

تاريخ الاستلام: 2021/04/22 تاريخ القبول: 2021/06/26 تاريخ النشر: 2021/06/30

أ.د زهير شلابي

جامعة 20 أوت 1955-سكيكدة (الجزائر)

Email : zohirch@yahoo.fr

#### ملخص:

يهدف هذا المقال إلى معرفة تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي في عصرنا الحالي و التي أضحت من الوسائل الأكثر استعمالا لدى فئة الشباب فالفيسبوك و تويتر و اليوتوب أضحت من المواقع أو الشبكات الاجتماعية الأكثر زيارة من طرف الشباب فهم يقضون وقتا كبيرا يتصفحونها و عادة ما يتجاهلون مخاطرها الآنية أو بعيدة المدى، لذلك كان لزاما علينا تحديد جوانبها المختلفة بالدراسة و التحليل.

**الكلمات المفتاحية:** تأثيرات ، شبكات ، التواصل الاجتماعي ، أفراد المجتمع

#### Abstract

*This article aims to know the effects of social media networks in our current era, which have become one of the most used methods among young people. Facebook, Twitter and YouTube have become among the most visited social networking sites or networks by young people, as they spend a lot of time browsing them and usually ignore their immediate dangers or Long-term, so it was necessary for us to define its different aspects by study and analysis.*

**Keywords:** Influences, Networks, Social Media, Community, poetry Members.

## المقدمة

تعتبر أعوام التسعينات الأولى من القرن الماضي هي البداية الحقيقية لظهور المواقع الاجتماعية أو يصطلح عليها بشبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت بحيث صمم (راندي كونراندز) موقعا اجتماعيا للتواصل مع أصدقائه و زملاء دراسته في بداية 1995 و أطلق عليه اسم (Classmates.com) و بهذا الحدث سجل أول موقع تواصل إلكتروني افتراضي بين سائر الناس، فما هي المواقع الاجتماعية و ماذا نقصد بها ؟

شبكات التواصل الاجتماعي هي مواقع الكترونية اجتماعية على الانترنت وهي حاليا الركيزة الأساسية للإعلام الجديد التي تتيح للأفراد أو الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي، و يتحدث Paul Livenson في كتابه New Media عن قصة ظهور الإعلام الجديد و ماذا يعني لنا كأناس عاديين أن يكون هناك إعلاما جديدا(حسن السوداني،96، 2016)

### 1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي: Social Media Webs

هي مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة و المساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها و بسهولة.(المقدادي،2013، 24)

### 2. مفهوم الشبكات الاجتماعية: Social networking

هي جل الاستخدامات المختلفة لتطبيقات الانترنت للتواصل أو الاتصال بالآخرين.

وتعرف أيضا بأنها: المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات مستخدميهما تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام

معين، و توفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، و توفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت. (المقدادي، 2013، 24)

### 3. تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:

تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: خدمة متوفرة عبر الانترنت ومن خلالها تربط عدد كبير من المستخدمين من شتى أرجاء العالم حتى يتم التواصل معا لتبادل الأفكار و مناقشة قضايا لها أهمية مشتركة بينهم، و يتمتعون بخدمات الأخبار و المحادثة الفورية و البريد الالكتروني و غيرها(الصوافي، 2015، 18)

**تعريف محمود عبد الستار:** هي مواقع تشكل مجتمعات الكترونية ضخمة تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل و التفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات و الوسائل المقدمة مثل التعارف و الصداقة، المراسلة و المحادثة الفورية، إنشاء مجموعات اهتمام و صفحات للأفراد و المؤسسات، المشاركة في الأحداث و المناسبات، مشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور و الفيديوهات و البرمجيات. (العريشي، الدوسري، 2015، 23)

الشبكات الاجتماعية هي تلك المواقع الضخمة التي تجمع الآلاف و الملايين أين يمكنهم تكوين صداقات و مشاركة صورهم و ملفاتهم، كما يمكنهم تكوين الجمعيات و الأحزاب و عقد التحالفات و تنظيم الحملات الالكترونية و أبرز هذه الشبكات: (بلخيري، 2014، 16) - facebook - twiter -myspace- وغيرها، و يمكن أن نشير لبض الشبكات الاجتماعية عربية:

## 1. شبكة فرنداوي Freindawi

تعتبر نفسها بمثابة فايسبوك للعرب شعارها فرنداوي، دليل الأصدقاء العرب تقدم خدمات متعددة منها إمكانية إنشاء مدونات للأعضاء، إنشاء مجموعات، الدردشة، مشاركة الصور، إضافة إلى الألعاب.

