

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الاجتماعية

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل: 08 / PG / M / PSY / 11

عنوان المذكرة

الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل

الاجتماعي "فيسبوك"

- دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس

تخصص: علم النفس الاجتماعي

إشراف الأستاذ:

جابر نصر الدين

تاريخ المناقشة:

إعداد الطالبة:

بو عمر سهيلة

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة	الجامعة
		رئيسا	بسكرة
جابر نصر الدين	أستاذ	مشرفا ومقررا	بسكرة
		عضوا مناقشا	بسكرة
		عضوا مناقشا	بسكرة

السنة الجامعية: 2013 - 2014م

دعاء

كفاني عزاً أنك إله لي
وكفاني فخراً أنني أمة لك
أنت كما أحب فوفقني لما تحب
اللهم حقق لي ما أتمناه كما أتمناه وفوق ما
أتمناه

شكر وتقدير

أحمد الله حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه، والصلاة والسلام على خير خلق الله محمد عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم، وعملاً بقوله صلى الله عليه وسلم: "من لم يشكر الناس، لم يشكر الله".

فإن خير مدخل أتقدم به هو خالص شكري لأستاذي الفاضل جابر نصر الدين وذلك لتفضله بالإشراف على هذا العمل المتواضع، وعلى ما أبداه من توجيه وتصويب للبحث حتى أكتمل بصورته هذه، فدمت يا أستاذي نبراسا للعلم والمعرفة.

كما أتقدم بأسمى آيات الشكر والعرفان والامتنان إلى أعز الناس وأحبهم إلى قلبي والذي الحيين، اللذان غرسا فيا حب العلم وشجعاني دوما للتقدم نحو الأفضل والأرقى... واني لأنحني شكرا لهما.

والشكر موصول لإخوتي الأعزاء: أحمد، عباس، حميد، يوسف. كما أتقدم بشكر خاص إلى صديقة عمري ورفيقة دربي وحبيبة قلبي: إبراهيمي كوثر.

كما يسرني التوجه بعظيم شكري لكل من ساعد الباحثة وأخص بالذكر: كل من جوادي يوسف، وربحي إسماعيل، خالد طاهري.

وأقدم باقة شكر لكل أعضاء جمعية السعادة للرفقي الاجتماعي وبالأخص رئيس الجمعية، خليفة ياسين الذي كان نعم رئيس العمل، وعلى ما تحلى به من طيبة ورحابة صدر وتشجيع ما ساعد الباحثة لإتمام هذه الدراسة.

وبشرفني تقديم جزيل الشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة، وفي الأخير أشكر كل من شجع الباحثة لإتمام هذا العمل ولو بكلمة أو ابتسامة وجزاهم الله جميعا عني خير الجزاء.

والحمد لله أولا وآخرا والصلاة والسلام على سيدنا محمد.



The identifying of psycho-social trends for the students of Mohamed Khider University -Biskra-about the social networking is the aim of this study, and also to reveal all statistically significant differences relating to the variables of sex, years of use, and hours of use..

To concretize the goals of the study, the descriptive approach with the comparative style was adopted; the Likert Quintet Scale was built to measure the psycho-social trends of studends toward "FACEBOOK", The sample study consisted of (379) students, from the graduate level (bachelor and master) in the LMD system, who log in to the social network "FACEBOOK", who were chosen on a stratified random sampling fashion from the six faculties of the university.

And after ending the research process and answering of the study question, the results obtained were as follows:

1. Most of sample subjects showed psycho-social trends between positive and neutral toward "FACEBOOK"
2. There are statistically significant differences in psycho-social trends for students due to the variable of sex about Facebook and in favor of females.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الاتجاهات النفسية الاجتماعية لطلبة جامعة محمد خيضر - بسكرة- نحو شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، وإلى الكشف عن أية فروق ذات دلالة إحصائية في ذلك تبعا لمتغيرات (الجنس، سنوات الاستخدام، وساعات الاستخدام).

ولتحقيق أهداف الدراسة أُستخدم المنهج الوصفي بأسلوبه المقارن، كما تم بناء مقياس على طريقة ليكرت الخماسية لقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة نحو الفيسبوك، وقد تكونت عينة الدراسة من (379) طالبا وطالبة في التدرج (الليسانس والماستر) وفق نظام LMD مستخدمين شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية الطبقية من الكليات الست بالجامعة.

وبعد عملية البحث والإجابة على تساؤلات

الدراسة أسفرت النتائج عن ما يلي:

1. أن أغلب أفراد العينة تراوحت اتجاهاتهم النفسية الاجتماعية بين الايجابية والمحايدة نحو الفيسبوك.
2. توجد فروق دالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى لمتغير (الجنس) نحو الفيسبوك ولصالح الإناث.

3. There is no statistically significant differences in psycho-social trends for students due to the variable of years of use of Facebook.

4. As pointed to by the first question results it was also found that :

- There are no statistically significant differences in psycho-social trends for students due to the variable of hours of use per day to Facebook.
- There are statistically significant differences in psycho-social trends for students due to the variable of hours of use per week to Facebook between the two groups (1 hour 19 hours) and (20 hours 38 hours) to the advantage of the second category.
- There are statistically significant differences in psycho-social trends for students due to the variable of hours of use per month for Facebook between the two groups (3 hours 104 hours and 105 hours 106 hours) to the advantage of the second category.

3. لا توجد فروق دالة احصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى لمتغير (سنوات الاستخدام) نحو الفيسبوك.

4. كما أشارت نتيجة التساؤل الرابع إلى ما يلي:

- لا توجد فروق دالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى لمتغير (ساعات الاستخدام في اليوم) نحو الفيسبوك.
- توجد فروق دالة احصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى لمتغير (ساعات الاستخدام في الأسبوع) نحو الفيسبوك بين الفئتين (من 1 ساعة . 19 ساعة) و (من 20 ساعة . 38 ساعة) لصالح الفئة الثانية.
- توجد فروق دالة احصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى لمتغير (ساعات الاستخدام في الشهر) نحو الفيسبوك بين الفئتين (من 3 ساعة . 104 ساعة) و (من 105 ساعة . 106 ساعة) لصالح الفئة الثانية.

