

الفيسبوك والرأسمال الاجتماعي للشباب

كيف تصبح التفاعلات الافتراضية فضاء لتشكيل الرأسمال الرمزي؟

Facebook and the virtual social capital of youth

How do virtual interactions become a space of formation the social capital?

د. عائشة لصلج¹

محمد لمين دباغين جامعة سطيف 2

aicha_lasledj@yahoo.fr

تاريخ الوصول: / 2019/02/15 القبول: 2019/08/04 /النشر على الخط: 2019/09/15

Received: 15/02/2019 / Accepted: 04/08/2019 / Published online : 15/09/2019

ملخص: تفحص الدراسة العلاقة بين استخدام الفيسبوك، الشبكة الاجتماعية الأكثر شعبية، وتشكيل وتعزيز

الرأسمال الاجتماعي الرمزي للشباب، حاولنا أولاً تناول مفهوم 'الرأسمال الاجتماعي الرمزي' وتحديد أنواعه وأبعاده، ثم علاقته في تدعيم شبكة علاقات الفرد الواقعية والافتراضية، على اعتبار أن الفيسبوك -والانترنت عموماً- ليست مجرد تكنولوجيا جديدة، إنما هي منظومة علاقات اجتماعية وإنسانية غيرت مفاهيم الوجود البشري والكثير من القواعد السوسيو ثقافية والأبعاد الزمكانية. وقد استعنا بالمنهج المسحي على عينة قوامها 100 مستخدم. وأكدت النتائج أن هناك ارتباطاً وثيقاً بين استخدام الفيسبوك والرأسمال الاجتماعي الرمزي والرفاه النفسي للشباب، كما أكدت أن استخدام الفيسبوك يهدف بالأساس إلى تأكيد المرغوبة الاجتماعية أو ما يمكن أن نطلق عليه الجاذبية الافتراضية للمستخدم.

الكلمات المفتاحية: الرأسمال الاجتماعي، الرأسمال الافتراضي، الفيسبوك، الشباب.

Abstract; this study examine the relationship between the use of facebook, the most popular social network, and the formation and maintenance of symbolic social capital of youth, we have analyze the notion of “symbolic social capital” , its types and dimensions, then its relation with strengthening of real and virtual individual’s relations networks, as well as facebook -and internet in general- isn’t only a new technology, however, it is a system of social and human relationships that had changed concepts of human existence, many of socio-cultural rules, and spatial rules. We had used the survey method by selecting 100 youth. The results proved a strong association with the use of facebook and the virtual social capital and well- being of youth, in addition,

facebook use aims at confirming social desirability, or what we call virtual attraction of user.

Key words ; social capital, virtual capital, facebook, youth.

مقدمة: يمتزج الواقعي بالافتراضي في علاقات غامضة ومتشابكة في إطار التآلفات الجديدة المرتبطة بظهور التطبيقات

الجديدة للويب 2.0 : مراسلات، مواقع لقاءات، مدونات، شبكات اجتماعية... وغيرها من التطبيقات التي جعلت من الاتصال الافتراضي أرضية رقمية لإنشاء فضاءات اتصال وتواصل... فأصبح على الإنترنت طابعا اجتماعيا مركبا ومنتجا لذاته.

فالإنترنت، والميديا الجديدة عموما، ليست مجرد وسيلة أو وسيط تقني، إنما هي فضاء متفاعل ومركب، تتماهى فيه الحدود بين العام والخاص، ليؤطر لأشكال جديدة من الممارسات الاجتماعية يتفاعل فيها المستخدمون عبر أنواع مستحدثة من الكتابة والتدوين، وبفتحها للفضاءات التبادلية التشاركية أضحت الإنترنت فضاء للمداولات والنقاشات العمومية شكّل ما يسمى بالمجال العام الافتراضي، كما أسس لممارسات اجتماعية ذات طابع افتراضي.

فبعد أن كانت الهوية مؤسسة اجتماعية، صارت هناك هوية أو هويات افتراضية، وبعد أن كانت المواطنة سلوكا وممارسة سياسية اجتماعية، صارت هناك ما يسمى بالمواطنة الافتراضية، وبعد أن كان الرأسمال اقتصاديا بحتا صار هناك رأسمال رمزي يقاس بالسمعة الالكترونية والجاذبية الافتراضية والصدقات الافتراضية. هذه الممارسات وغيرها، والتي تتخذ طابعا افتراضيا بحتا، تستدعي منا كباحثين، البحث في ثناياها وبحث تماثلاتها وتأثيراتها في ضوء التداخل الرهيب بين العالمين الافتراضي والواقعي.

إشكالية الدراسة: إذا كان الرأسمال، بالمعنى الاقتصادي كامتلاك ثروات مادية أو مالية، عنصرا مهما في التكوين

الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية إلى حد أنه يضع بالقوة الأغنياء مقابل الفقراء، فإن غيره من أنواع الرأسمال تلعب دورا مهما أيضا في الديناميكية الاجتماعية، فالرأسمال الثقافي والرأسمال الاجتماعي تشكل ثروات رمزية لديها سلطتها وسلطانها في تكوين وتغيير وبلورة العلاقات الاجتماعية، وعلاقة الفرد بغيره وبمجتمعه. إذ يرى علماء الاجتماع أن ما يعرف بالرأسمال الاجتماعي الرمزي هو أداة الربط الحقيقية بين المجتمعات المحلية والشبكات الاجتماعية الأخرى، فالرأسمال الاجتماعي هو بمثابة النظير للرأسمال المالي، وبالتالي فهو مثل الرأسمال المالي مورد مهم جدا يساند المجتمع المحلي ويطيل بقاءه واستمراره. ويسمح الرأسمال الاجتماعي للشخص بالاعتماد والاستفادة من موارد الأفراد الآخرين من أعضاء الشبكة التي ينتمي إليها، هذه الموارد يمكن أن تتمثل في علاقات شخصية، أو القدرة على تنظيم جماعات، إضافة إلى ذلك توصلت دراسات عديدة حول الرأسمال الاجتماعي، أن الأشكال المختلفة للرأسمال الاجتماعي ترتبط ارتباطا وثيقا بالرفاه النفسي وتقدير الذات والرضى على الحياة¹

¹ Nicole B. Ellison, Charles Steinfield, Cliff Lamp ; **The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites**, Journal of Computer-Mediated Communication 12 (2007) 1143-1168 ^a 2007 International Communication Association p 1146

وتزايد استخدام الانترنت وولوجها في الحياة اليومية للفرد، انتقل علماء الاجتماع من طرح الأسئلة التأملية في شأن الاتصال الافتراضي والجماعات الافتراضية إلى إجراء دراسات تطبيقية تتعلق بالانترنت في الحياة اليومية، بالنظر في الطريقة التي يُدرج بها الأفراد التقنية في نشاطهم التواصلية والاجتماعية بشكل عام.¹ فليس مجرد استخدام الانترنت هو ما أثار ويثير أبحاث الإعلام الاجتماعي، إنما الحوافز والسلوكيات من وراء استخدام الانترنت أو من وراء النشاط الانترنتي. حيث اهتمت دراسات عديدة بالحوافز وراء استخدام الانترنت وذكرت أسبابا متعددة من بينها كسب رأسمال اجتماعي بتشكيل علاقات صداقة والحفاظ عليها، وبخلق وتزيين الصورة الشخصية، وأيضا بتعزيز الممارسات المواطنة من مثل المشاركات الاجتماعية والمواطنة الرقمية، وقيم الانتماء والتشارك وغيرها من نشاطات اجتماعية وممارسات ترتبط بالشق الاجتماعي للفرد في تفاعلاته مع الآخرين، في سياق مجتمعات وتجمعات افتراضية تجمع مستخدمي الانترنت لعمل أي شيء يمكن عمله في العالم الطبيعي، بفعل تفاعلات أعضاء هذه المجتمعات الرقمية بواسطة التكنولوجيا مرات عديدة ولساعات عديدة، في أي وقت وبشكل منفتح: باستخدام النص والأصوات والصور وغيرها، فيما سماه الباحث علي محمد رحومة بالأمكنة الثالثة والتي اعتبر أن الروابط الاجتماعية فيها تفرز من قوتها وترتبط بين الناس بعلاقات لا يمكن تكوينها في غيرها من الأمكنة.²

وإن كان الحديث عن الانترنت وتطبيقاتها حديثا واسعا متفرعا تفرّع وتنوّع خدماتها وميزاتها، فإن الحديث عن الفيسبوك بالذات لا يعدّ ترفا ولا مجازا، لكنها ضرورة تملئها الأرقام المتزايدة لمستخدمي هذه الشبكة دون غيرها من الشبكات، حيث تجاوز عدد مستخدمي هذه الشبكة 2,38 مليار مستخدم نشط في 31 مارس 2019³، وبهذا يتربع الفيسبوك على عرش الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداما لدى الانترنتيين على اختلاف أجناسهم وأعمارهم ومهنتهم، وبخاصة منهم فئة الشباب الذين وجدوا في جدران الفيسبوك مساحات افتراضية للتعبير عن خلجات أنفسهم وتشكيل فضاءات للتعرف والصداقة، من خلال إنشاء صفحات خاصة، أو إنشاء مجموعات لمناقشة مواضيع معينة. فالشباب هو أكثر الفئات المجتمعية تأثرا بالتكنولوجيا والتغيرات التقنية المتسارعة.