## 2. شبكة آرابز Arabs

شبكة اجتماعية تتيح لك التواصل مع أصدقاء، و التعرف على آخرين من مختلف دول العالم تقدم خدمة مشاركة الصور و المدونات، إضافة إلى إمكانية التواصل على الشبكة بواسطة حساب الفايسبوك الخاص بك.

وهناك من حاول استخدام المواقع الاجتماعية لإحداث تغيير على أرض الواقع، حيث أنشأ أيال رافيف شبكة اجتماعية تحمل اسم منبر صانعي السلام، لخدمة السلام في الشرق الوسط، إن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وفرت فتحة تاريخيا نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقه و أعطى مستخدميه فرصا كبرى للتأثير و الانتقال عبر الحدود بلا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. وأبرزها حراك الشباب العربي الذي تمثل بالثورات التي شهدتها بعض الدول العربية قدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح المجتمعات و إعطاء قيمة مضافة في الحياة السياسية، و إنذار لمنافسة الإعلام التقليدي.

استخدم الشباب في بداية الأمر مواقع التواصل الاجتماعي للدردشة و لتفريغ الشحن العاطفية، و لكن يبدو أن موجة من النضج سرت، و أصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر، من أجل المطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية و من هنا تشكلت حركات الرفض الشبابية التي انتظمت في تونس مرورا بمصر و اليمن و ليبيا و البحرين و الأردن، و تخطت تلك الأفكار الراضية

للسياسات بسهولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الوطن العربي و استخدم كبار الشخصيات هذه الوسائل الجديدة و اقتطعوا وقتا معيناً من الأنشطة الأخرى لصالحها، لإيمانهم بأنها البوابة الحقيقية و الجادة للتواصل و سماع الناس و المواطنين، و بهذا سيتغير المشهد الإعلامي قريبا بشكل واضح للعيان في عالمنا العربي.

#### 4. مكونات الشبكات الاجتماعية:

تتكون الشبكات الاجتماعية و مختلف أدواتها للتواصل الاجتماعي من العديد من التطبيقات و المواقع يمكن أن نوجزها فيما يلي: (المقداوي، 2013، 25)

#### أولاً: مواقع التواصل الإلكترونية:

و هي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص و التواصل مع أصدقائهم و معارفهم مثل موقع ماي سبيس و فيسبوك.

#### ثانياً: المدونات الإلكترونية:

و هي مواقع الكترونية تمثل مفكرات شخصية أو صحف شخصية تسرد من خلالها الأفكار الشخصية للأفراد أو الجماعات و هي مفتوحة أمام الجميع.

#### ثالثاً: الويكي:

و هي الصفحات التي ينشؤها العامة عبر موسوعة مفتوحة مخزنة على جهاز خادم عام (سيرفر تجاري متوفر للجميع مجاناً) أشهرها موقع ويكي بيديا، و هي تسمح للأشخاص العاديين بإضافة أو تدقيق أو تعديل صفحات عن معلومة أو تعريف معين على هذه الموسوعة الإلكترونية ذات المصدر المفتوح.

#### رابعاً: البودكاست:

أو مواقع البث الإلكترونية، وهي المواقع التي توفر خدمة تحميل أو تنزيل الأناشيد و الأفلام للمشتركين في هذا الموقع أو برنامج التنزيل مثل موقع آبل آي تيونز.

### خامسا: المنتديات الالكترونية:

وهي مواقع توفر مناطق أو فسحات إلكترونية للتعبير عن الرأي و كتابة المواضيع العامة، وهي عادة ما تدور حول موضوع معين، أي لكل منتدى تخصص معين، مثل منتدى للموسيقى و هي من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا لأنها سهلة الاشتراك و لا تحتاج لتقنية كبيرة لإضفاء موضوع كما في المدونات مثلا.