فهرست المحتويات

رقم الصفحة	العنوان
	- دعاء.....
	- شكر وتقدير.....
د	- فهرست الجداول.....
ح	- فهرست الأشكال.....
ط	- مقدمة.....
25-1	الفصل الأول: موضوع الدراسة
2	أولاً: إشكالية الدراسة.....
7	ثانياً: أهمية الدراسة.....
8	ثالثاً: دوافع اختيار موضوع الدراسة.....
8	رابعاً: أهداف الدراسة.....
9	خامساً: المفاهيم الإجرائية للدراسة.....
10	سادساً: الدراسات السابقة.....
75-26	الفصل الثاني: الاتجاهات النفسية الاجتماعية
27	تمهيد.....
27	1- تعريف الاتجاهات النفسية الاجتماعية.....
32	2- مكونات الاتجاهات النفسية الاجتماعية.....
35	3- المفاهيم المتصلة بالاتجاهات النفسية الاجتماعية.....
41	4- خصائص الاتجاهات النفسية الاجتماعية.....
42	5- تصنيف الاتجاهات النفسية الاجتماعية.....
43	6- طبيعة الاتجاهات النفسية الاجتماعية.....
44	7- وظائف الاتجاهات النفسية الاجتماعية.....
48	8- تكوين الاتجاهات النفسية الاجتماعية.....
53	9- تعديل الاتجاهات النفسية الاجتماعية.....
59	10- النظريات المفسرة للاتجاهات النفسية الاجتماعية.....
62	11- قياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية.....
74	خلاصة.....

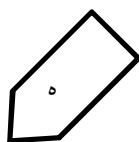
134 - 76	الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي والفيديوك أنموذجا
76	تمهيد.....
76	أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي.....
78	1-1- تعريف شبكات التواصل الاجتماعي.....
81	1-2- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي.....
86	1-3- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.....
88	1-4- خدمات شبكات التواصل الاجتماعي.....
88	1-5- التأثيرات النفسية الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي.....
105	1-6- نماذج شبكات التواصل الاجتماعي.....
108	ثانياً: الفيديوك أنموذجا
109	2-1- تعريف الفيديوك.....
111	2-2- نشأة الفيديوك.....
114	2-3- خصائص الفيديوك.....
117	2-4- استخدامات الفيديوك.....
118	2-5- إحصائيات متعلقة بالفيديوك.....
129	2-6- مناقب ومآخذ الفيديوك.....
134	خلاصة.....
212 - 135	الفصل الرابع: الإجراءات التطبيقية للدراسة ونتائجها
136	تمهيد.....
136	أولاً: الإجراءات التطبيقية للدراسة.....
136	1- الدراسة الاستطلاعية.....
136	1-1- تعريف الدراسة الاستطلاعية.....
136	1-2- أهداف الدراسة الاستطلاعية.....
137	1-3- مجالات الدراسة الاستطلاعية.....
137	1-4- عينة الدراسة الاستطلاعية.....
138	1-5- إجراءات الدراسة الاستطلاعية.....
144	1-6- نتائج الدراسة الاستطلاعية.....
144	2- الدراسة الأساسية:.....
144	2-1- مجالات الدراسة.....
146	2-2- منهج الدراسة.....

147	3-2- عينة الدراسة.....
167	4-2- أدوات الدراسة.....
176	5-2- كيفية جمع البيانات الخام وتفريغها.....
180	6-2- أساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة في الدراسة.....
184	ثانيا: عرض ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء تساؤلاتها.....
184	1- نتائج التساؤل الأول ومناقشتها.....
194	2- نتائج التساؤل الثاني ومناقشتها.....
195	3- نتائج التساؤل الثالث ومناقشتها.....
196	4- نتائج التساؤل الرابع ومناقشتها.....
200	ثالثا: تفسير نتائج الدراسة.....
213	- خاتمة.....
215	- قائمة المراجع.....
	- الملاحق.....

فهرست الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
36	جدول يوضح الفرق بين الاتجاهات النفسية الاجتماعية وبعض المفاهيم.....	1
64	جدول يوضح طريقة تقدير المسافات الاجتماعية نحو عدد من الشعوب كما قدمها بوجاردس.....	2
138	جدول يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة الاستطلاعية.....	3
138	جدول يوضح توزيع كليات جامعة محمد خيضر - بسكرة.....	4
139	جدول يوضح إحصائيات طلبة التدرج LMD للسنة الجامعية 2012 - 2013.....	5
140	جدول يوضح تحديد حجم العينة.....	6
145	جدول يوضح المجال الزمني للدراسة.....	7
154	جدول يوضح نسبة وعدد كل طبقة من الطلبة وفق العينة العشوائية الطبقيّة النسبية..	8
157	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.....	9
159	جدول يوضح فئات سنوات استخدام الفيسبوك.....	10
160	جدول يوضح فئات ساعات استخدام الفيسبوك في اليوم.....	11
161	جدول يوضح فئات ساعات استخدام الفيسبوك في الأسبوع.....	12
162	جدول يوضح فئات ساعات استخدام الفيسبوك في الشهر.....	13
162	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب سنوات استخدام الفيسبوك.....	14
163	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب ساعات استخدام الفيسبوك في اليوم.....	15
165	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب ساعات استخدام الفيسبوك في الأسبوع.....	16
166	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب ساعات استخدام الفيسبوك في الشهر.....	17
173	جدول يوضح البدائل الخمسة لمقياس الدراسة ودرجاتها.....	18
173	جدول يوضح توزيع أرقام البنود المشكلة لكل بعد من أبعاد مقياس الدراسة.....	19
176	جدول يوضح تحويل المعطيات إلى بيانات كمية اسمية.....	20
176	جدول يوضح تحويل المعطيات إلى بيانات كمية ترتيبية.....	21
178	جدول يوضح نموذج لجدول تفرغ البيانات.....	22
179	جدول يوضح البيانات المفقودة.....	23
181	جدول يوضح كيفية تحديد نوع الاتجاه النفسي الاجتماعي الذي يحمله الطالب	24

