الذين يشاركون في موقع فايسبوك بنشاط هم الأكثر عرضة لتجربة الروابط، والشعور بالسعادة النفسيّة، كما أنّ العلاقة بين السعادة الشخصيّة والفايسبوك يمكن أن تكون متبادلة، فالطلبة الذين يملكون مستوى منخفض من الرضا عن الحياة يسعون للمشاركة في مواقع شبكات التواصل الاجتماعية من أجل رفع وزيادة مستوى سعادتهم الشخصيّة، التّي لا يمكنهم تحقيقها في محيطهم الفيزيقي، ونتّفق مع كل من (Leary and Kowalski, 1990) في حقيقة تأثُّر المستخدمين ببعضهم في ما يخص آراءهم في بعضهم البعض حول أنشطتهم على الفيسبوك، فنرى أنّه لما يُظهر أصدقاء المستخدم فرحا وسعادة فيما يرتبط

بحالته الخاصّة ونشاطه في الموقع، فإنّ ذلك يحسّن شعوره الى نحوٍ أفضل ويجعله متحمّسا لأن يستخدم أكثر ولأن يريهم ملفّاته الشخصيّة ولأن يثبت وجوده أكثر.

-عدد الأصدقاء على الفايسبوك وتراكم رأس المال الاجتماعي:

أظهرت نتائج الارتباط بين عدد أصدقاء المستخدم على الفايسبوك والثقة الإجتماعيّة، إلى وجود علاقة طرديّة موجبة بين المتغيّرين، بحيث قدّر معامل الإرتباط Pearson (r = .29, p= 0.01) ما يعني أنه كلّما ازداد عدد أصدقاء المستخدم فإنّ ذلك يؤدّي الى ارتفاع ثقته الاجتماعية والتّي تحمل بدورها أثراً ايجابيّا على رأس المال الاجتماعي داخل المجتمع باعتبارها قاعدة متينة تساعد على تراكمه كما يشير Fukuyama. تشكّل الثقة الاجتماعية جانباً أساسيّا في البعد العلاقاتي لرأس المال الاجتماعي وتمثّل كذلك آليّة اجتماعيّة تتجسّد في هياكل العلاقات الاجتماعية، و تعدّ مواقع شبكات التواصل الاجتماعية في هذه الحالة فضاء تنشأ فيه علاقات وروابط اجتماعية متنوّعة بين المستخدمين تنافس تلك التي لديهم في عالمهم الواقعي أو تكمّلها، ويساعد الفايسبوك مستخدميه على التفاعل استنادا على القدرات التقنيّة التي يوفّرها لهم من أجل هذه الغاية، ويرى Putnam أنّ الثقة الاجتماعية يمكن أن تنشأ من معايير التبادل التي تغذيها وتدعمها والتي تشبه تكوّن رأس المال الاجتماعي. يعمل موقع فايسبوك على استقطاب المستخدمين بتوفير جو مناسب للتفاعل وتبادل المعلومات والمعارف والنقاش حول اهتمامات مشتركة، بحيث ينضمُّ الأفراد لهذا الموقع باحثين عن تلبية احتياجاتهم المختلفة، ويعدّ انضمامهم للموقع أوّل خطوات الثقة الاجتماعية، التي تبرز من خلال اقبالهم على تقديم معلومات شخصيّة مرتبطة بحياتهم الخاصّة أمام ملايين المستخدمين، تليها نشاطات أخرى يقوم بها المستخدم على الموقع كنشر صوره الخاصّة وتقديم إشارات عن شخصيّته...فالثقة الاجتماعية تشير إلى الاطمئنان للآخر ولحسن نيّته في التعامل، ويساعد موقع فايسبوك مستخدميه في التقليص من شكوكهم حيال علاقاتهم على الخط، ويسمح لهم بمعرفة تفاصيل دقيقة عن نوايا وسلوكيّات "أصدقائهم" و"معارفهم" لما يقدّمه عنهم من معلومات تخصُّ خلفيّاتهم الشخصيّة وأذواقهم الموسيقيّة وأماكن تواجدهم...، والتّي تعدُّ كلّها شروطا ضروريّة لتطوير معايير الثقة والتبادل، وتوجد كذلك حالات يستفيد فيها المستخدم من المعلومات التي يوفرها الموقع بشكل عكسي، بحيث يقتنع بأنّ أحد أصدقائه أو معارفه غير جدير بالثقة، من أجل ذلك بقدر ما يعرف المستخدم عن غيره من المستخدمين يكون قراره بالثقة فيهم أو لا، وتعدُّ هذه الميزة التّي يقدّمها الموقع ايجابيّة من أجل الوصول إلى الأشخاص الجديرين بالثقة، والتخلّص من غيرهم ما يشجّعه على الاستفادة من كل خدمات الموقع وفي هذا إشارة لوجود علاقة ايجابيّة متبادلة بين الثقة الاجتماعية واستخدام الفايسبوك.