### 5. الفيسبوك: Facebook

انطلق موقع الفيسبوك عام 2004 من داخل جامعة هارفارد على يد مارك زوكربيرغ الذي أخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الانترنت، و الذي أصبح شركة عملاقة من أهم شركات وادي السليكون و يعتبر فيسبوك أكبر شبكة اجتماعية على الانترنت يحتل المركز الثاني على مؤشر أليساكا(نوفمبر 2013) بعد محرك البحث جوجل.(وسام كمال، 2014، 56)

يتيح الفاييسبوك لجميع الأفراد كتابة الملاحظات و المنشورات هي أقرب إلى التدوينات مما أدى إلى عزوف الكثير من المدونين عن التدوين على مدوناتهم الشخصية و تفضيلهم نشرها على الفاييسبوك بغية تمريرها لأكبر عدد من الأشخاص و خاصة عبر خاصية الإشارة إلى أحدهم في مختلف المنشورات، و من خصائص الفاييسبوك إمكانية التعليق على المنشورات و نشر رابط الفيديو والصور من شخص لآخر و من مجموعة لأخرى، و من خلال هذه المشاركات تظهر بعض المجموعات و الصفحات التي تبني فكرة أو تدعم قضية بذاتها أو تناصر شخصا معينا و تدعمه. و من أخلاقيات التعامل مع فيسبوك هو نسب الأخبار و المعلومات و التعليقات لأصحابها، وعدم الاستيلاء على مشاركات المستخدمين و ضمها دون الإشارة لمصادرها أو أصحابها.

## 5-1 أسباب الإقبال الشديد على فايسبوك:

هناك العديد من الأسباب جعلت نسبة كبيرة من أفراد المجتمع و خاصة فئة الشباب تقبل على الفايسبوك و نذكر منا ما يلي:

- **العزلة الاجتماعية:** إذ أن جميع الأفراد تقريبا يعملون خارج المنزل و في نفس الوقت يبحثون عن معلومات و أخبار لإشباع شغفهم و ملأ فراغهم فيجدون ضالتهم في الفايسبوك الذي أصبح متنفسا لهم.
- **مساحة للرأي و حرية الموقف:** يسمح الفايسبوك بالتعبير عن الآراء بحرية عن القضايا التي تهم الأفراد.
- **الرغبة في تحسين الظروف المهنية:** هنا تفسح الشبكات الاجتماعية و بعض المواقع الفرصة للأفراد لإيجاد عمل أو البحث عن وظيفة تتوافق مع قدراتهم و رغباتهم و أشهر موقع في هذا الصدد نذكر Linked in.
- **جمع المعارف و المعلومات و اكتساب الخبرة:** تساهم الشبكات الاجتماعية و من بينها الفايسبوك في إعطاء المثقفين أحدث الاتجاهات الفكرية و التجارية و الاقتصادية و السياسية.
- **الدعاية و الإعلان:** يساهم الفايسبوك بشكل كبير في الدعاية لتوجهات معينة و يساهم بشكل كبير في ترسيخ هذه الدعاية من خلال الإعلانات المتكررة بما يوحي فكرة صحة التوجه المروج له فكريا.

## 6. قياس حجم الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي:

يعتبر فهم عدد الأشخاص الذين يشاهدون المحتوى الخاص بك و يقرؤونه أو يستمعون إليه أحد أهم المعلومات، و بينما يبدو أن قياس حجم جمهورك يجب أن يكون أحد

أسهل الأمور إلا أنه غالبا ما يكون من أكثرها تعقيدا، تستخدم منصات وسائل التواصل الاجتماعي العديد من الطرق المختلفة لوصف الجماهير، وفهم معنى المقاييس المختلفة أمر مهم لتكون قادرا على تحليلها بشكل صحيح.