	الجامعي (المبحوث).	
182	جدول يوضح نتائج اعتدالية التوزيع الاحتمالي لدرجات الطلبة على مقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية نحو الفيسبوك.....	25
183	جدول يوضح قيم كل من المتوسط والوسيط والمنوال.....	26
183	جدول يوضح درجات الذكور والإناث على مقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية....	27
185	جدول يوضح نوع الاتجاه لدى الطلبة على مقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية نحو الفيسبوك والأبعاد منفصلة.....	28
186	جدول يوضح قيمتي المئين 10 و60.....	29
187	جدول يوضح تكرارات ونسب أفراد العينة تبعا لنوع الاتجاه النفسي الاجتماعي بطريقة المتوسط الموزون لكل فقرة.....	30
187	جدول يوضح قيمة الانحراف المعياري والمدى لدرجات أفراد العينة.....	31
188	جدول يوضح نوع الاتجاه النفسي الاجتماعي وفقا لتكرار عدد الفقرات.....	32
189	جدول يوضح تكرارات بدائل الاستجابة والمتوسط والانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات البعد الأول للمقياس.....	33
190	جدول يوضح تكرارات بدائل الاستجابة والمتوسط والانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات البعد الثاني للمقياس.....	34
191	جدول يوضح تكرارات بدائل الاستجابة والمتوسط والانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات البعد الثالث للمقياس.....	35
192	جدول يوضح اختبار دلالة الفرق بين المتوسطات الحسابية والفرضية للدرجات.....	36
193	جدول يوضح الفروق في متوسطات درجات الأفراد على المقياس حسب بعض المتغيرات.....	37
195	جدول يوضح نتائج اختبار t لمتوسطين مستقلين.....	38
196	جدول يوضح نتائج اختبار تحليل التباين (one way anova) حسب متغير سنوات الاستخدام.....	39
197	جدول يوضح نتائج اختبار تحليل التباين (one way anova) حسب متغير ساعات الاستخدام في اليوم.....	40
197	جدول يوضح نتائج اختبار تحليل التباين (one way anova) حسب متغير ساعات الاستخدام في الأسبوع.....	41
198	جدول يوضح نتائج اختبار المقارنة Scheffe.....	42



199	جدول يوضح نتائج اختبار تحليل التباين (one way anova) حسب متغير ساعات الاستخدام في الشهر.....	43
199	جدول يوضح نتائج اختبار لمقارنة LSD.....	44

فهرست الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
32	شكل يوضح درجات الاتجاهات النفسية الاجتماعية.....	1
35	شكل يوضح مكونات الاتجاهات النفسية الاجتماعية.....	2
55	شكل يوضح التغيير المطابق وغير المطابق للاتجاه	3
65	شكل يوضح المسافات المتساوية البعد في مقياس ثرستون وشيف.....	4
67	شكل يوضح أسلوب التقدير التدريجي لليكرت.....	5
85	شكل يوضح سنوات ظهور الشبكات الاجتماعية على الإنترنت.....	6
120	شكل يوضح مستخدمو فيسبوك الجدد في المنطقة العربية وعالميا (في الفترة من 5 يناير إلى 5 أبريل 2011) كنسبة من عدد السكان.....	7
121	شكل يوضح عدد مستخدمي فيسبوك ونسبة المستخدمين في المنطقة العربية (أبريل 2011).....	8
122	شكل يوضح انتشار استخدام فيسبوك في المنطقة العربية - نهاية عام 2012 (نسبة مئوية من عدد السكان).....	9
123	شكل يوضح نسب مستخدمي فيسبوك في المنطقة العربية (نهاية عام 2012).....	10
125	شكل يوضح عدد مستخدمي فيسبوك في المنطقة العربية في الفترة ما بين يونيو 2010 ويونيو 2012 (أول عشر دول من حيث عدد مستخدمي فيسبوك).....	11
126	شكل يوضح التقسيم السكاني لمستخدمي فيسبوك المنطقة العربية (يونيو 2012)....	12
127	شكل يوضح تقسيم مستخدمي فيسبوك في البلدان العربية وفقا للنوع الاجتماعي (يونيو 2012).....	13
150	شكل يوضح اختيار العينة وفق العينة الطبقية العشوائية.....	14
157	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.....	15
163	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب سنوات استخدام الفيسبوك.....	16
164	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب ساعات استخدام الفيسبوك في اليوم.....	17
166	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب ساعات استخدام الفيسبوك في الأسبوع.....	18
167	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب ساعات استخدام الفيسبوك في الشهر.....	19
182	شكل يوضح اعتدالية توزيع بيانات العينة المسحوبة من المجتمع.....	20

مقدمة

تعتبر الانترنت تقنية من التقنيات الحديثة ووسيلة من وسائل الاتصال التكنولوجية، التي تفرض نفسها في الواقع المعاش، نظرا لما توفره لمستخدميها من خدمات متنوعة ومتعددة تشمل كل مناحي الحياة اليومية للأفراد. لاسيما بعد التطورات التي عرفتها الانترنت في الوقت الراهن، حيث أدى اكتشاف الجيل الثاني للويب (Web2.0) إلى ظهور مجموعة من التطبيقات الحديثة التي تتدرج تحت ما يسمى بالإعلام الاجتماعي، والتي أضفت خصائص جديدة على الشبكة وأدت إلى تعميق الجوانب الاجتماعية والاتصالية وكذا تفعيل دور المستخدم وتوسيع صلاحياته.

وتمثل شبكات التواصل الاجتماعي في هذا الإطار أحد أهم هذه التطبيقات، خاصة وأنها تتميز بالطابع التفاعلي من خلال فضاء افتراضي سهل عملية التواصل بين الأفراد الكترونيا وتقوية الروابط فيما بينهم، وزواج بين الثقافات وألغى الحدود والمسافات...، لتستقطب بذلك شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من ثلثي مستخدمي الانترنت حول العالم. وقد تعاقب تأسيس هاته الشبكات، إلا أن صعود نجم شبكات التواصل الاجتماعي "فيسبوك" بشعبيته الواسعة، سواء بعدد مستخدميه أو بمدى انتشاره على مستوى العالم جعله يتفوق على الكثير من شبكات التواصل الاجتماعي، ليصبح بذلك منبرا اجتماعيا للتعرف والتعبير عن الآراء والأفكار والمشاعر، والتواصل مع الأصدقاء والزملاء وتكوين الصداقات وبناء العلاقات الاجتماعية في فضاء الكتروني افتراضي.

مما أدى إلى تغيير شكل السلوك الاتصالي لأفراد المجتمع، كما أدى تشكيل مفهوم الواقع الافتراضي إلى تعميق البعد الاجتماعي للشبكة وظهور نمط جديد من التواصل الاجتماعي يختلف عن ذلك الذي كان سائدا منذ زمن.

فشبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة، والفيسبوك بصفة خاصة أدت إلى جملة من التفاعلات السلوكية الثقافية المرتبطة بها والتي أسهمت وتسهم بشكل مباشر في التأثير على

الفرد والأسرة والمجتمع، وذلك بحكم كونها مظهرا من مظاهر التغير الذي حدث في كثير من المجتمعات المعاصرة بما فيها المجتمع الجزائري.