ضمن هذا المنظور، حاولنا البحث في السياقات الاجتماعية لاستخدام الفيسبوك لدى الشباب وعلاقتها ببناء وتعزيز الرأسمال الاجتماعي الرمزي لديهم، ولمناقشة حيثيات هذا الموضوع قمنا بطرح التساؤلات الآتية ثم ترجمتها إلى محاور بحثية: ما هو الرأسمال الاجتماعي وما هي أشكاله؟ وكيف تساهم الانترنت والشبكات الاجتماعية بخلق وتعزيز الرأسمال الاجتماعي الافتراضي؟ ما هي العلاقة بين استخدام الفيسبوك وتكوين وتعزيز الرأسمال الاجتماعي الرمزي؟ ما هي بنية شبكة العلاقات الاجتماعية عبر

¹ دارن بارني، المجتمع الشبكي، ترجمة أنور الجمعاوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، الطبعة الأولى، فبراير 2015. ص 173.

² علي محمد رحومة، علم اجتماع الآلي، مقارنة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الحاسوب، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2008، ص 61

إحصاءات استخدام الفيسبوك، متوفرة على الرابط: <https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/> 3

تاريخ الولوج أبريل 2019.

الفيسبوك وخصائصها العامة؟ كيف يساهم استخدام الفيسبوك والرأسمال الاجتماعي الرمزي في خلق الرضى والرفاه الاجتماعي للشباب مستخدمي الفيسبوك؟

1 - الرأسمال الاجتماعي الرمزي، مقارنة مفاهيمية: يشير مفهوم رأس المال الاجتماعي إلى

إجمالي الموارد الفعلية الكامنة في شبكة العلاقات الاجتماعية التي يحوزها الفرد ويمكن أن يصل إليها ويعتمد عليها في إنتاج صور متعددة من الفوائد والمنافع المادية وغير المادية، ويعد أقدم وأشمل تعريف للمفهوم هو تعريف ليدا جودسون هانيفان Lyda Jodson Hanifan حيث جاء في كتابه مركز المجتمع المحلي: إن باستخدامي لعبارة رأس المال الاجتماعي لا أريد الإشارة إلى المفهوم المعتاد "رأس المال"، إلا بمعناه المجازي، فنحن لا نشير إلى العقار أو الممتلكات الشخصية أو النقدية، بل إلى كل ما في الحياة من معان تميل إلى جعل هذه الموارد الملموسة ذات قيمة معتبرة في الحياة اليومية للأفراد، وأقصد تحديدا حسن النية، الزمالة، التعاطف، الاتصال الاجتماعي بين الأفراد والأسر الذين يشكلون وحدة اجتماعية¹ ويرى هانيفان أن كل فرد هو في علاقة مع الآخرين، يتيح هذا بتجميع الرأسمال الاجتماعي، فالرأسمال الاجتماعي هو ظاهرة مدعمة بشبكة من العلاقات بين الأفراد التي لها صفة تراكمية من خلال التفاعل الاجتماعي وتكون الآثار مفيدة على المستوى الفردي والجماعي.

أما بالنسبة لبوردو يعتبر الرأسمال الاجتماعي مجموع الاتصالات والعلاقات والمعارف والصدقات التي تعطي للفاعل -سماكة- اجتماعية كبيرة فقدرة الفعل ورد الفعل مهمة تقريبا وفق نوعية وكمية ارتباطاته وصلاته مع أفراد آخرين من حيث أن المظهر العام للرأسمال تحت مختلف أشكاله يمثل تشابها قويا أو تماثلا مع ذلك الخاص بالفاعل. فالرأسمال الاجتماعي هو مجموع الموارد الحالية أو الكامنة التي تكون مرتبطة بجيازة شبكة دائمة لعلاقات مُؤسسة من معارف متداخلة واعترافات متداخلة أو بعبارة أخرى الانتماء إلى جماعة، كمجموع فاعلين ليسوا فقط مخصصين بملكيات مشتركة (يمكن أن تكون مدركة من طرف الملاحظ ومن طرف الآخرين أو منهم أنفسهم) ولكن أيضا موحدين بروابط دائمة ونافعة.² وقد دأب بيير بوردو في تحليله للرأسمال الاجتماعي والثقافي على ربطه بالتحليل الطبقي، حيث فهم الرأسمال الاجتماعي والثقافي على أنه رصيد اجتماعي من العلاقات والرموز يتقابل ويتفاعل مع الرصيد الذي يملكه الأفراد من رأس المال المادي، فرأس المال الاجتماعي والثقافي هو رصيد قابل للتداول والتراكم والاستخدام مثله مثل رأس المال المادي، فالفرد عندما ينشئ شبكات اجتماعية أو ينضم إلى عضوية أحزاب أو يستخدم ما لديه من رموز المكانة في ممارسات اجتماعية، فإنه إنما يكون لنفسه زادا اجتماعيا ورصيدا ثقافيا يعضد من مصالحه ورصيده من القوة والهيبية³ ووفقا لهذا المنظور يرتبط الرأسمال الاجتماعي ارتباطا وثيقا بشبكة العلاقات المؤسسة على المنظومة الشبكية والتي تتأسس على فكرة الانتماء إلى جماعة بعينها توحدتها روابط وأواصر مشتركة، وتمنح بالأساس للفرد المتفاعل سماكة اجتماعية وفق تعبير بوردو وتؤثت لممارساته عبر الشبكة.

1 Lyda Judson Hanifan, *The community center*, Boston Silver, Buerdett and company 1920, p78.

2 ستفان شوفالبييه، كريستيان شوفيري، معجم بوردو، ترجمة الزهرة إبراهيم، الشركة الجزائرية السورية للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى 2013، ص163

3 أحمد زايد، أمال الطنطاوي، محمد عبد البديع، رأس المال الاجتماعي لدى الشرائح المهنية من الطبقة الوسطى، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، الطبعة الأولى، 2006، ص5.

ويعرّف كولمان Coleman الرأسمال الاجتماعي على أنه نطاق واسع من الموارد المتراكمة من خلال العلاقات بين الناس، ويرى أدلر وكوون Adler & Kwon أن مصطلح الرأسمال الاجتماعي مصطلح مرّن لديه مجموعة متعددة من التعريفات باعتباره يُنظر إليه كسبب وتأثير في الوقت نفسه¹ فقد نظر كولمان إلى رأس المال الاجتماعي بوصفه رصيذا اجتماعيا يقف خلف الفعل الاجتماعي، حيث تبّنى كولمان نظرة عقلانية مثالية للبناء الاجتماعي بوصفه مجموعة من الواجبات والتوقعات وقنوات الاتصال وقيم ومعايير، وهو بذلك بمثابة الرصيد الذي يمتلكه الفرد من علاقات وقيم تمكّنه من أن يؤسّس لعلاقات داخل البناء الاجتماعي، وأن يبيّن توقعاته وأهدافه، وفي المقابل نظر بوتنام إلى رأس المال الاجتماعي من خلال تحديد الخصائص أو السمات التي يكوّن الفرد من خلالها رصيذا داخل التنظيم الاجتماعي، مثل الثقة والمعايير والشبكات الاجتماعية مع التأكيد على الفكرة القائلة بأن امتلاك الجوانب الإيجابية من هذه الخصائص أو المكونات (الثقة البناءة، والمعايير الإيجابية والشبكات الاجتماعية البناءة) يمكن المجتمع من أن يؤدي وظائفه على نحو أكفأ وأفضل كما أنها تسهل التنسيق بين الأفعال الاجتماعية المختلفة.²

أشكال الرأسمال الاجتماعي: ميّز بوتنام Butnam بين شكلين للرأسمال الاجتماعي: الرأسمال الاجتماعي المتمد Bridging social capital، والرأسمال الاجتماعي الترابطي Bonding social capital، هذه الأشكال ترتبط بما يسميه الباحثون في الشبكة ب'العقد الضعيفة أو الروابط الضعيفة weak ties، والتي هي ارتباطات فضفاضة بين الأفراد الذين يمكن أن يمنحوا معلومات مفيدة أو أفاقا جديدة، لكن ليس بشكل عاطفي تفاعلي، وعلى العكس من ذلك يربط الرأسمال الترابطي الأفراد بأحكام عاطفية متماسكة، علاقات وثيقة ومقربة، مثل ارتباطات العائلة والأصدقاء المقربين،³ فالأول نابع من العلاقات الضعيفة، ويسميه الرأسمال الاجتماعي التحسيري، والثاني والذي يتكون من العلاقات الحميمة والعائلية، ويسميه الرأسمال الاجتماعي الترابطي. والرأسمال الاجتماعي التحسيري هو الأكثر ملاءمة لتوزيع المعلومات وهو ينشأ من خلال تجانس شبكات كبيرة من العلاقات الضعيفة، بينما الرأسمال الاجتماعي الترابطي يمثل الفائدة التي تظهر من خلال العلاقات الاجتماعية المتقاربة ضمن مجموعة حصرية من العائلة والأصدقاء المقربين، يكون هذا النوع من الرأسمال الاجتماعي مرتبطا بالمشاعر والدعم الاجتماعي⁴

وترى نويل هام Noelle J. Hum أن الرأسمال الاجتماعي مفهوم يمكن تجزئته إلى ثلاث ميادين:⁵

1 Nicole B. Ellison, Charles Steinfield, Cliff Lamp ; **The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites**, op cit p 1145.