-التعلق النفسي بالفيسبوك وتراكم رأس المال الاجتماعي:

أظهرت نتائج الارتباط بين التعلق النفسي للمستخدم بالفايسبوك وتقديره لذاته، إلى وجود علاقة طرديّة موجبة بين المتغيّرين، بحيث قدّر معامل الإرتباط Pearson (r = .45, p= 0.01) ما يعني أنه كلّما ازداد الارتباط النفسي للمستخدم بالموقع فإنّ ذلك يؤدّي الى ارتفاع تقديره لذاته والتّي تحمل بدورها أثراً ايجابيّا على رأس المال الاجتماعي داخل المجتمع.

ونلاحظ أن الانهماك في الأنشطة اليومية المتنوعة والضغوطات الحياتية التي يتعرض لها افراد المجتمع الجزائري، وخاصة الآباء والأبناء، لا تعطي الوقت الكافي لكليهما من أجل الدخول في حوارات وتفاعلات معمقة، فالآباء والأمهات مرغمون على الانشغال بتحصيل الجوانب المادية الضرورية، وإعطاء الأولوية لها لتوفير حياة كريمة لأبنائهم، ذلك رغم وعيهم بأهمية دورهم في تقديم حد أدنى من الدعم العاطفي لأبنائهم. لكن، يبدو أن تتابع الزمن وضيقه، والأحداث اليومية المتشابكة يجعل ذلك

مستحيلا؛ نفس الشيء ينطبق على الأبناء الذين أرهقتهم البرامج الدراسية المكثفة، بالإضافة لدروس الدعم التي تمتص معظم أوقات فراغهم، وقد ينتج عن هذا الانفصال بين الآباء والأبناء.وفي حالة ما يكون متواصلا، ومستمرا الكثير من التعقيدات النفسية.

نتيجة لوضعية مشابهة، قد تكون مواقع شبكات التواصل الاجتماعية أحد المخارج المتوفرة أمام المراهقين، والتي توفّر فضاء تنشأ فيه علاقات وروابط اجتماعية متنوّعة بين المستخدمين تنافس تلك التي لديهم في عالمهم الواقعي أو تكمّلها، ويسمح الفايسبوك بدمقرطة الاتصال democritize communication ويحفز التفاعلات بين الأفراد (Kiesler, Siegel, & McGuire, 1984)، ويساعد المستخدمين على تجاوز صعوبات الاتصال، ويعمل على انماء النتائج الايجابية بشكل أكثر فعالية من الاتصال وجه لوجه وعبر بعض التكنولوجيات السابقة له من حيث الوجود.