فبالنظر لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك التي عرفت إقبالا متزايدا عليها من مختلف شرائح المجتمع الجزائري بما فيها الشباب، أصبح الفيسبوك بالنسبة لهم أداة مهمة في التواصل الاجتماعي ليس بين أفراد المجتمع الجزائري فحسب بل مع مختلف الأفراد من مختلف الدول والحضارات، وهذا ما طرح إشكالات جديدة تتمثل في أثر هذا التبادل الحر والاحتكاك، لأن التبادل بين الأفراد من مختلف دول العالم لا يقتصر على المعلومات فحسب وإنما يمتد ليشمل كل أشكال الثقافات والأفكار والقيم، والاتجاهات. هذه الأخيرة التي ترتبط ارتباطا مباشرا بواقع الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والإيديولوجية والثقافية وغيرها في كل المجتمعات.

وعليه فالاتجاهات النفسية الاجتماعية تتأثر بالتطورات والتغيرات الحاصلة في المجتمع، الأمر الذي جعل العديد من المختصين والباحثين والمسؤولين يولونها اهتماما كبيرا لدورها في توجيه وضبط وتنظيم السلوك الاجتماعي.

ولما كانت الاتجاهات النفسية الاجتماعية إحدى مجالات الاهتمام والبحث في علم النفس الاجتماعي وعلى غرار هذا التوجه جاءت هذه الدراسة التي بين أيدينا لتبحث في الاتجاهات النفسية الاجتماعية نحو شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، خاصة وأن الفيسبوك قد استأثر بتجاوب قطاع كبير من أفراد مجتمعنا لا سيما فئة الشباب، أضف إلى ذلك كون الفيسبوك أحد مظاهر التغير في المجتمع وما لهاته الشبكة من دور في تشكيل الاتجاهات النفسية الاجتماعية خاصة لدى مستخدميها.

ومن هذا المنطلق و بناء على ما سبق جاء اختيارنا لموضوع هذه الدراسة التي تصب في حقل علم النفس الاجتماعي والتي نحاول من خلالها التعرف عن قرب على الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، وقد اخترنا

شريحة الطلبة الجامعيين التي لها وزن لا يستهان به في المجتمع الجزائري باعتبارها الفئة المثقفة والفاعلة والباحثة عن تحقيق ذاتها والمسايرة لتطورات العصر.

وأمام هذه المعطيات قادنا الفضول العلمي إلى هاته الدراسة والتي تهدف إلى الكشف عن الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك لدى عينة من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة.

وبناء على المنهج المستخدم في هاته الدراسة والمتمثل في المنهج الوصفي بأسلوبه

المقارن فقد تم هيكلة العمل بالشكل التالي:

قسمت الدراسة إلى خمسة فصول متباينة المحتوى من جهة ومتكاملة مع بعضها من جهة أخرى، أول هاته الفصول يدخل تحت عنوان موضوع الدراسة الذي تم فيه تناول جملة من العناصر أهمها إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أهمية الدراسة، دوافع اختيارها، وأهدافها، المفاهيم الإجرائية للدراسة، وختاما بعنصر الدراسات السابقة مع مناقشتها. أما ثاني الفصول والموسوم بعنوان الاتجاهات النفسية الاجتماعية فقد خصصته الباحثة لمجموعة عناصر بدأ بتعريف الاتجاهات النفسية الاجتماعية، ثم مكوناتها، وأهم المفاهيم المتشابهة معها، خصائصها، تصنيفها، طبيعتها، وظائفها، تكوينها، وتعديلها، أهم النظريات المفسرة لها، وأخيرا طرق قياسها. أما الفصل الثالث والموسوم بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي والفيسبوك أنموذجا فقد تطرقت فيه الباحثة إلى جزئيتين أساسيتين، الأولى خاصة بشبكات التواصل الاجتماعي حيث كان هذا المبحث كمدخل توضيحي للمبحث الثاني، والجزئية الثانية تعلقت بشبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" النموذج المعتمد في الدراسة الحالية، وهو المبحث الأكثر تحديدا الذي حاولت الباحثة من خلاله التركيز على تعريف الفيسبوك، ونشأته، وخصائصه، وأهم استخداماته، وذكر بعض الإحصائيات المتعلقة به، والتطرق لمناقبه ومآخذه. وأخيرا كان الفصل الخامس الموسوم بالإجراءات التطبيقية للدراسة ونتائجها؛ والمتمثلة في الدراسة الاستطلاعية والدراسة الأساسية، ثم عرض ومناقشة نتائج الدراسة في

ضوء تساؤلاتها مجيبة بذلك على هذه التساؤلات، وختاما بالتحليل العام لنتائج الدراسة الذي ارتكز على أهداف الدراسة وما تم التطرق إليه في التراث الأدبي للدراسة والدراسات السابقة.

الفصل الأول: موضوع الدراسة

☞ أولاً: إشكالية الدراسة

☞ ثانياً: أهمية الدراسة

☞ ثالثاً: دوافع اختيار موضوع الدراسة

☞ رابعاً: أهداف الدراسة

☞ خامساً: المفاهيم الإجرائية للدراسة

☞ سادساً: الدراسات السابقة

أولاً: إشكالية الدراسة

أفضى التقدم في تكنولوجيا الاتصال الإلكتروني في نهاية القرن العشرين وبداية الألفية الجديدة، إلى انتاج وسائل الكترونية حديثة في التواصل الاجتماعي عملت على إحداث تغيير في أشكال تفاعل الأفراد مع بعضهم وفي أساليب تواصلهم.

وتأتي شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت في مقدمة هذه الوسائل، إذ عملت على تواصل وتقارب الأفراد في كافة أنحاء العالم، كما وفرت نوعاً من التبادل الحر للأفكار والآراء والثقافات والمعلومات بين مستخدميها، فألغت بذلك الحدود الجغرافية وحولت العالم إلى وحدة واحدة في بيئة مجتمع افتراضي يتيح التفاعل بين الأفراد من مختلف الأعمار والجنسيات والثقافات، فأصبحت بذلك شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة للتنامي والالتحام بين المجتمعات، وأداة لتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر، لتصنع بذلك تركيبة متداخلة بين أفراد وجماعات مختلفة ومتجانسة، وحراكاً اجتماعياً واقعياً.

وبالنظر لما وفرته شبكات التواصل الاجتماعي من خدمات لمستخدميها جعلتها تجذب إليها العديد من متصفحى الإنترنت من كافة أنحاء العالم، إلا أن المكانة التي يحظى بها "الفيسبوك" لدى السواد الأعظم من مستخدميها جعلته يحتل الصدارة كأكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً، حيث أن الإقبال والرواج الذي يلاقيه مكنه من منافسة عدة مواقع، إذ احتل في ديسمبر 2010 المرتبة الثالثة لأكثر المواقع زيارة بحسب إحصائية شركة "ComScore" حيث يزوره قرابة 648 مليون زائر في الشهر <http://www.tech-wd.com/wd/2010/12/28/facebook-yahoo-comscore>

كما احتل المرتبة الثانية لأكثر المواقع زيارة لعام 2010 حسب تصنيف موقع

"أليكسيا" <http://www.alesca.com>.