2 أحمد زايد، أمال الطنطاوي، محمد عبد البديع، رأس المال الاجتماعي لدى الشرائح المهنية من الطبقة الوسطى، مرجع سبق ذكره، ص6.

3 Nicole B. Ellison, Charles Steinfield, Cliff Lamp ; **The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites** op cit p 1146.

4 بن عمار سعيدة خيرة، تمثيلات واستخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية، دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، 2015-2016، ص 112.

5 Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin , et al, **A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs**, Computers in Human Behavior, 27 (2011) p 1828-1833 journal homepage:

www.elsevier.com/locate/comphumbeh,

- رأسمال خاص بالعلاقات بين الأشخاص interpersonal domain يشمل تفاعلات الشخص مع الشبكة.
- رأسمال داخلي intrapersonal domain يصف الانفعالات الداخلية ومستويات الرضى الذاتي للشخص.
- رأسمال سلوكي behavioral domain يتضمن مشاركات الفرد في النشاطات المدنية والسياسية.

2 - الإنترنت وتكوين الرأسمال الاجتماعي: إذا كانت الإنترنت والشبكات الاجتماعية قد غيرت من

علاقة الفرد بنفسه وعلاقته بالآخرين، فإنها قد ساهمت بشكل كبير في بلورة مفهوم جديد للرأسمال الاجتماعي في بعده الرمزي الافتراضي، من خلال صياغتها لعلاقات افتراضية متعددة، شكّلت رصيذا رمزيا للفرد. فعلى الرغم من أن بداية ظهور نظرية رأس المال الاجتماعي، ارتبط بالمجتمع الواقعي وبشبكات العلاقات الاجتماعية التي يمتلكها الفرد في الواقع، وعضوية المؤسسات والجمعيات، إلا أن الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي، والاعتماد الكبير للأفراد على هذه المواقع في التواصل والتشبيك مع الآخرين، أنتج خطابا سوسيولوجيا واسعا حول "رأس المال الاجتماعي الافتراضي" Virtual Social Capital "والذي يشير إلى إجمالي الموارد الكامنة في رصيد العلاقات التي يتمتع بها الفرد من خلال قدرته على تكوين شبكات علاقات اجتماعية واقعية وافتراضية تتيح له ومزايا ومعلومات وامتيازات تساعد على تحقيق أهداف ما وتجلب له منافع مادية ورمزية ويتضمن ذلك مستويات معينة من الثقة تمكّن الفرد من الاستثمار في تلك العلاقات لكي يعبئها نحو تحقيق أهدافه ومصالحه.¹

فقد خلصت دراسة مستمدة من معطيات استقصائية شاملة لزوار موقع الويب الخاص بقناة ناشيونال جيوغرافيك في عام 1998 إلى أن الإنترنت تساهم في زيادة الرأسمال الاجتماعي والمشاركة المدنية وتطوير الشعور بالانتماء إلى الجماعة الافتراضية، واعتمادا على معطيات جادت بها استطلاعات رأي واسعة النطاق أجريت في عام 2000 بيّنت دراسة أنجزها "مشروع بيو للإنترنت والحياة الأمريكية" أن استخدام البريد الإلكتروني يؤشر إلى أن التواصل مع الأصدقاء والعائلة يتم على نحو مكثف، وأن التواصل الاجتماعي عموما قائم على نطاق واسع، واستنتج مؤلفو الدراسة أن مختلف التطبيقات التي تتيحها الإنترنت تركز التواصل الاجتماعي وتوسع نطاقه، بدلا من التقليل منه، وتساهم الإنترنت على نحو إيجابي في تعزيز النشاط الاجتماعي²

كما لاحظ بيتنام أيضا أن نمو المجتمعات المحلية الافتراضية بمختلف أحجامها على الإنترنت سيساعد في واقع الأمر في إنتاج الرأسمال الاجتماعي الافتراضي virtual social capital وتجدد الإشارة هنا إلى أن هناك خصائص معينة تؤدي إلى نمو الرأسمال الاجتماعي الافتراضي بين المجتمعات على الخط، من أهمها:³

¹خالد كاظم أبو دوح، دور وسائل التواصل في تكوين الرأسمال الاجتماعي لدى المرأة السعودية دراسة ميدانية على عينة من الطالبات الجامعيات، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الثاني بعنوان: البيئة الجديدة للإعلام التفاعلي في العالم العربي كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود

21 22 فيفري 2017، متوفر على الرابط <https://www.academia.edu>

2 دارن بارني، المجتمع الشبكي، مرجع سبق ذكره، ص 173.

3 رحومة علي محمد، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 66.

- المعلومات المتداولة تحتاج إلى إطار اجتماعي كي تكون ذات معنى، وتحتاج إلى أن تكون هناك عناصر حقيقية للمجتمعات الافتراضية (القيم المشتركة، التفاعل الاجتماعي).
- الاتصال عبر الانترنت يمكن أن يزيد الرأسمال الاجتماعي الفكري حيث أن المعلومات التي يتم تداولها وتوزيعها بين المشتركين مجانا ويمكن أن تمتد وتعبّر الحدود الجغرافية العادية.
- التعاون المعرفي بين الجماعات على الخط هو تعاون بسيط وديمقراطي مباشر، وهذا بطبيعة الحال أكثر فعالية وتأثيرا على هذه المجتمعات، حيث التحرر من القيود الشخصية والجسمانية وغيرها.
- سهولة استخدام التقنيات البرمجية وقوة تأثيرها بما يسمح بتراكم المعرفة، ما يعني أن الذين يستخدمون الشبكات وتكنولوجيا الانترنت هم الأقوى تأثيرا والأكثر استفادة حين يستخدمون الويب لتوسيع الرأسمال الاجتماعي.
- فعلى الصعيد الافتراضي، يتأسس رأس المال الاجتماعي بناء على شبكة من الارتباطات بين أفراد التفاعلات الافتراضية المنتشرة عبر الانترنت، والنقطة الجوهرية الفاصلة بين محددات رأس المال الاجتماعي الافتراضي والواقعي هي مجال التفاعلات، إذ أن المجال الافتراضي يتأسس عبر تفاعلات الانترنت التي تشكل آلية التواصل لتحقيق رأس المال الاجتماعي الافتراضي، أي أن رأس المال الاجتماعي الافتراضي هو الاستثمار في العلاقات والتفاعلات التي تتيحها المجتمعات الافتراضية وبالتحديد مواقع التواصل الاجتماعي.¹

وعلى اعتبار أن الرأسمال الاجتماعي لفاعل ما هو الذي يؤمن الاعتراف به، وينزع إلى أن يصير نوعا من المضاعف لقوته عبر أثر الإدماج الرمزي (كما لو أن الثروات المادية والرمزية للفاعلين تنضاف افتراضيا)، فإن الفيسبوك والعلاقات الافتراضية القائمة عبره تعتبر شكلا من أشكال الرأسمال الاجتماعي على اعتبار أنه لا يوفر للشباب فرص امتلاك الكفاءة التقنية فحسب، بل يساعدهم في تطوير كفاءاتهم الاجتماعية التي تؤهلهم للحياة المستقبلية. فالفيسبوك هو مجال لتراكم الرأسمال الاجتماعي للمستخدم من حيث كونه يعزز ما هو مشترك بين المنخرطين في هذه الشبكة ويسمح لهم بتكوين هويتهم من خلال التفاعل الاجتماعي وتبادل الخدمات والمعارف البسيطة في الحياة التي تتسرب عبر الحديث عن اليومي الذي يشد حلقات هذه الشبكة.²

وقد اعتبر بورديو أن شبكة العلاقات هي نتاج "استراتيجيات استثمار اجتماعي" يظهره الفاعل عن وعي أو دونه، بهدف أن يخلق ويدعم ويصون ويرافق وينشط ثانية الروابط التي يمكنه أن يطمح، في أي لحظة إلى أن يجلب منها منافع مادية أو

¹ غمشي الزهرة، رأس المال الاجتماعي الافتراضي: قراءة في سوسيولوجيا العلاقات الاجتماعية في مواقع الشبكات الاجتماعية - دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك الشباب بالجزائر، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه طور ثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة احمد بن بلة وهران 2، السنة الجامعية 2017-2018، ص38

² نصر الدين العياضي، الشباب في دولة الإمارات والشبكات الاجتماعية الافتراضية: مقارنة للتمثيلات والاستخدامات، دراسة منشورة في مجلة أفكار وآفاق لجامعة الجزائر 2، العدد 2، 2011، ص86