تصف مصطلحات مثل المتابعين، أو المعجبين أو المشتركين أشخاصا أشاروا لمنصات التواصل الاجتماعي أنهم استمتعوا بملفك الشخصي أو قناتك على وسائل التواصل الاجتماعي يمكنك اعتبارهم المجتمع المهتم بك، مع ذلك لن يرى كل من يتابع صفحتك على فيسبوك أو حسابك على تويتر ما تنشره، تتزاحم موجزات أخبار الأشخاص معا بشكل لا يصدق و لا يمكن عرض كل تحديث في الأعلى، يعني ذلك أن بعض التحديثات لا تظهر إطلاقا بينما يظهر بعضها الآخر فقط بعد قليل من التصفح، في المتوسط 6 في المائة فقط من الأشخاص الذين تابعوا الذين تابعوا صفحة على فيسبوك سيرون تحديثاتها وهذا يعني أنه إذا كان هناك صفحة على الفاييسبوك بها 2000 متابع فسيشاهد 120 منهم فقط تحديثات الصفحة في المتوسط يوصف عدد الأشخاص الذين يشاهدون محتواك في الغالب باستخدام مصطلحات الوصول أو مرات الظهور أو المشاهدات هذا هو الجمهور الذي وصلت إليه. هناك فرق بين مرات الوصول و الظهور بالمعنى الدقيق للكلمة نظرا لأن مرات الظهور تحسب كل حالة تم فيها عرض محتواك حتى إذا رأى شخص ما محتواك عدة مرات، أما الوصول على الجهة الأخرى فيصف الأشخاص الفريدين الذين شاهدو محتواك، في حين يميز فيسبوك بين المصطلحين تبلغ تحليلات تويتر عن مرات الظهور فقط و ليس الوصول لذلك يمكنك استخدام مرات الظهور كبديل لعدد الأشخاص الذين وصلت إليهم عن طريق تويتر. (تيمو لوغه، 2019، 14)

**7. تويتر Twitter**

يعتبر تويتر من الشبكات الاجتماعية القوية فلقد جاء في الترتيب العاشر عالميا استنادا لتصنيف أليكسا Alexa (نوفمبر 2013) و ظهر كمشروع تطوير بحثي قامت به شركة Abvious الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو سنة 2006 يعتمد تويتر على التدوين القصير فيما لا يزيد عن 140 حرفا للتدوين، و لقد وصل عدد مستخدميه إلى 500 مليون مستخدما سنة 2013، و من المعروف أن تتبع بعض الشخصيات على الموقع و تتبع أخبارهم و تصريحاتهم يؤدي إلى بعض المشاكل أحيانا، فعلى سبيل المثال أجبرت إدارة محطة التلفزيون الأمريكية CNN إحدى مذيعاتها الصحافية **أوكتافيا نصر** المختصة بشؤون الشرق الوسط على الاستقالة من المحطة بعد أن كتبت تعليقا لها على موقع تويتر عبرت فيه عن حزنها لرحيل المرجع الشيعي محمد حسين فضل الله، و يفيد تويتر الأشخاص في التعرف إلى أحدث الأخبار من خلال محرك البحث على تويتر و بتتبع الأخبار السابقة عبر معرفة اسم الاختصار المتداول على شبكة تويتر فيما يسمى بعلامة # (Hashtag) و من المعروف بين مستخدمي تويتر تواتر استخدام الهاشتاج # من أجل اختصار مصطلح أو استدعاء الأخبار السابقة حول نفس الموضوع. (وسام، 53، 2014)

ومن المفيد للقائم للقائم بالاتصال على الانترنت أن يقوم أيضا بقدر من النشاط على موقع تويتر و تتبع الشخصيات و المؤسسات التي تدخل في إطار اهتمامه و اختيار أهم المواضيع و الأخبار بغية بثها عبر تويتر.

**7-1 مميزات تويتر: (الايجابيات)**

هناك بعض الميزات الايجابية لتطبيق تويتر نذكر منها ما يلي:

- **النشر المجاني:** نشر التدوينات في تويتر و إعادة نشرها مجاني عكس الرسائل النصية للهاتف.
- **الاستفادة المثلى من تجارب الغير:** هنا المستخدم يمكنه عرض تجاربه الخاصة كما يمكنه استشارة الآخرين و الاستفادة من تجاربهم من خلال عرضها للنقاش البناء و تبادل الخبرات.
- **نموذج فعال للتواصل:** من خلال تويتر يمكن بناء صداقات و تكوين حلقات نقاش مع العديد من الأشخاص عبر العالم في شتى المجالات المعرفية و العلمية و الثقافية.
- **سهل و سريع و فعال:** من خلال استقبال التغريدات و إرسالها في وقت وجيز و مشاركتها مع الأصدقاء أو المواقع و المنتديات المختلفة.