وحسب إحصائيات تقرير الإعلام الاجتماعي العربي في إصداره "الثاني" الذي يٌعدّه دورياً برنامج الحكومة والابتكار في كلية دبي للإدارة الحكومية، فإنه قد اتسعت منصات

وقاعدة مستخدمي فيسبوك اتساعاً كبيراً ليتجاوز عدد مستخدميه 677 مليون مستخدم في أبريل من عام 2011. (تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، 2011، ص.1)

أما متوسط انتشار مستخدمي فيسبوك لكل دولة في المنطقة العربية في نهاية يونيو 2012 يزيد قليلاً عن 12%، بعد أن كان 10% في بداية العام، و8% في يونيو 2011. وقد تضاعف عدد مستخدمي فيسبوك في العالم العربي ثلاثة مرات تقريباً خلال العامين الماضيين (يونيو 2010 - يونيو 2012)، بزيادة عن 16 مليون مستخدم إلى 45 مليون مستخدم. وما يزال الشباب الذين (تتراوح أعمارهم بين 15 و29 عاماً) يشكلون نحو 70% من مستخدمي فيسبوك في المنطقة العربية، وهو العدد الذي حافظ على ثباته منذ أبريل 2011. (أثر الإعلام الاجتماعي على الريادة وفرص العمل، 2012، ص.38)

وبالنظر لشعبية "فيسبوك" الواسعة لدى مختلف شرائح المجتمع على مستوى العالم، فقد أصبح يصنف كأول شبكات التواصل الاجتماعي شعبية في العالم، وهذا ما أكدته تقرير الإعلام الاجتماعي العربي في إصداره "الثالث" لعام 2011، فعلى المستوى العالمي، ما زال فيسبوك هو موقع التواصل الاجتماعي الأول، بعدد مستخدميه الذي تجاوز 800 مليون مستخدم على مستوى العالم، 50 في المائة منهم يقومون بالدخول يومياً إلى حساباتهم، في حين يدخل 350 مليون مستخدم على فيسبوك باستخدام الهواتف المحمولة. (تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، 2011، ص.2)

وهذا ما يؤكد أيضاً تقرير الإعلام الاجتماعي العربي في إصداره "الرابع" لعام 2013، بأنه على الصعيد العالمي، ما يزال فيسبوك مهيمناً، مع أكثر من مليار مستخدم "نشط شهرياً" في العالم (في نهاية أكتوبر 2012)، قام نحو 604 مليون مستخدم منهم بالدخول إلى منصة فيسبوك باستخدام هواتفهم الجوالاً بالإضافة إلى ذلك، يدخل نحو 584 مليون مستخدم إلى فيسبوك يومياً، ويوجد 81 بالمائة منهم خارج أمريكا الشمالية. (تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، 2013، ص.2)

ووصفت د. رشا عبد الله (أستاذة في الجامعة الأمريكية من مصر) الفيسبوك بأنه الدولة الثالثة من حيث عدد السكان بعد الصين والهند. (حنفي، 2010، ص.34)، بأكثر من نصف مليار نسمة (678 مليون مشترك) حيث يسجل تداول 1.5 مليون مادة يوميا، 3 ملايين صورة و10 ملايين تعليق. <http://echo.hmsalgeria.net/article638.html>

وبلغة الأرقام هاته التي تتم عن التفوق الواضح لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك عن غيره من الشبكات من ناحية انتشاره الواسع على المستويين الشاقولي (من حيث ارتفاع عدد مستخدميه) والأفقي (من حيث الميادين التي يشغلها النفسية والاجتماعية والاقتصادية وحتى السياسية)، وبالنسبة لهاته الأخيرة فقد لعب فيها الفيسبوك دوراً فاعلاً في ظل الحراك الاجتماعي الذي حدث في بعض الدول العربية فيما عرف بالربيع العربي لعام 2011، وما كان للفيسبوك حينها من تأثير على الرأي العام العالمي وبات بمثابة العدو اللدود لبعض الحكومات، بل أصبح يماثل في قوته أي مجرم دولي خطير يطارده القانون. <http://www.arabnet5.com/computer-internet-news.asp?c=2&id=28999>

هذا من جهة، ومن جهة أخرى فقد ساعد الفيسبوك على تعميق الجوانب الاجتماعية والاتصالية وكذا تفعيل دور المستخدمين وتوسيع صلاحياتهم، لا سيما وأنه ينتمي للجيل الثاني للويب (2.0)، حيث مكن مستخدميه من التواصل الاجتماعي وفتح المجال لمختلف أشكال التبادل الثقافي في فضاء الكتروني افتراضي يحاول أن يحاكي العالم الواقعي، أو على حد تعبير مكتشفه مارك زوكربيرج **Mark Zuckerberg** "أن يصبح العالم مكاناً أكثر انفتاحاً". (الفظافطة، 2011، ص.22)

فالفيسبوك الذي أنشأ في فبراير من عام 2004 كموقع للتواصل الاجتماعي بين زملاء الدراسة والأصدقاء في جامعة هارفارد الأمريكية قد تحول اليوم إلى ظاهرة شغلت اهتمام الكثيرين بما فيهم شركات الإنتاج السينمائي، والتي قامت إحداها بإنتاج فيلم يحمل اسم (The Socil Network). (حميدي، ومالكي، 2012، ص.82)

أما الباحثين والمختصين فقد اهتموا بدراسته من عدة نواحي كالجوانب النفسية والاجتماعية للفيسبوك، فهناك من الدراسات من تناولته بالدراسة من جانب الاستخدامات والإشباع التي يحققها لمستخدميه، وأخرى ركزت على تأثيراته وأدواره، بينما أخرى اهتمت بدوافع استخدامه وغيرها كثير، لتأتي دراستنا على غرار ما سبقها من دراسات تم توظيف بعض منها والاستفادة من نتائجها في الدراسة الحالية، لتسلط الضوء على الاتجاهات النفسية الاجتماعية نحو الفيسبوك، باعتبار أن الاتجاهات النفسية الاجتماعية ترتبط ارتباطا مباشرا بواقع الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والايديولوجية والثقافية وغيرها في كل المجتمعات. (إبراهيم، د. ت، ص. 131)

كما أن لكل فرد أو جماعة اجتماعية نظاما معيناً من الاتجاهات النفسية الاجتماعية التي قد يتم اكتسابها من شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، أضف إلى ذلك الدور الذي تلعبه الاتجاهات النفسية الاجتماعية في ضبط وتنظيم وتوجيه سلوك الأفراد، بالإضافة إلى إمكانية التنبؤ بسلوكهم، ومن ثم السعي إلى ضبطها وتوجيهها.