رمزية، إنه مدعوم في هذا بعدد من الإجراءات المؤسسية، يسعى إلى إتاحة التبادلات الشرعية وإلى إقصاء التبادلات غير الشرعية ليربط هكذا بين الفاعلين الذين لهم اهتمام أكثر برأسمالهم وبموقعهم ليكونوا على اتصال¹. والرأسمال الاجتماعي يمكن خفضه أو افتقاده في حالة افتقاد القيم المشتركة بين المشاركين، لذلك فإن الاهتمام باستخدام التكنولوجيا المتطورة واكتساب أعضاء جدد في المجتمعات الافتراضية إضافة إلى الإسهام بالمشاركات الفعالة: اجتماعيا، وثقافيا، ومعرفيا، كل ذلك يزيد من نمو القيم المشتركة ويقويها، الأمر الذي ينعكس إيجابا على الرأسمال الاجتماعي المطلوب.²

كما توصلت دراسات عدة إلى أن استخدام الفيسبوك يرتبط إيجابيا بالمستويات الأعلى للرضى الذاتي، self satisfaction والثقة الاجتماعية social trust، بعبارة أخرى الأفراد الذين يحافظون على شهرة رقمية يحسون أنهم أكثر ارتباطا بأقربائهم، ويملكون مستوى إجمالي أعلى من السعادة والرضى الاجتماعي³ هذا الطرح يؤيده أيضا كل من Ellison، وSteinfeld، وLampe الذين استخلصوا أن إدراك الفرد في تواصله مع الآخرين مرتبط إلى حد ما بمواءمة ومجانية الخدمات التي يوفرها الفيسبوك مثل التذكير بأعياد الميلاد مثلا. بالإضافة إلى ذلك تأسيس روابط اجتماعية يرتبط إيجابيا بتأسيس هوية اجتماعية، ومستخدمو الفيسبوك يفعلون ذلك بنجاح بالإشارة إلى عضويتهم في بعض المجموعات الفرعية (الأصل، النوع)، والثقافات الفرعية موسيقى، أفلام.

وقد أوضحت دراسة⁴ Pempet أن أحد أهم استخدامات الفيسبوك ليس فقط معرفة معلومات عن الآخرين، إنما لإعادة الاتصال والتواصل بالحياة الحقيقية للأصدقاء، فواحدة من أكثر إغراءات الفيسبوك تكمن في قابلية توسيع وتقوية الشبكة الاجتماعية للفرد، لبيان بعد آخر للرأسمال الاجتماعي: مجموعات الفيسبوك - تطبيق يسمح للمستخدم بالانضمام إلى شبكات فرعية ذات اهتمامات مشتركة لديها قوة زيادة المشاركة المدنية والسياسية من خلال علاقات تبادلية، وهذا يظهر فعالية الفيسبوك في ربط وتمكين الجماعات ذات الاهتمامات المشتركة والآراء المشتركة.

من جانب آخر، يرى كل من Gulia وWellman أن هناك ثلاث أنواع من الفرضيات في أدبيات استخدام الانترنت والرأسمال الاجتماعي:⁵

- استخدام الانترنت يعزز تكوين الرأسمال الاجتماعي.
- استخدام الانترنت يمكنه إضعاف الرأسمال الاجتماعي.

1 ستفان شوفالييه، كريستيان شوفيري، معجم بورديو، مرجع سبق ذكره، ص164

2رحومة علي محمد، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص66

³ Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin, et al, **A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs**, op cit p1830 .

⁴ ibid p1831

⁵ بن عمار سعيدة خيرة، مرجع سبق ذكره، ص114.

- استخدام الانترنت يقوي التفاعل غير الالكتروني ويطور الرأسمال الاجتماعي.

المنهج، العينة وأدوات الدراسة: حتى نضفي على الدراسة بعدا عمليا نقرب من خلالها للواقع الاجتماعي للشباب الجزائري، لجأنا إلى تطبيق دراسة استطلاعية سعينا من خلالها مقارنة الموضوع ميدانيا، وعليه طبقنا المنهج الوصفي بهدف جمع المعلومات والحقائق الدقيقة حول الظاهرة قيد الدراسة والتعبير عنها كميًا من خلال بعض المؤشرات، واستخدمنا العينة القصدية حددنا معايير لانتقاء مفرداتها وهي أن يكون المستخدم شابا- اتخذنا معيار السن مرجعا واعتبرنا الشاب بين عمر 18 و35 سنة، وأن يكون لديه حساب في الفيسبوك. وبناء عليه تم بناء استمارة توزعت على أربعة محاور: تناول المحور الأول البيانات الشخصية للمبحوثين، وتناول المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الشباب لموقع الفيسبوك، فيما تناول المحور الثالث: بنية شبكة العلاقات الاجتماعية للشباب عينة الدراسة عبر الفيسبوك وخصائصها العامة، أما المحور الرابع فتناول مساهمة الفيسبوك والرأسمال الاجتماعي الافتراضي في خلق الرضى والرفاه الاجتماعي للشباب مستخدمي الفيسبوك؟ وقد تم توزيع الاستمارة على 100 شاب مستخدم للفيسبوك من ولاية سطيف.

3- الدراسات المشابهة:

أ - دراسة خالد كاظم أبو دوح: دور وسائل التواصل في تكوين الرأسمال الاجتماعي لدى المرأة السعودية¹ ركزت الدراسة على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي لدى الطالبات الجامعيات، نظرا لطبيعة البنية الثقافية والاجتماعية للمجتمع السعودي والتي تفرض عددا من القيود على حركة المرأة وتواصلها مع الآخرين، مما يجعل من مواقع التواصل الاجتماعي إحدى الآليات المهمة التي تمكنها من تجاوز مختلف القيود التي تحد من اتصالها وحراكها داخل المجال العام، وانطلقت الدراسة من التساؤل الرئيس: ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين ودعم رصيد رأسمال الاجتماعي لدى الطالبات الجامعيات؟ ويتفرع عنه التساؤلات التالية:

ب - ما بنية شبكة العلاقات الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصها العامة؟

ت - ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم شبكة العلاقات الاجتماعية الواقعية؟

ث - ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في الوصول إلى شبكة علاقات اجتماعية جديدة؟

ج - ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم التبادل وتحقيق المنافع المادية والرمزية من خلال العلاقات

الاجتماعية الرمزية؟

¹ خالد كاظم أبو دوح، دور وسائل التواصل في تكوين الرأسمال الاجتماعي لدى المرأة السعودية دراسة ميدانية على عينة من الطالبات

الجامعيات، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الثاني بعنوان: البيئة الجديدة للإعلام التفاعلي في العالم العربي كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة الملك

سعود 21 22 فيفري 2017، متوفر على الرابط

اعتمدت الدراسة تقنية المسح الاجتماعي الافتراضي بتوظيف الاستبيان الإلكتروني على عينة افتراضية عمدية عبر مواقع التواصل، بلغ عددها 328 وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لعبت دوراً في تدعيم رأس المال الاجتماعي الواقعي والافتراضي لدى غالبية عينة الدراسة التي أكدت أن هذه العلاقات الافتراضية، هي بالأساس علاقات قوية ومفيدة بالنسبة لهم، وحققن من خلالها عديد من الفوائد والمنافع والأهداف. كما أن عينة الدراسة أكدت على قيامهن بعدد من التبادلات مع أطراف علاقاتهن الافتراضية، ويؤثر ذلك على تحول العلاقات الافتراضية إلى رأس مال اجتماعي. كما أكدت الدراسة أن مواقع التواصل منحت لغالبية عينة الدراسة فضاءً للحرية ورصيذاً من القوة، تمثل في دعم رأس المال الاجتماعي لديهن، وتوسيع شبكة علاقاتهن الاجتماعية، مما عمل على زيادة قدرتهن على الاستثمار في موارد هذه العلاقات، بما ضاعف المنافع والمردودات الإيجابية التي تحققت لهن، كما أن الإنترنت منح عينة الدراسة القدرة على تجاوز عديد من القيود الاجتماعية والثقافية التي تحد من حركتهن في المجتمع ولا شك أن ذلك قد يعزز من وضعيتهن الاجتماعية ويؤسس لتغييرات إيجابية في صالح المرأة خلال السنوات القليلة القادمة.

ب - دراسة نيكول إليزون Nicole B. Ellison، شارل ستانفيلد Charles Steinfield، كليف لامب Cliff Lampe: مزايا الأصدقاء عبر الفيسبوك: الرأسمال الاجتماعي واستخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي¹ هدفت الدراسة إلى فحص العلاقة بين استخدام الفيسبوك - بصفته الشبكة الاجتماعية الأكثر شعبية - وتكوين وتعزيز الرأسمال الاجتماعي، فبالإضافة إلى تحديد نوعي الرأسمال الاجتماعي التجسيري والترابطي bonding and bridging social capital، وظفت الدراسة بعداً آخر للرأسمال الاجتماعي يحدد قابلية الفرد في أن يبقى متصلًا بأعضاء جماعة افتراضية محددة مسبقاً وهذا ما سمته الرأسمال الاجتماعي المعزز أو المحافظ عليه maintained social capital. شملت الدراسة 286 طالبا جامعيًا وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط وثيقة بين استخدام الفيسبوك والأنواع الثلاثة للرأسمال الاجتماعي، كما توصلت الدراسة إلى أن استخدام الفيسبوك يتفاعل مع معايير الرفاه النفسي psychological well-being واقتربت الدراسة أنه يمكن للفيسبوك أن يكون ذا فائدة عظيمة للمستخدمين الذي يعانون من نقص في تقدير الذات أو ضعف في معدلات الرضى عن الحياة.