## 7-2 سلبيات تويتر:

بالرغم من الايجابيات الموجودة جراء استخدام تطبيق تويتر هناك بعض السلبيات التي تشوبه نذكر منها ما يلي:

- **أداة سهلة لنشر الشائعات:** من بين سلبيات تطبيق تويتر هو أنه أداة سهلة لنشر الشائعات و الأخبار دون التحقق من صحتها أو صحتها.
- **سهولة الانتحال:** قدرة البعض على انتحال أسماء بعض الشخصيات أو المشهورين و استغلال ما يترتب عنها من مزايا.
- **تحديد حجم التغريدة:** التغريدة محددة ب 140 حرف فقط مما يعطل أحيانا إيصال الفكرة و التعبير عنها لجمهور المتلقين.
- **التركيز على المحتوى النصي:** فتويتر ليس مثاليا لنشر المحتوى المرئي و الذي يفوق تأثيره التأثير النصي أحيانا.

• ظهور الإعلانات المزعجة من حين لآخر.

8. اليوتوب:

هو أحد أهم المواقع الاجتماعية الشهيرة والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن وسائل التواصل الاجتماعي، ولقد تأسس اليوتوب من قبل ثلاث موظفين كانوا يعملون في شركة ( باي بال Pay Pal) عام 2005 في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، و يعتمد اليوتوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية (أدوب فلاش) و يشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما و التلفزيون و الفيديو وقامت جوجل عام 2006 بشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي، و يعتبر اليوتوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2.0)، وأصبح اليوتوب عام 2006 شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة تايم الأمريكية (العرشي و الدوسري، 2015، 48)

8-1مزايا اليوتوب:

هناك العديد من المزايا يمن أن نذكر ما يلي: (نزبهة عثمانة، 2016، 24)

- يتيح اليوتوب إمكانية إعادة المشاهدة لمرات عديدة حسب الطلب لنفس الحدث و هذا يحدث أكبر الأثر في ترسيخ أدق المشاهد في ذهن المشاهد

9. الواتساب:

لا يخلو أي هاتف من الهواتف الذكية من تطبيق الواتساب Watsapp الذي أحدث انقلابا سريعا في حياة الأفراد، و خاصة في منطقتنا العربية، كذلك أحدث الواتساب انقلابا ضد شركات الاتصالات، و تأسس هذا البرنامج عام 2009 على

يد موظفين كانا يعملان في موقع ياهو و انفصلا منه في نفس العام و هما برابن أكتون Brain Acton و جين كوم Gean Com. (الصوايف، 2015، 30)  
فالواتساب هو تطبيق مجاني فوري يتم تحميله على الهاتف لإجراء محادثة بينك و بين جميع الأصدقاء الموجودين في قائمة الأسماء، و يشترط أن يمتلك من يستخدمه البرنامج نفسه أيضا لكي يمكنه إجراء محادثة كتابية معهم، و يستخدم واتساب لإرسال الرسائل الصوتية و الفيديو و الوسائط المتعددة و الصور.

#### 9-1 مميزات تطبيق الواتساب:

يعتبر الواتساب من أهم التطبيقات في الهواتف الذكية حاليا عبر العالم و من بين ميزاته يمكن أن نذكر ما يلي:

- تقريب المسافات بين الأهل و الأصدقاء و الأحباب، بحيث يستعمله العديد من الأشخاص و خاصة المسافرين و الذين لا يستطيعون التواصل مع ذويهم بشكل مستمر.
- الخدمة المجانية توفر فواتير الهاتف المرتفعة من خلال الاتصال المجاني و الرسائل النصية المجانية.
- يتم من خلال تطبيق الواتساب إرسال الفيديوهات و الرسائل النصية و الصوتية و الوسائط المتعددة للأصدقاء بشكل فردي أو جماعي.
- يستخدم البعض هذا التطبيق لتبادل المعلومات و الأفكار و الآراء.