ولما كانت هاته الأخيرة على هذا القدر من الأهمية وأحد أهم موضوعات علم النفس الاجتماعي، جاءت هذه الدراسة التي بين أيدينا لتبحث في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، خاصة في ظل زيارة عدد مستخدمي الفيسبوك في الجزائر من مختلف شرائح المجتمع الجزائري خاصة الشباب، فوفقا لإحصائيات موقع "سوشال باكرز" المتخصص في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي عبر العالم أن الجزائر حسب التصنيف الحديث تعد الرابعة عربيا وتحتل المرتبة 42 عالميا بعدد مستخدمين بلغ لعام 2012 أربعة ملايين و 23 ألف و 940 مشترك، وحسب نفس الموقع يشير التصنيف العمري لمستخدمي الفيسبوك بالجزائر؛ أن الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 34 يمثلون نسبة 68 % أي ثلثي مستعملي هذه الشبكة بالجزائر.

<http://www.echoroukonline.com/ara/articles/149810.html>

ومنه فإن الشباب في المجتمع الجزائري هم أول الفئات نشاطاً على الفيسبوك، وهي نفس الفئة العمرية التي تم إجراء الدراسة الحالية عليها، حيث أن الشباب من الطلبة الجامعيين يتميزون بخصوصية متفردة و متميزة كونهم الفئة المتعلمة والمتقفة التي تتمتع بحيوية نابضة في الطموح العلمي والثقافي، وتسعى لإثبات ذاتها والتطلع لمستقبل أرحب وأرقى ما يؤهلها للعب دور فاعل في المجتمع.

ولذلك فإنه من أجل فهم سلوك الطلبة الجامعيين لا يسعنا إغفال أو تجاهل اتجاهاتهم النفسية الاجتماعية، فهي النواة التي يتشكل ويرتسم على إثرها ملمح سلوك الطلبة في الحياة اليومية اتجاه مواضيع مختلفة كشبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، وخصوصية هذا التناول في هذه الدراسة تتحدد من خلال الكشف عن الاتجاهات النفسية الاجتماعية لطلبة جامعة محمد خيضر - بسكرة نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك. ومن هذا المنطلق نطرح مجموعة تساؤلات أساسية هي:

1- ما طبيعة الاتجاهات النفسية الاجتماعية لطلبة جامعة محمد خيضر بسكرة نحو

شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك؟

2- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى

لمتغير (الجنس) نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك؟

3- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى

لمتغير (سنوات الاستخدام) نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك؟

4- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى

لمتغير (ساعات الاستخدام) نحو شبكات التواصل الاجتماعي فيسبوك؟

ثانيا: أهمية الدراسة

تستمد الدراسة الحالية أهميتها من خلال ما يلي:

❖ أنها تأتي ضمن المواضيع الجديدة في علم النفس الاجتماعي بفضل تطور تكنولوجيا وسائل الاتصال، كما أن لهذه الدراسة أهمية كبرى ضمن حقل علم النفس الاجتماعي على اعتبار أن هذا الأخير يركز في جوهره على التفاعل الحاصل بين أفراد الجماعة، من خلال الأنشطة المختلفة للجماعة، والتي يمكن تكوينها من شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك".

❖ أن لمفهوم الاتجاهات النفسية الاجتماعية، قيمة كبيرة في مجال البحوث النفسية والاجتماعية، بوصفها وسيلة للتنبؤ بالسلوك، وأحد أهم المحددات الموجهة لسلوك الأفراد والمجمعات أيضا.

❖ تكتسي الدراسة الحالية أهميتها كونها تعالج موضوعا حديثاً يتمثل في شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، والذي يحظى بشعبية وإقبال كبيرين من مختلف فئات المجتمع كالطلبة الجامعيين.

❖ تلعب شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" أدوارا عديدة؛ سياسية وثقافية واقتصادية واجتماعية ونفسية ، وبات تأثيرها يتصدر أحداث الساعة في مختلف الدول بما فيها المجتمع الجزائري وخاصة لدى شريحة الشباب.

❖ أصبحت شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، من بين العوامل التي قد تساهم في عملية التنشئة الاجتماعية، وبالتالي إكساب النشء عادات وسلوكيات معينة.

❖ عرف الوطن العربي تحول كبير في استعمال "الفيسبوك" إذ تحول من وسيلة للتواصل الاجتماعي إلى وسيلة تعبيرية واحتجاجية، وعاملا في الحراك الاجتماعي خاصة مع مطلع سنة 2011 فيما عرف بالربيع العربي.

❖ يعتبر الفيسبوك أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي حظيت بقبول وتجاوب قطاع كبير من الأفراد على اختلاف مستوياتهم، وفي جميع أنحاء العالم، إيذاناً بانطلاق مرحلة جديدة من التواصل الاجتماعي في عالم افتراضي.

❖ كما تتبع أهمية هذه الدراسة أيضاً، كونها تستهدف فئة الطلبة الجامعيين، وما لهذه الفئة من أهمية بالغة في المجتمع خاصة وأنها تمثل الطبقة المثقفة والمتعلمة في المجتمع.

ثالثاً: دوافع اختيار موضوع الدراسة

- ✓ توفره على المواصفات العلمية والمنهجية التي تسمح له بأن يكون موضوع البحث.
- ✓ الانتشار الواسع والرواج الكبير الذي تحظى به شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" على مستوى العالم بما فيها أوساط الجامعة.
- ✓ التزايد المستمر في عملية الاشتراك في شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" من قبل عدة أفراد كالطلبة الجامعيين، نظراً للخدمات المتنوعة والمتعددة التي تقدمها هاته الشبكة.

- ✓ الرغبة الذاتية في دراسة موضوع الاتجاهات النفسية الاجتماعية من جهة، والتعمق في مجال شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" من جهة أخرى.
- ✓ الرغبة في الكشف عن الاتجاهات النفسية الاجتماعية التي يحملها طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة نحو شبكة التواصل الاجتماعي "الفيسبوك".
- ✓ يُعد الموضوع المدروس من صلب اهتمامات المشتغلين في علم النفس الاجتماعي.