4 - عرض ووصف نتائج الدراسة:

أولا محور البيانات الشخصية:

توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

الجنس	العدد	%
الذكور	71	71

¹ Nicole B. Ellison, Charles Steinfield, Cliff Lampe ; **The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites.**

29	29	الإناث
100	100	المجموع

جدول رقم 01 يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس.

يعتبر متغير الجنس متغيراً حاسماً في الدراسات السوسولوجية لما يخلقه من فروقات في تمثيلات الظواهر والمسائل، إذ تشير الكثير من الدراسات إلى اختلاف استخدام وتمثل تكنولوجيا الاتصال والشبكات الاجتماعية بين الجنسين. فحسب دراسة نويل هام وآخرين¹ فإن القواعد التي تحكم الانكشاف على الخط مبنية ثقافياً واجتماعياً ولا تستجيب لها كل المجموعات ذكورا وإناثا بنفس الطريقة، فبناء على نظرية الدور الاجتماعي أدوار الجندر يعتد بها عند الحديث عن خلق الانطباعات وبناء العلاقات، وسلوكيات الحياة الثانية في البيئة الرقمية تختلف حسب الجندر، ففي الحياة الثانية والتي هي بيئة افتراضية تفاعلية، أين يخلق المستخدمون virtual avatars، وُجد أن الإناث أكثر اهتماماً بلقاء أشخاص جدد، بالتسوق، بتغيير مظهر avatar أكثر من الذكور. وما لاحظناه في دراستنا من خلال مقارنة إجابات الذكور والإناث حول بعض المسائل المرتبطة بتمثل التكنولوجيا وتكوين الرأسمال الرمزي عبر الفيسبوك يؤكد ذلك، إذ تختلف الإجابات وبالتالي تمثيلات وتصورات الشبكة الاجتماعية بين الذكور والإناث تبعاً لاعتبارات جنسية واجتماعية وغيرها. ورغم أن الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي أضحت في متناول الجميع لتنوع وتعدد الحوامل من حاسوب محمول وهواتف نقالة إلا أن نسب استخدام الشبكات الاجتماعية تظل متميزة بين الذكور والإناث لصالح الذكور الذين يمثلون الحضور الأكثر بروزاً في استخدام الانترنت وتطبيقاتها وهذا قد يرجع لطبيعة الانشغالات والاهتمامات المختلفة بين الجنسين بالدرجة الأولى.

توزيع عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية.

الفئة العمرية	التكرار	%
20-15	11	11
25-21	55	55
30-26	21	21
35-31	13	13
المجموع	100	100

جدول رقم 02 يبين توزيع

يشكل السن السوسولوجية على اعتباره التكنولوجيا فيما يتعلق انطواء وانكفاء ذاتي فيما

العينة حسب الفئة العمرية. متغيراً حاسماً في الدراسات يشكل فترة انفتاح على مرحلة الشباب أو مرحلة يتعلق بمرحلي الكهولة

والشيخوخة، فالشباب أكثر ارتباطاً من غيرهم بأية تكنولوجيا جديدة بحثاً عن الإثارة والمغامرة، ومن ثم فإنهم أولى العناصر

¹ Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin , et al, **A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs**, op cit, p 1830

الاجتماعية في تبني هذه التكنولوجيا والتأثر بها، فالشباب يميل إلى التقبل التلقائي للجديد بحكم أنه ليس مثل كبير السن المرتبط بتجربة لا يود المساس بها، أو تعديلها ناهيك عن تغييرها، لما لذلك من كلفة وألم يستتبع أي تخل عن العادات والممارسات المألوفة، فالشباب بطبعه عنصر تجديد وتغيير، وقد اعتبرت العديد من دراسات تأثير وسائل الاتصال أن فئة الشباب شأنها شأن قادة الرأي والعناصر النشطة في المجتمع أسرع الفئات تقبلا للجديد وأكثرها تأثيرا على الآخرين.¹ وقد توزعت عينتنا على أربع فئات عمرية، مثلت الفئة العمرية الأولى 15-20 سنة 11 مفردة بما يمثل نسبة 11 %، ومثلت الفئة الثانية 21-25 سنة 55 مفردة بما يمثل نسبة 55 %، ومثلت الفئة الثالثة 26-30 21 مفردة بنسبة 21 % ومثلت الفئة الأخيرة 31-35 13 مفردة ما يعادل نسبة 13 % . ومن خلال أرقام الجدول يتبين لنا أن أغلب المبحوثين يقعون ضمن الفئة العمرية من 21 إلى 30 سنة.

توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	ك	%
ابتدائي	3	03
متوسط	13	13
ثانوي	14	14
جامعي	70	70
المجموع	100	100

جدول رقم 03 يبين توزيع العينة حسب المستوى التعليمي.

ارتفعت أهمية المستوى التعليمي بعد تعقد المجتمع ونتيجة التحضر والتطور التكنولوجي المتسارع والاعتماد على الأسس التكنولوجية والعلمية، فأصبح له أثر كبير في تحديد أنماط السلوك التي تتبعها فئة اجتماعية ما، وهي التي تحدد مستوى وعي الفرد وتفكيره، وبالتالي المنحى الذي يتبعه في بناء وتدعيم علاقاته الاجتماعية.² وبالتالي فإن هناك علاقة واضحة بين المستوى التعليمي للفرد وبين شخصيته وطرائق تعبيره عن ذاته وبنائه لعلاقاته الافتراضية، حيث يفترض أنه كلما زاد المستوى التعليمي للفرد كانت أساليبه التعبيرية أكثر نضجا وكان أكثر انتظاما ودقة في تواصله الافتراضي. ويتضح من بيانات الجدول

¹ عبد الرحمان عزي السعيد بومعيزة، الإعلام والمجتمع: رؤية سوسولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص 268.

² نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، أطروحة دكتوراه علوم في علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015-2016، ص 314.

أن النسبة الغالبة في عينة الدراسة كانت لذوي المستوى الجامعي الذين بلغت نسبتهم 70 % وهي نسبة طبيعية ومنطقية جدا على اعتبار أن شبكة الفيسبوك هي شبكة للطلبة الجامعيين بالأساس، لأنها أنشئت في بادئ الأمر كأداة تواصل بين طلبة الجامعة ومع الوقت توسع استخدامها لباقي الفئات الاجتماعية، هذا من جهة ومن جهة أخرى يمكن تبرير هذه النسبة على اعتبار أن استخدام الشبكات الاجتماعية والفيسبوك يتطلب بعض المهارات التواصلية وبعض المهارات الفنية واللغوية والتقنية التي تجعل استخدامه لدى الفئات ذات المستوى الجامعي أكثر من باقي الفئات الأخرى. إضافة إلى كون الطلبة الجامعيين أكثر الفئات الاجتماعية إقبالا على التكنولوجيا وتطبيقاتها.

توزيع عينة الدراسة حسب متغير المهنة.

المهنة	ك	%
طالب	53	53
موظف	41	41
دون عمل	6	6
المجموع	100	100

جدول رقم 04 يبين توزيع العينة حسب المهنة.

يتضح من خلال الجدول أعلاه والذي يتناول متغير المهنة أن النسبة الغالبة من المبحوثين هم طلبة يزاولون دراستهم الجامعية، حيث مثلت نسبتهم 53 %، يليهم الموظفون بنسبة 41 %، وأخيرا فئة الذين لا يملكون عملا أو هم دون عمل مثلوا نسبة 6 % . ومن المعروف أن طبيعة المهنة هي التي غالبا ما تقرر درجات التقدير والاحترام والنفوذ الاجتماعي التي يحصل عليه أصحابها أو ما يسمى في عرف علم الاجتماع بالرأسمال الثقافي للشخص، وتساهم بذلك في تقدير الفرد لذاته وتفاعلاته مع الآخرين بناء على مكانته في الشبكة الاجتماعية التي ينتمي إليها. فالرأسمال الثقافي، كما اعتبره بورديو، يتكون من مجموعة من الثروات الرمزية التي تحيل من جهة على المعارف المكتسبة: أن يكون المرء كفؤا في هذا المجال أو ذاك، أو يكون مثقفا أو يكون لديه إتقان جيد للغة ما، ومن جهة أخرى على الإنجازات المادية والثروات الثقافية التي يجوزها الفرد، حيث يستطيع الرأسمال الثقافي أن يختفي اجتماعيا في الحالة الممأسسة عبر ألقاب ودبلومات تجعل الاعتراف من لدن المجتمع أمرا موضوعيا.¹

1 ستيفان شوفالييه كريستيان شوفيري، معجم بيار بورديو ، مرجع سبق ذكره، ص163.

ثانيا: عادات وأنماط استخدام الشباب لموقع الفيسبوك
سنوات استخدام موقع الفيسبوك لدى أفراد العينة.