#### 9-2 سلبيات الواتساب:

رغم عديد الميزات و الفوائد المترتبة عن استعمال الواتساب إلا أنه يجوي العديد من السلبيات يمكن أن نوجزها فيما يلي:

- أثبتت العديد من الأبحاث و الدراسات أن تطبيق الواتساب يؤثر على العلاقات الاجتماعية بين الأشخاص الذين يستعملونه و بين الأهل و الأقارب و الأصدقاء، بحيث يؤثر الواتساب بشكل مباشر و يجعل الاتصال الشخصي معدوما تقريبا و هذا يؤدي بالأفراد للدخول في عزلة و حالة من القلق و الاكتئاب الذي يؤثر على نفسية الأفراد.
- يساهم تطبيق الواتساب في تضييع الوقت بشكل كبير و يجعل الفرد يهتم بأمور تافهة لا فائدة منها.
- لا يستبعد خبراء أمن المعلومات من تمكن أي جهة استخباراتية من تشغيل كاميرا الهاتف دون علم المستخدم.
- يمكن لشركات الاتصالات و مزودي الانترنت الاطلاع على رسائلك دون علمك و بسرية تامة.

مهما كان تطبيق الواتساب مفيد لأنه تقنية ممتازة للاتصال و تبادل المعلومات، لكن يجب أن يكون هناك و عي لدينا بالحدود التي يجب أن لا نتجاوزها عند استخدامه بالحد المنطقي و المعقول.

#### 10. سمات المجتمع الافتراضي:

يتصف المجتمع الافتراضي بمجموعة من السمات يمكن أن نوجزها في العناصر التالية: (رضوان، 2014، 30)

. المرونة و انميار فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي، فالمجتمع الافتراضي لا يتحدد بالجغرافيا بل الاهتمامات المشتركة التي تجمع معا أشخاصا لم يعرف كل منهم الآخر بالضرورة قبل الالتقاء الكترونيا.

. لم حدود الجغرافيا تلعب دورا في تشكيل المجتمعات الافتراضية، فهي مجتمعات لا تنام يستطيع الفرد فيها أن يجد من يتواصل معه على مدار الساعة.  
. و من سماتها و توابعها أنها تنتهي إلى عزلة على ما تعد به من انفتاح على العالم و تواصل مع الآخرين، هذه المفارقة يلخصها كتاب لشيري تيل كيل بحيث يقول: نحن معا لكننا وحيدون، لماذا أصبحنا ننتظر من التكنولوجيا أكثر مما ينتظر بعضنا من بعض؟ لقد أغنت الرسائل النصية القصيرة و ما يكتبون و ما يتبادلون على الفايسبوك و تويتر على الزيارات، من هنا لم تعد صورة الأسرة التي تعيش في بيت واحد فكل فرد من أفرادها أصبح منهمكا في عالمه الافتراضي الخاص.  
. لا تقوم المجتمعات الافتراضية على الإجماع أو الإلزام بل تقوم في مجملها على الاختيار.

. تحوي المجتمعات الافتراضية وسائل تنظيم و تحكم وقواعد لضمان الخصوصية و السرية، قد يكون مفروضا من قبل القائمين، و قد يمارس الأفراد أنفسهم في تلك المجتمعات الحجب أو التبليغ عن المداخلات و المحتوى غير اللائق.  
. إنها فضاءات رحبة مفتوحة للتمرد و الثورة، بداية من التمرد على الخجل و الانطواء و انتهاء بالثورة على الأنظمة السياسية.  
. تتسم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية و تنتهي بالتدرج إلى تفكيك مفهوم الهوية التقليدي، و لا يقتصر تفكيك الهوية على الهوية الوطنية أو القومية بل يتجاوزها إلى الشخصية، لأن من يرتادونها في كثير من الأحيان يكونون بأسماء مستعارة ووجوه ليست وجوههم، و بعضهم يملك أكثر من حساب.