رابعاً: أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية لتحقيق الأهداف التالية:

- 1- التعرف على طبيعة الاتجاهات النفسية الاجتماعية لطلبة جامعة محمد خيضر بسكرة نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

- 2- التعرف على ما إذا كانت توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى لمتغير (الجنس) نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.
- 3- التعرف على ما إذا كانت توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية للطلبة تعزى لمتغير (سنوات الاستخدام) نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.
- 4- التعرف على ما إذا كانت توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى لمتغير (ساعات لاستخدام) نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

خامسا: المفاهيم الإجرائية للدراسة

يعتبر تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية للدراسة أحد الخطوات المنهجية الهامة في تصميم البحوث، فالدقة والموضوعية من خصائص العلم، ومن مستلزمات هذه الدقة وضع تعريفات واضحة ومحددة لكل مفهوم.

1- الاتجاهات النفسية الاجتماعية:

- تعرفها (مكليود 1991 Mcleod) بأنها: "حالة نفسية لدى الفرد يتم اكتسابها نتيجة الخبرات، وهذه الاتجاهات تؤثر على تصرفات الفرد بطريقة معينة". (حجازي، 2008، ص.77)
- ويعرفها (روكيش Rokiche) بأنها: "منظومة من المعتقدات الثابتة نسبيا، من خلالها تتحدد استجابة الفرد وميله لموضوع معين بالسلب أو الايجاب". (الثقفي، 2006، ص.114)
- بينما يعرفها (حامد زهران 1974) بأنها: "استعداد نفسي، وتهيؤ عقلي عصبي متعلم للاستجابة الموجبة، أو السالبة نحو أشخاص، أو أشياء، أو موضوعات، أو مواقف، أو رموز في البيئة التي تثير هذه الاستجابة". (الشععة، 2004، ص.224)
- أما في دراستنا الحالية فنعرف الاتجاهات النفسية الاجتماعية إجرائيا كما يلي:

"تقدير ذاتي يقوم به الطالب الجامعي، يعكس استجابة ثابتة نسبيا نحو مثيرات تتعلق بشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، من خلال الإجابة على البنود المتضمنة في المقياس تبعا لبدائل الاستجابة المتدرجة من أقصى درجات الموافقة إلى أقصى درجات المعارضة لمضمون العبارة، وهي (أوافق بشدة، أوافق، محايد، أعارض، أعارض بشدة)، يمكن ترجمتها إلى درجات تحدد نوع الاتجاه النفسي الاجتماعي الذي يحمله الطالب الجامعي نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك".

2- شبكات التواصل الاجتماعي:

هي شبكات اجتماعية تفاعلية على الانترنت، تمكن مستخدميها بما فيها الطلبة الجامعيين من التواصل الاجتماعي وتكوين صداقات مع أشخاص آخرين، وكذا تحميل مختلف أنواع الملفات (نصوص، فيديو، صور...) ومشاركتها مع غيرهم، وأهم هاته الشبكات "الفيسبوك".

3- الفيسبوك:

هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت يسمح للطلبة الجامعيين بالتواصل مع أشخاص آخرين على اختلاف مستوياتهم وأماكن تواجدهم.

4- الطلبة الجامعيين:

هم الطلبة الذين يتلقون تكوينهم الأكاديمي بجامعة محمد خيضر بسكرة وفق نظام LMD في إحدى سنوات التدرج (الليسانس أو الماستر) للسنة الجامعية 2012-2013، ويستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك".

سادسا: الدراسات السابقة

1- عرض الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات التي تناولت بالبحث أحد متغيرات الدراسة الحالية، سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي (العربي) أو العالمي (الأجنبي)، وبما أن الدراسة الحالية تعالج موضوعا حديثا كثر عليه الجدل والاهتمام سواء من قبل الباحثين والمفكرين أو من

قبل الدول والحكومات؛ والمتمثل في شبكة التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"، موضوع الساعة كما يقال، فقد ركزت الباحثة عليه واختارت أحدث الدراسات، كما وظفت بعض من الدراسات الأجنبية والعربية وكذا المحلية، وقد ركزت على هذه الأخيرة لأنها تخدم الدراسة الحالية أكثر خاصة في تحليل النتائج باعتبارها من نفس البيئة، ويمكن عرض هذه الدراسات وفق ترتيب كرونولوجي (زمني) كما يلي:

✍️ الدراسة الأولى:

دراسة لـ "سليمان بورحلة" والمعونة بـ "أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم" بجامعة الجزائر، (2008/2007). وقد استهدفت الدراسة التعرف على أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة وسلوكياتهم، مستخدمة في ذلك منهج المسح الاجتماعي، وتتمثل أهم نتائجها في:

⇐ أن الانترنت احتلت مراتب متقدمة بعد التلفزيون، متقدمة على كل من الصحف والراديو، وبالتالي فالإنترنت اكتسبت طابعها الاجتماعي على الأقل في الأوساط الجامعية.

⇐ أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الانترنت في المساء أو في الليل لأن هذه الفترات تعد بمثابة أوقات فراغ لدى الطلبة، كما أن هذه الفترة تعد كذلك فترة مناسبة للاتصال الاجتماعي بالنسبة للطلبة، وهذا ما يجعلنا نرى أن هناك تقاطع بين الاتصال الإلكتروني والاتصال الاجتماعي بالنسبة للطلبة، كما أن استخدام الانترنت ساعد الطلبة على تطوير وتدعيم الاتصال الاجتماعي.

⇐ أن أغلبية الطلبة إيجابيين في استخدامهم للإنترنت، وبالتالي فهم بعيدين عن الانحراف والعزلة خاصة وأن أغلبية العينة لا تتصفح المواقع الإباحية لاعتبارات تتعلق بالدين والأخلاق وعدم الأهمية، وأن السبب الأول لاستخدام الانترنت من أجل البحث العلمي للتحصيل الدراسي وهذا لأن الطلبة الجامعيين هم فئة واعية.

↔ كما بينت الدراسة أنه لا توجد علاقة بين مدة الاستخدام للإنترنت ومشاعر العزلة الاجتماعية رغم أن أغلبية العينة تستخدم الإنترنت يوميا لأكثر من ثلاث ساعات، وهذا عكس ما أثبتته بعض الدراسات في دول عربية وأجنبية.