سنوات الاستخدام	ك	%
أقل من 1	11	11
من 1 إلى 3	36	36
من 3 إلى 6	31	31
من 6 إلى 9	14	14
أكثر من 9	8	8
المجموع	100	100

جدول رقم 04 يبين سنوات استخدام المبحوثين لموقع الفيسبوك.

يتناول الجدول أعلاه سنوات استخدام موقع الفيسبوك، إذ تلعب خبرة الاستخدام دورا مهما في تشكيل مهارات الاستخدام والخبرات الاتصالية للمستخدم، ويمثل المدى الزمني لاستخدام تقنية ما مؤشرا حاسما في تمثل هذه التقنية واستعمالها ومن ثم تملكها وإدماجها نسيج الأنشطة الاجتماعية. ويتبين من خلال بيانات الجدول أعلاه أن نسبة 36% يستخدمون الفيسبوك من سنة إلى ثلاث سنوات، ونسبة 31% يستخدمونه من ثلاث إلى ست سنوات، تليها فئة من ستة إلى تسع سنوات بنسبة 14%، وأقل من سنة بنسبة 11%. ومن خلال هذه المؤشرات يتبين أن متوسط عدد سنوات استخدام الفيسبوك هو من سنة إلى ستة سنوات، ويعد هذا المتوسط طبيعيا بالنظر إلى طبيعة وسن العينة، كما يمكن تفسيره بربطه بالرواج الكبير الذي عرفته مواقع التواصل الاجتماعي والفيسبوك بالأخص. كما تعطي هذه النسبة دلائل على أن أفراد العينة قد تعدوا مرحلة الانبهار بتقنية الفيسبوك أو الاستعمال السطحي لها، وأضحت، ممارسة يومية اعتيادية دخلت وأدمجت في النشاطات اليومية للمبحوثين.

دورية تصفح موقع الفيسبوك لدى أفراد العينة.

المجموع		نمط التصفح
%	التكرار	
44	44	دائما
56	56	أحيانا
00	00	أبدا
100	100	المجموع

جدول رقم 06 يبين نمط تصفح الباحثين للموقع

يتبين من خلال الجدول والذي يتناول دورية تصفح موقع الفيسبوك لدى عينة الدراسة أن نسبة 56% تتصفح بشكل يومي، فيما يتصفح دائما نسبة 44%. ويلاحظ أن النسب متقاربة، وقد يرجع ذلك إلى سهولة الولوج إلى الموقع، إذ أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الهاتف المحمول لتصفح الموقع، وبالتالي تعتبر عملية سهلة وميسورة متى أراد المستخدم ذلك. كما تشير إحصائيات موقع socialbakers.com المتخصص في إحصائيات استخدام الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك وتويتر ولينكدان وغيرها أن مستخدمي موقع الفيسبوك بلغ 1180 مليار مستخدم نشط، يدخل 50% منهم إلى الموقع بشكل يومي¹

متوسط استخدام الفيسبوك لدى أفراد العينة.

عدد الساعات	ك	%
أقل من ساعة	28	28
من 1 إلى 3	50	50
أكثر من 3	22	22
المجموع	100	100

جدول رقم 07 يبين متوسط استخدام الموقع.

يعتبر الزمن الذي يقضيه المستخدم في تصفحه لموقع الفيسبوك مؤشرا هاما على علاقته بالموقع وتمثله له، ويطلق على هذا الزمن بالزمن الإعلامي، وهو الزمن الذي يستغرقه الفرد في تعاطيه للمواد الإعلامية على اختلاف محاملها أو هو الزمن المرتبط بوتيرة ومضمون محتويات وسائل الاتصال. ويعتبر عزي عبد الرحمان أن الزمن الإعلامي طرف أساسي في تطور أو تشكل الزمن الاجتماعي،

¹ <https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/> تاريخ الولوج 25 مارس 2017

فالزمن الإعلامي زمن رمزي وليس حقيقيا أي يعيشه الإنسان بصفة رمزية كمشاهدة التلفزيون مثلا، ويبدو للوهلة الأولى أن تكون العلاقة بين الزمنين الاجتماعي والإعلامي جدلية، أي أن الاجتماعي ينعكس جزئيا في الإعلامي وهذا الأخير يؤثر بدوره في الاجتماعي، أما الحاصل فإن الزمن الإعلامي بحكم نفوذه وامتداده إلى جل شرائح المجتمع كالإذاعة والتلفزيون والانترنت واستغراق الفرد المعاصر وانهماكه مدة طويلة نسبيا في التعامل مع هذه الوسائل فإنه أصبح موجها للزمن الاجتماعي. فغلبة الزمن الإعلامي وسيادته يعود إلى السيطرة البنوية على الأفراد والجماعات وذلك ما يظهر في حجم الساعات التي يقضيها الفرد مع الشاشة والحاسب، وبمعنى آخر فقد تقلص زمن العلاقات الاجتماعية تقنيا وعمليا مع ظهور أي وسيلة إعلامية جديدة، حيث ساهمت الانترنت في استهلاك ما تبقى من الزمن الاجتماعي المعاش بحجة أن هذا الاتصال تفاعلي يعوض جزءا من الزمن الاجتماعي المفقود في الوسائل الإعلامية الأخرى¹ ويظهر من خلال بيانات الجدول أن الفيسبوك احتل مكانة مهمة في الزمن الاجتماعي للأفراد، حيث أجاب 50% من المبحوثين أنهم يقضون من ساعة إلى ثلاث ساعات في تصفح الموقع وأجاب 22% من المبحوثين أنهم يقضون أكثر من ثلاث ساعات في تصفح الموقع، ويتضح أن المستخدم يستغرق وقتا معتبرا لتصفح موقع الفيسبوك كما أشار الدكتور عزري عبد الرحمان في كون الانترنت ساهمت في استهلاك ما تبقى من الزمن الاجتماعي المعاش بحجة أن هذا الاتصال تفاعلي يعوض جزءا من الزمن الاجتماعي المفقود في الوسائل الإعلامية الأخرى.

دوافع استخدام الفيسبوك لدى أفراد العينة.

دوافع الاستخدام	ك	%
كسب المعلومات	21	11,66
معرفة جديد الأصدقاء	18	10
التواصل	30	16,66
كسب صداقات جديدة	80	44,44
أسباب أخرى	31	17,22
المجموع	180	100

جدول رقم 08 يبين دوافع الاستخدام.

من المفاهيم المفصلية في مقترب الاستخدامات والإشباع مفهوم الدافع، أو دوافع التعرض، والذي، انطلاقا من اعتبار جمهور وسائل الإعلام جمهورا نشطا حول دراسة علاقة الجمهور بوسيلة الإعلام من الإجابة على سؤال (ماذا؟) إلى

¹ عبد الرحمان عزري، الإعلام وتفكك البنيات القيمة في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، الدار المتوسطة للنشر، تونس، الطبعة الأولى، 2009، ص28.

الإجابة على سؤال (لماذا؟) للتعرف على أسباب تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، في محاولة للتعرف على الاشباع التي يحققها هذا التعرض بالنسبة له، وبذلك تم تحويل اهتمام الباحثين من الاهتمام بما تفعله الرسالة بالجمهور إلى ما يفعله الجمهور بالرسالة وركز على الجمهور: خصائصه، ودوافعه، انطلاقا من مفهوم الجمهور الإيجابي الذي يختار رسالة إعلامية معينة لتحقيق منفعة ما. ومن خلال بيانات الجدول التي تجيب على سؤال مفتوح صيغته: ما الذي يدفعك لاستخدام الفيسبوك؟ اتضح أن دوافع استخدام الفيسبوك متعددة ومتباينة، حيث احتل دافع كسب صداقات جديدة أو التواصل مع الصداقات القديمة المرتبة الأولى بنسبة 80%، يليه دافع التواصل بنسبة 30%.

ثالثا: بناء الرأس المال الافتراضي للشباب عبر الفيسبوك.

عدد أصدقاء المبحوثين.

عدد أصدقاء المبحوثين	ك	%
أقل من 100 صديق	47	47
من 100 إلى 200 صديق	25	25
أكثر من 200 صديق	28	28
المجموع	100	100

جدول رقم 09 يبين عدد أصدقاء المبحوثين وفق متغير الجنس.

تتأسس الشبكات الاجتماعية على مبدئين هما: أصدقاء أصدقائي هم أصدقائي أيضا والأشخاص الذين يتبادلون ويشتركون الاهتمامات نفسها التي أهتم بها هم أيضا أصدقائي.¹ فتكوين الصداقات من أهم الممارسات التي يقوم بها مستخدمو الشبكات الاجتماعية، خاصة منها شبكة الفيسبوك، كما يعتبر تكوين الانطباعات على الخط online impression formation من خلال استنتاجات وملاحظات عن أصدقاء الفرد الفيسبوكيين، من المجالات البحثية الهامة التي تعطي معايير ومؤشرات هامة على الرأس مال الاجتماعي للفرد وعلاقاته الافتراضية، فبالنظر إلى السمات العامة التي تعزز

¹ Laurent collée, *sécurité et vie privée sur les réseaux sociaux*, , mémoire pour l'obtention du diplôme de master en gestion de la sécurité des systèmes d'information, université de Luxembourg 2009, p12 .