### 11. حرية النشر على الشبكات الاجتماعية:

في المنتديات الالكترونية يمكن أن يكتب العضو ما يريد لكن وفق سياسة المنتدى و توجهاته و عادة ما يتم فرض قيود كثيرة في الكتابة و النشر في تلك المنتديات حتى على مستوى روابط المواقع الأخرى، لكن الشبكات الاجتماعية قدمت حرية أكبر للنشر، ففي الشبكات الاجتماعية يمكن أن تكتب عن منتجاتك و تسوقها و عن مواقع الأخرى و يمكن حتى أن تكتب و تسوق لشبكات اجتماعية جديدة منافسة، يمكن أن تكتب عن سياسة البلاد و تنتقد بحرية و تبدي رأيك بشفافية و دون خوف من مقص الرقيب إنها حرية نشر عالية ساهمت في إقبال متصفحى الانترنت على الشبكات الاجتماعية، غير أن مصطلح الحرية هنا له إشكاليات عديدة خاصة فيما يخص حدود الحرية و تطبيق هذا المبدأ يختلف من موقع لآخر لكن العامل المشترك في مواقع التواصل الاجتماعي أن حدود الحرية فيه كبير. (العريشي و الدوسري، 2015، 63)

### 12. دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

صنف كل من كاتز Katz و جيرفتش Gurovetch و هاس Hass الحاجات المرتبطة بوسائل الإعلام و التواصل إلى خمس فئات رئيسية وهي كما يلي (الشهري، 24)

1. **الحاجات المعرفية:** و هي الحاجات المرتبطة بالمعارف و المعلومات و مراقبة البيئة.

2. **الحاجات الوجدانية:** و هي الحاجات المرتبطة بالنواحي العاطفية و المشاعر و الأحاسيس.

3. **حاجات التكامل النفسي:** وهي الحاجات المرتبطة بتدعيم المصادقية و التقدير الذاتي و تحقيق الاستقرار الشخصي.

4. حاجات التكامل الاجتماعي: وهي الحاجات المرتبطة بالتواصل مع العائلة و الأصدقاء.

5. حاجات الهروب: و تعكس كل ما هو مرتبط بالترفيه و التسلية.

غير أنه هناك بعض الدراسات تشير إلى دافعين أساسيين و هما:

أ. دوافع نفسية: و تستهدف التعرف على الذات و اكتساب المعرفة و

المعلومات و الخبرات و جميع أشكال التعليم بوجه عام.

ب. دوافع طقوسية: و تستهدف تضيبة الوقت و الاسترخاء و الصداقة و الألفة

و الهروب من المشكلات و الواقع و تنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية

مثل المسلسلات و الأفلام و برامج الترفيه المتعددة.

### 13. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بعدة خصائص جعلتها تنتشر بشكل كبير جدا

بين أفراد المجتمع و من بين هذه الخصائص نشير إلى مايلي(هتيمي،85، 2015)

1. التفاعلية و التشاركية: يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي

بالتفاعلية إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية سواء تعلق الأمر

بشخصيته( الرياضية ، السياسية، الثقافية، الدينية) أو ما يتعلق بموطنه(أحداث،

صور، معالم أثرية) التي يرغب بتقديمها للآخرين. و تسمح شبكات التواصل

الاجتماعي للأعضاء بمشاركة تلك المنشورات أو التعليق عليها أو إبداء

الإعجاب بها، ويكون بمقدور العضو الذي قام بالنشر مشاهدة ردود الآخرين و

مدى تفاعلهم و الرد عليهم مباشرة و قد يحدد ذلك التفاعل استمرار العضو

بالتواصل و مشاركة المضامين مع الآخرين.

2. **التلقائية:** يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي و غير رسمي أو متوقع، فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح و قيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتسم بالتلقائية بين طرفي الاتصال.
3. **قلة التكلفة:** إن التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني فعلى الصفحة الرئيسية لشبكة الفايبيوك مكتوب مجاني و يبقى مجاني.
4. **سهولة الاستخدام:** لا يحتاج العضو لمهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومعظم شبكات التواصل الاجتماعي توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.
5. **الحضور الدائم غير المادي:** إذ لا تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم، بحيث يمكن لأي عضو أن يتصل بعضو آخر عن طريق رسالة نصية، أو صور أو معلومات عن أفلام، أو غيرها من مجالات اهتمام الطرف الشخص الآخر الذي يمكن أن يرد عليها بنفس الطريقة من دون أن يلتقيا في وقت متزامن، وهذا لا يتوافر في وسائل التقليدية التي تشترط التزامن للقيام بعملية الاتصال بين الطرفين.
6. **الانفتاح:** يمثل المحتوى المرسل من المستخدمين أغلبية المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي و ذلك يزيد الرغبة لدى الأعضاء بالمزيد من التواصل و التفاعل و المشاركة لأنهم هم من يقوم بعملية إنتاج المحتوى عكس وسائل الإعلام التقليدية التي يمثل بها الشخص دور المتلقي أو المستهلك للمحتوى.
7. **دعم التجمعات:** أي تتوافر في شبكات التواصل الاجتماعي خدمة تتيح للأشخاص إنشاء مجموعات تشترك بالاختصاص أو الانتماء الديني أو الاجتماعي.