8. خاتمة:

سمحت لنا نتائج هذه الدراسة من التوقف عند ظاهرة الإفتتان والإقبال الواسع على استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعية، والتّي يُعد موقع "الفايسبوك" أكثرها شهرة واستقطابا لمختلف الشرائح الاجتماعية في الجزائر،كما مكنتنا من فهم جزء من سيرورة تشكيل رأس المال الاجتماعي في الفضاء الافتراضي انطلاقا من الاستخدام الكلي للمراهقون للفيسبوك. ومن جهة أخرى، أثبتت الدراسة أن المراهقون متعلقون نفسيا بموقع فايسبوك ويستخدمون حساباتهم الفايسبوكية باعتباره نشاطا يوميا يسعون من خلاله لتوسيع شبكة علاقاتهم والدخول في تفاعلات ومضاعفة أعداد أصدقائهم، الشيء الذي يساعدهم في توسيع رأس مالهم الاجتماعي ويساهم في تراكمه نتيجة الآثار الايجابية التي تمس حياتهم النفسية والاجتماعية وتتجلى في المفاهيم التي استندنا عليها، تقدير الذات و الرضا عن الحياة كأبعاد ذاتية داخلية، والثقة الاجتماعية كبعد اجتماعي خارجي.

10. قائمة المراجع:

1. B Gunter .(2012) .*The qualitative research process, in handbook of media and communication research* .Routledge.
2. céline pottier .(2007) .l'appropriation sociale des usages du multimedia et d'internet sur le territoire Brest, Master 2 TEF.41 .
3. D Scheugle .(2000) .personality strenght and social capital: the role of dispositional and informational variables in the production of civic participation .*communication research* ، *27* (2)، 107-131.
4. Elmer Nicholas .(2001) .*Self-esteem, The costs and causes of low self worth* .Josef Rowntree Foundation.
5. F Fukuyama .(1995) .*Trust, Social virtues and the creation of prosperity* .new york: free press paperbacks, simon andschuster.
6. Fuehrer Kasper .(2001) .Communicating trustworthiness and building trust .*journal of mangement*.254-235 ،(3) *27* ،

7. G Nahapiet .(1998) .social capital, intellectual capital, and organisational advantage .*the academy of management review*.266-242 ،(2) *23* ،
8. Galen Clavio .(2008) .Uses and Gratifications of Internet Collegiate Sport Message Board Users .*Thesis submitted for the degree of philosophy, Indiana University* .35 ، America.
9. Griffin christ & Phoenix .(1994) .the relationship between qualitative and quantitative research: lessons from feminist psychology .*Journal of community & applied social psychology*.298-287 ،*4* .
10. Huebner .(2003) .*psychometric properties of two brief measures of children's life satisfaction, paper prepared for the indicators of positive development conference* .south carolina: university of south carolina.
11. J. S Coleman .(1990) .*foundations of social theory* .Massachusetts: the belknap press and Harvard University Press.
12. Jack Martha .(2009) .The social evolotion of citizen journalism .*the canadian journal of media studies*.113 ،(1) *6* ،
13. Jaecho Cho .(2003) .Beyond Access: The digital divide and internet uses and gratifications . *T &Society*.72-46 ،(4) *1* ،
14. Lin .(1996) .Looking back: the contribution of Blumer and Katz's uses and mass communication to communication research .*journal if broadcasting and electronic media* ، .581-574 ،*40*
15. Max Stephenson .(2004) .*Trust, Social Capital and Organisational Effictiveness, Master of public and International Affairs* .Blacksburg.
16. N Lin و ،K and Burt Cook .(2001) .social capital, theory and research .*Ny Aldine DE Gruyter* .06 ،
17. N Steinfield و ،B and Cliff Lampe Ellison .(2008) .Social Capital, Self Esteem and Use of Online Social Network Sites, A Longitudinal analysis .*Journal of Applied Developmental Psychology*.2 ،*29* ،
18. N.H Nie .(2001) .Sociability, international relations, and the internet, reconciling, conflicting findings .*American Behavioral Scientist*.435-420 ،(3) *45* ،
19. S Proulx .(2005) .Penser les Usages des Technologies de L'information et de la Communication aujourd'hui, Enjeux-modéles-tendances .*presee universitaire de bordeaux* ، .02
20. T Ruggiero .(2000) .Uses and Gratifications Theory in 21st century, communication departement University of Texas at El paso .*Mass Communication &Society*.37-3 ،(1) *3* ،
21. ten Kate Stephan .(2009) .*Trustworthiness within Social Networking sites, a study on intersection OG HCI and sociology* .Amsterdam: faculty of of Economics and Business at the UN of Amesterdam.