المرغوبة الاجتماعية Social Desirability يقيّم ويقدر المستخدمون مستوى هذه السمات من خلال الانطباعات التي يتلقاها الفرد من أصدقائه ومن خلال بروفائلات المتتبعين. هذا النوع من السلوك الانترنيتي يقابل سلوك الاتصال غير اللفظي في الاتصال التقليدي وجها لوجه. إدراك المرغوبة الاجتماعية ليس الاستدلال الوحيد الذي يرغب مستخدمو الفيسبوك في تحديده من خلال بروفائلات الأصدقاء، فقد أثبتت دراسات عدة أن عدد أصدقاء الشخص ومستوى جاذبيتهم لديه تأثير معتبر على إدراك جاذبية المستخدم¹ وبناء على ذلك تم سؤال الباحثين عينة الدراسة عن عدد أصدقائهم في الفيسبوك وتم تقسيم الفئات إلى ثلاث فئات فئة أقل من 100 صديق، فئة من 100 إلى 200 صديق، وفئة أكثر من 200 صديق، ومن خلال بيانات الجدول أعلاه تبين أن فئة أقل من مئة صديق هي الفئة الغالبة بنسبة 47%، تلتها فئة أكثر من مئتي صديق بنسبة 28% ونسبة مقارنة فئة من 100 إلى مئتي صديق بنسبة 25%.

ماذا يعني لك عدد أصدقائك في الفيسبوك.

العبارة	ك	%
كثرة عدد الأصدقاء يشعرني بالسعادة	70	38,88
لا أراقب عدد الأصدقاء	30	16,66
أحس بالشهرة الافتراضية من خلال عدد الأصدقاء	20	11,11
قلة عدد الأصدقاء يشعرني بالعزلة	60	33,33
المجموع	180	100

جدول رقم 10 يبين معنى عدد الأصدقاء في شبكة الفيسبوك.

تشكّل قائمة الأصدقاء والمعارف وأصدقاء الأصدقاء مرفولوجيا شبكة الفيسبوك التي تراكم الرأسمال الاجتماعي الذي يعزز ما هو مشترك بين المنخرطين في هذه الشبكة ويسمح لهم بتكوين هويتهم من خلال التفاعل الاجتماعي وتبادل

¹ Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin , et al, **A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs**, Computers in Human Behavior, op cit, p 1829

الخدمات والمعارف البسيطة في الحياة التي تتسرب عبر الحديث عن اليومي الذي يشد حلقات هذه الشبكة.¹ وقد وُجد أن استخدام الفيسبوك يرتبط إيجابيا بالمستويات الأعلى للرضى الذاتي، self satisfaction والثقة الاجتماعية social trust، عبارة أخرى الأفراد الذين يحافظون على شهرة رقمية يحسون أنهم أكثر ارتباطا بأقرانهم، ويملكون مستوى إجمالي أعلى من السعادة والرضى الاجتماعي² هذا الطرح يؤيده أيضا كل من Ellison، Steinfield، وLampe، الذين استخلصوا أن إدراك الفرد في تواصله مع الآخرين مرتبط إلى حد ما بمواءمة ومجانبة الخدمات التي يوفرها الفيسبوك مثل التذكير بأعياد الميلاد مثلا. بالإضافة إلى ذلك تأسيس روابط اجتماعية ترتبط إيجابيا بتأسيس هوية اجتماعية، ومستخدمو الفيسبوك يفعلون ذلك بنجاح بالإشارة إلى عضويتهم في بعض المجموعات الفرعية (الأصل، النوع)، والثقافات الفرعية موسيقى، أفلام. وفي سبيل فهم أعمق لعلاقات الصداقة التي يربطها المستخدمون عينة الدراسة وعدد أصدقائهم تم سؤالهم ماذا يعني لك عدد أصدقائك في الفيسبوك، بمعنى هل يهتم المستخدمون عينة الدراسة بشدة لعدد الأصدقاء، وللشهرة الافتراضية وهل يشعرون العدد الكبير بالسعادة، أم أن عدد الأصدقاء مجرد رقم لا يهتم به المستخدم بقدر ما يهتم بالتواصل. فيما يخص العبارة الأولى والتي تتضمن أن عدد الأصدقاء في الفيسبوك يشعر المستخدم بالسعادة، هي عبارة مستوحاة من دراسة جان غين كيم Junghyun Kim، وجون اين روزلين لي Jong-Eun Roselyn Lee في دراستهما المعنونة بـ الفيسبوك طريق السعادة:³ والتي توصلت إلى أن عدد أصدقاء المستخدم في الفيسبوك وأسلوب تعبيره عن ذاته لديه علاقة ارتباطية بمعدلات السعادة والرضى الذاتي. وهذا ما تؤكدته نسبة 38,88% التي أجابت أن كثرة عدد الأصدقاء يشعري بالسعادة. وفيما يخص عبارة قلة عدد أصدقائي يشعري بالعزلة النفسية فقد أجاب 33,33% أنهم يؤكدون هذه العبارة، ويمكن تفسير هذه النسب باعتبار أن أهم استخدامات الفيسبوك هي خدمة التواصل لتوسيع الشبكة الاجتماعية للفرد، حيث وبناء على دراسة Pempet⁴، فإن أحد أهم استخدامات الفيسبوك ليس فقط معرفة معلومات عن الآخرين، إنما لإعادة الاتصال والتواصل بالحياة الحقيقية للأصدقاء، حيث أن واحدة من أكثر إغراءات الفيسبوك تكمن في قابلية توسيع وتقوية الشبكة الاجتماعية للفرد، مما يعطي إحساسا أن الفيسبوك يوفر أداة للتعبير عن الذات لتشكيل روابط اجتماعية تخرج المستخدم من العزلة وتعطيه آفاقا أوسع للتواصل الاجتماعي.

- رابعا: انعكاسات الرأسمال الافتراضي على الرضى النفسي للشباب.

اهتمام الشخص بما يقوله عنه أصدقاؤه في الفيسبوك.

العبارة	ك	%
---------	---	---

¹ نصر الدين العياضي، الشباب في دولة الإمارات والشبكات الاجتماعية الافتراضية مقارنة للتمثيلات والاستخدامات، مرجع سبق ذكره، ص 86

² Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin , et al, **A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs**, op cit, p 18 28

³ Junghyun Kim, and Jong-Eun Roselyn Lee, **The Facebook Paths to Happiness**: op cit, p 361

⁴ Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin , et al, **A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs**, op cit, p 1830.

32,42	83	أهتم بشدة لأرائهم
37,5	96	أحاول نشر ما هو إيجابي دائما
17,57	45	لا أهتم وانشر ما أريد فقط
12,5	32	أبحث عن انطباعات الآخرين في تعليقاتهم
100	256	المجموع

جدول رقم 11 يتناول اهتمام الشخص بما يقوله عنه أصدقاؤه في الفيسبوك

يتناول الجدول أعلاه مدى اهتمام الباحثين عينة الدراسة بما يقوله عنهم أصدقاؤهم في شبكة الفيسبوك، وجاء هذا السؤال لبحث وفهم تصور المستخدمين عينة الدراسة لسمعتهم الالكترونية، حيث تعتبر منشورات الشخص من مرتكزات الهوية النشطة التي ترتبط بالآثار التي يخلفها المستخدم على الموقع، وفي هذا السياق تم سؤال الباحثين عن اهتمامهم بما يقوله عنهم أصدقاؤهم، وقد اتضح أن الشباب يحاولون نشر ما هو إيجابي دائما بنسبة 37,5 %، ويهتمون بما يقوله عنهم أصدقاؤهم في الشبكة بنسبة 32,42 %، ويمكن قراءة هذه النسب من وجهة نظر التفاعلية الرمزية في سياق ما أسماه أريك غوفمان في تمسرح الذات في الواقع الاجتماعي، أين يبنى المستخدم هويته الالكترونية فيهتم بانطباعات المستخدمين ويتصرف في الفضاء الافتراضي بمقتضاها في سياق البحث عن ثقة أصدقاؤه واحترامهم، ملتزما بالنموذج الهوياتي الذي تدافع عنه المجموعة، والذي تنسجه من خلال ردود الأفعال والتعليقات مما يحدث الرضى والتناسق الاجتماعي. ولأن شبكة الفيسبوك تنمي سلطة الأنا لأنها تتمحور حول التعبير عن الذات، والمستخدم يرى صورته في هذه الشبكة ويتلقى انعكاساتها في أصداء قائمة أصدقاؤه، فالفيسبوك هو مساحة لتجريب الأنا وهذا لا يعني أن الشخص لا يكتشف ذاته إلا عبر الآخر، بل يدل على أن الشخص المشترك في الشبكة يبنى هويته انطلاقا من الصورة التي يريد أن يُعرف بها، وهي عادة صورة مدهنة للذات تعززها الشعبية التي تتمتع بها ويشتهها سجل الأصدقاء، ويحدد على أساسها مكانته.¹

انطباع الباحثين حينما يعلق شخص ما إيجابيا على صفحاتهم على الفيسبوك

العبارة	ك	%
أشعر بالرضى والسعادة	78	45,88
أحس بفائدة ما نشرت	37	21,76

¹ نصر الدين العياضي، الشباب والانترنت، مرجع سابق، ص 87.