8. **المرونة:** امكانية فتح تلك الشبكات عن طريق الهواتف النقالة، فلا يشترط وجود جهاز حاسوب للولوج لتلك الشبكات، بل إن الشركات المنتجة للأجهزة المحمولة أصبحت تضمن أنظمة التشغيل تطبيقات خاصة تسمى برامج التواصل الاجتماعية.
9. **عالم افتراضي للتواصل:** إن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تزاخم الجلسات و المجالس العائلية والاجتماعية، ولم يعد السفر مشروطا لرؤية الأصدقاء.
10. **إذابة الفواصل الطبقيّة:** وفرت شبكات التواصل الاجتماعي فرصة للاتصال بالدعاة و طلبة العلم و الأدباء و العلماء بصورة مباشرة دون وسائط. يتضح لنا من خلال هذا العرض أن شبكات التواصل الاجتماعي و رغم أنها جعلت العالم قرية صغيرة يمكن لأي فرد أن يتجول فيها وقت ما يشاء و يشرب من مناهلها المختلفة غير أن آثارها و أضرارها لا تخفى على أحد، فبرغم الفوائد الكثيرة لهذه الشبكات التي جعلت المعارف و المعلومات متاحة للجميع و في غالب الأحيان مجاناً، رغم ذلك و يجب علينا أن نحذر من أضرارها و نتقي أخطارها من خلال ضبط الوقت الذي نقضيه فيها.

#### خاتمة:

مما لا شك فيه أن لشبكات التواصل الاجتماعي تأثيرات كبيرة على شرائح المجتمع المختلفة، فلقد أصبحت كالمخدرات من حيث آثارها فالأفراد يقضون أغلب أوقاتهم في تصفح المواقع المختلفة دون تمييز بين ما هو مفيد و غير مفيد مما يجعل وقتهم الثمين يضيع هدرا، فتكثر المشاكل و تزداد الغيابات في العمل و تقل الزيارات العائلية و تفسد الروابط الاجتماعية لأن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت بديلا عن الزيارات فأصبح الأشخاص يكتفون بإرسال الرسائل عن طريق الوسائط المختلفة في المناسبات و الأعياد المختلفة سواء الدينية أو الوطنية.

قائمة المراجع:

1. العريشي و الدوسري(2015)، الشبكات الاجتماعية و القيم، الدار المنهجية للنشر و التوزيع، ط1، عمان الأردن،.
2. وسام كمال(2014)، الإعلام الالكتروني و المحمول، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر.
3. رضوان بلخيري(2014)، مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائط و التطبيقات، دار جسور للنشر و التوزيع، الجزائر.
4. خالد غسان يوسف المقدادي(2011)، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر و التوزيع، ط1، عمان، الأردن.
5. نزيهة عثمانة(2016)، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي علي القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، مذكره ماستر، جامعة المسيلة، الجزائر.
6. تيمو لوغه(2019)، تحليل وسائل التواصل الاجتماعي، دار دوتش وال ، ألمانيا.
7. حنان الشهري(1324هـ)، أثر استخدام وسائل التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية، ماجستير، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية.
8. حسين محمود هتيمي(2015)، العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان الأردن.
9. حسن السوداني و محمد المنصور(2016)، شبكات التواصل الاجتماعي و تأثيرها على جمهور المتلقين، مركز الكتاب الأكاديمي، ط1، عمان، الأردن.