11,76	20	دون أي انطباع
20,58	35	أحس بالفخر والثقة
100	170	المجموع

جدول رقم 12 يبين انطباعات المبحوثين حينما يعلق شخص ما إيجابيا على منشوراتهم.

يتناول الجدول انطباعات المبحوثين عينة الدراسة حول التعليقات الإيجابية التي تتركها منشوراتهم لدى الأصدقاء، وقد تبين من خلاله تعدد وتنوع الانطباعات لدى المبحوثين، جاء الإحساس بالرضى والسعادة في المرتبة الأولى بنسبة 45,88%، تلاه الإحساس بفائدة ما نشرت، ثم الفخر والثقة بنسبتين متقاربتين 21 و20 بالمائة على التوالي. وتؤكد بيانات هذه الجدول ما توصلت إليه الكثير من الدراسات التي ربطت منشورات الفيسبوك والتفاعلات معها بالرضى والسعادة لدى المستخدمين، حيث توصلت دراسة جان غين كيم Junghyun Kim، وجون اين روزلين لي Jong-Eun Roselyn Lee عن الفيسبوك طريق السعادة¹ أن التعبير الإيجابي عن الذات والتفاعل مع المنشورات بإيجابية لديه تأثير إيجابي على معدلات الرفاه والرضى الذاتي للمستخدم. كما تشكل نسبة الإحساس بالفخر والثقة والمكانة لدى الأصدقاء نسبة معتبرة يمكن قراءتها في سياق بيانات الجداول السابقة والتي أكدت أن المبحوثين يحاولون دائما نشر ما هو إيجابي عن أنفسهم في سبيل رسم صورة حسنة يحدد على أساسها المستخدم مكانته وموقعه بين أصدقائه على الشبكة. وفي معرض تبريره لمفهوم الرأسمال الافتراضي الممثل في الصداقات التي يكتسبها الفرد ومكانته من حقل الصداقات هذا يطرح بيير بورديو مقارنة إثبات الشرعية للوجود الفردي للشخص، ويرى أنه في علاقتنا العادية بالعالم ليس الوعي هو من يمنحنا علل الوجود، ولكنه الرأسمال الرمزي حيث نجد تبريرنا في ذلك الرضى عن وجودنا والذي يجلبه إلينا امتلاكنا لهذا الرأسمال من الاعتراف الذي ينجم من انتمائنا إلى حقل أو إلى مجموع حقول معطاة، بالفعل، يمنح الرأسمال الرمزي أكثر قليلا من المكافآت وعلامات العرفان، إنه يغذي الوهم الحيوي، الوهم بصفته التزاما في لعبة الحياة.²

خاتمة: تمثل الانترنت فضاء تتجلى فيه طبيعة العلاقات التي تحكم الأفراد والمجتمعات، إنها مرآة تحيلنا على واقع الممارسة البشرية بكل أبعاده، فبانفتاحها وتعدد تطبيقاتها ومحركاتها للزمن الاجتماعي الذي يعيشه الفرد، خلقت الانترنت ممارسات اجتماعية افتراضية تحكمها المعايير نفسها التي تحكم الممارسات الاجتماعية الواقعية، بفروقات رمزية تجعل من الصعب حتى التفريق بين ما هو واقعي وما هو افتراضي، فالافتراضي هو امتداد للواقعي، شبيه به ومتشابك معه، فإن كان الرأسمال الاجتماعي للفرد يقاس بمدى حضوره الاجتماعي ومكانته في شبكته الاجتماعية الواقعية، فقد أظهرت نتائج الدراسة

¹ Junghyun Kim, and Jong-Eun Roselyn Lee, **The Face book Paths to Happiness: Effects of the Number of Facebook Friends and Self-Presentation on Subjective Well-Being**, op cit p1132.

² معجم بيير بورديو، مرجع سابق، ص73.

التي قمنا بها أن الشبكات الاجتماعية والفيديو منها على الخصوص يساهم في خلق وتعزيز الرأسمال الاجتماعي الافتراضي للشخص من خلال عدد الصداقات التي يبنها المستخدم، وكيف أن عدد الأصدقاء لديه دلالاته لدى المستخدم، ويجعله يحس أنه في تواصل مع العالم، على اعتبار أن الهدف الأساس لبناء الصداقات عبر هذا العالم الافتراضي هو التواصل وخلق علاقات اجتماعية، كما توصلت الدراسة إلى أن المستخدمين يحاولون دائما نشر ما هو إيجابي في سبيل خلق صورة حسنة لدى أفراد الشبكة التي ينتمون إليها وهذا ما يعزز الفرضية القائلة بأن استخدام الشبكات الاجتماعية يهدف بالأساس إلى تأكيد المرغوبة الاجتماعية أو ما يمكن أن نطلق عليه الجاذبية الافتراضية. كما أكدت الدراسة الفرضية التي ربطت منشورات الفيديو والتفاعلات معها بالرضى والسعادة لدى المستخدمين، والتي اعتبرت أن التعبير الإيجابي عن الذات والتفاعل مع المنشورات بإيجابية لديه تأثير إيجابي على معدلات الرفاه والرضى الذاتي للمستخدم، حيث توصلت الدراسة إلى أن الإحساس بالفخر والثقة والمكانة لدى الأصدقاء هي من أهم الانطباعات التي يرومها ويسعى إليها المستخدم من خلال تفاعلاته وحضوره على الشبكة الافتراضية.

5- قائمة المراجع:

- 1 - أحمد زايد، أمال الطنطاوي، محمد عبد البديع، رأس المال الاجتماعي لدى الشرائح المهنية من الطبقة الوسطى، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، الطبعة الأولى، 2006.
- 2 - بن عمار سعيدة خيرة، تمثيلات واستخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية، دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، 2015-2016.
- 3 - خالد كاظم أبو دوح، دور وسائل التواصل في تكوين الرأسمال الاجتماعي لدى المرأة السعودية دراسة ميدانية على عينة من الطالبات الجامعيات، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الثاني بعنوان: البيئة الجديدة للإعلام التفاعلي في العالم العربي كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود 21 22 فيفري 2017، متوفر على الرابط <https://www.academia.edu>
- 4 - دارن بارني، المجتمع الشبكي، ترجمة أنور الجمعاوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، الطبعة 1، فبراير 2015.
- 5 - عبد الرحمان عزي، الإعلام وتفكك البنيات القيمة في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، الدار المتوسطة للنشر، تونس، الطبعة الأولى، 2009.
- 6 - عبد الرحمان عزي السعيد بومعيزة، الإعلام والمجتمع: رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، الرسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
- 7 - غمشي الزهرة، رأس المال الاجتماعي الافتراضي: قراءة في سوسيولوجيا العلاقات الاجتماعية في مواقع الشبكات الاجتماعية - دراسة على عينة من مستخدمي الفيديو الشباب بالجزائر، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه طور ثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة احمد بن بلة وهران 2، السنة الجامعية 2017-2018.
- 8 - ستفان شوفالييه، كريستيان شوفيري، معجم بورديو، ترجمة الزهرة إبراهيم، الشركة الجزائرية السورية للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى 2013.
- 9 - رحومة علي محمد، علم الاجتماع الآلي: مقارنة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الحاسوب، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2008.

- 10 - نصر الدين العياضي، الشباب في دولة الإمارات والشبكات الاجتماعية الافتراضية: مقارنة للتمثيلات والاستخدامات، دراسة منشورة في مجلة أفكار وآفاق لجامعة الجزائر2، العدد 2، 2011.
- 11 - نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، أطروحة دكتوراه علوم في علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015-2016
- 12 - منال كبور، مدمنو الفيسبوك: شيء من طغيان الذات الافتراضية وكثير من الاغتراب عن الواقع؛ دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري، بمجلة الآداب والعلوم الإنسانية، الجزائر: جامعة باتنة 1، ع 8، جوان 2012

المواقع الالكترونية:

- 1- <https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/>: متوفرة على الرابط:

6 -تاريخ الولوج أفريل 2019

7 -المراجع باللغة الأجنبية:

- 1- Laurent collée, **sécurité et vie privée sur les réseaux sociaux**, , mémoire pour l'obtention du diplôme de master en gestion de la sécurité des systèmes d'information, université de Luxembourg 2009
- 2- Lyda Judson Hanifan, **The community center**, Boston Silver, Buerdett and company 1920.
- 3- Junghyun Kim, and Jong-Eun Roselyn Lee, **The Facebook Paths to Happiness: Effects of the Number of Facebook Friends and Self-Presentation on Subjective Well-Being.**
- 4- Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin , et al, **A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs**, Computers in Human Behavior, 27 (2011) p 1828-1833 journal homepage: www.elsevier.com/locate/comphumbeh
- 5- Nicole B. Ellison, Charles Steinfield, Cliff Lamp ; **The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites**, Journal of Computer-Mediated Communication 12 (2007) 1143-1168 a 2007 International Communication Association.