↔ كما أكدت الدراسة أنه لا توجد علاقة ترابطية بين السلوكيات المكتسبة وأنماط الاستخدام والمحتويات لأن السلوك حسب عينة البحث يتكون انطلاقا من الأسرة والمسجد والجامعة والمجتمع وليس محتويات الإنترنت. (بورحنة، 2008/2007، ص.ص. 222-224)

✍ الدراسة الثانية:

تم إعداد هذه الدراسة من طرف "محمد الأمين فورار" والمعنونة بـ "موقع فايسبوك Facebook والشباب العربي، الاستخدامات، والإشباعات"، (2010). استهدفت هذه الدراسة التعرف على الاستخدامات الشباب العربي لموقع فايسبوك، والإشباعات التي يحققها، باعتباره ظاهرة لانتشاره السريع حول العالم، وتضاعف أعداد مستخدميه من سنة لأخرى، وتفوقه على جميع الشبكات الاجتماعية المنافسة على غرار موقع ماي سبيس، وقد استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي، وشملت الدراسة أربعة مجموعات إقليمية عربية هي على التوالي، المغرب العربي، ودول المشرق، دول الخليج العربي، القرن الإفريقي، وقد اعتمد الباحث على الاستمارة عن طريق البريد الإلكتروني. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

↔ موقع فايسبوك يقدم نمطا جديدا من الاتصال الاجتماعي مستفيدا من تقنية الويب (2.0).

↔ توصلت الدراسة إلى أن الشباب العربي يستخدم "فايسبوك" Facebook بكثافة، وهذا دليل على انتشاره الواسع في العالم العربي، رغم تباين هذا الانتشار وسرعته من دولة عربية إلى أخرى.

↔ ترى نسبة هامة من الشباب العرب بأن الموقع يقدم خدمات ممتازة، حيث يعتمد على البساطة في الشكل، مع الفعالية الكبيرة للتطبيقات التي يتيحها لمستخدميه.

↔ أشارت نتائج الدراسة إلى أن الهدف الأساسي لاستخدام موقع "فايسبوك" Facebook بالنسبة للشباب العربي هو تكوين صداقات، والبقاء على تواصل مع الأصدقاء، إضافة إلى التسلية والترويح عن النفس...، كما أن نسبة منخفضة جدا من الشباب العربي يستخدمون الموقع لأغراض جنسية.

↔ الاشباعات التي يحققها موقع "فايسبوك" Facebook للشباب العربي، تتمثل في مساعدتهم على تكوين الصداقات والبقاء على تواصل مع الأصدقاء، إضافة إلى التسلية، وهذا راجع طبعا إلى كثرة التطبيقات، المرتبطة بهذه الوظيفة، ويشجع موقع "فايسبوك" Facebook حاجة الشباب العربي إلى التعبير عن آرائهم ومعتقداتهم.

↔ التكتل فيما يشبه التنظيمات الاجتماعية، أو السياسية، أو الثقافية، يشعر الشباب العرب بأنهم يحققون ذواتهم عند انضمامهم إليها وتفاعلهم مع بقية أعضائها.

↔ يقر الشباب العرب بأن الموقع قد يتعارض مع الثقافة، والقيم والمبادئ السائدة في الدول العربية لكنهم رغم هذا لا يمكن أن يستغنوا عن الموقع اقتناعا منهم بأن نمط استخدامهم هو الذي يحدد ما إذا كان الموقع فعلا يعارض الثقافة، القيم المتعارف عليها في المجتمعات العربية، أم لا.

↔ نسبة هامة من الشباب العربي ترى في الواقع الافتراضي على موقع "فايسبوك" Facebook بديلا ممتازا للواقع الذي يعيشونه بعيدا عن شبكة الانترنت، وهذا مؤشر خطير على ما يمكن وصفه بحالات إدمان مرضي على الموقع.

↔ قدرة القائمين على موقع فايسبوك، على فهم نمط التفكير البشري، وكثرة الخدمات والتطبيقات التي يتيحها الموقع، والأعداد المتزايدة من الذين يسجلون فيه بشكل يومي، إضافة إلى عوامل أخرى أدت إلى إقبال الشباب العربي على فايسبوك بهذه

الطريقة. (فورار، 2010)

الدراسة الثالثة:

وهي دراسة "ميشيل فانسون" (2010)، هدفت للتعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها (1600) شاب من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في بريطانيا، وقد أظهرت النتائج أن أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون مواقع من بينها (الفايس بوك ويويوب) قد اعترفوا بأنهم يقضون وقتاً أطول على شبكة الانترنت من ذلك الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم.

وقد أظهرت الدراسة أيضاً أنهم يتحدثون بصورة أقل عبر الهاتف، ولا يشاهدون التلفاز كثيراً، ويلعبون عدداً أقل من الألعاب الكمبيوترية، ويبدؤون في إرسال كم من الرسائل النصية وكذلك البريدية، وقد بينت الدراسة أنه نحو (53%) من الذين شاركوا في الدراسة المسحية، بأن شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت تسببت بالفعل في تغيير أنماط حياتهم، وكشفت الدراسة أن نصف مستخدمي الانترنت في بريطانيا هم أعضاء في أحد مواقع التواصل الاجتماعي، مقارنة بـ (27%) فقط في فرنسا، و(33%) في اليابان، و(40%) في الولايات المتحدة. (عوض، 2012/2011، ص.47)

الدراسة الرابعة:

وهي دراسة "أرين كارينسكي" (2010)، والتي هدفت إلى التعرف إلى أثر استخدام موقع "فايس بوك" على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعات، وقد طبقت الدراسة على 219 طالبا جامعيا، حيث أظهرت النتائج أن الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات المدمنين على شبكة الانترنت وتصفح موقع "فايس بوك" أكبر الشبكات الاجتماعية على الانترنت أدنى بكثير من تلك التي يحصل عليها نظراؤهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع، كما أظهرت النتائج أنه كلما ازداد الوقت الذي يمضيه الطالب الجامعي في تصفح هذا الموقع كلما تدنت درجاته في الامتحانات.

كما بينت النتائج أن الأشخاص الذين يقضون وقتاً أطول على الانترنت يخصصون وقتاً أقصر للدراسة مشيراً إلى أن "لكل جيل أشياء تجذبه"، وأن هذا الموقع يتيح للمستخدم "الردشة" وحل الفوازير وإبداء رأيه في الكثير من الأمور والبحث عن أصدقاء جدد أو قدامى، وبينت النتائج أن (79%) من الطلاب الجامعيين الذين شملتهم الدراسة اعترفوا بأن إيمانهم على موقع "الفييس بوك" أثر سلبياً على تحصيلهم الدراسي. (عوض، 2012/2011، ص.47)

الدراسة الخامسة:

دراسة لـ "إيفز ماري كان" Yves - Marie CAAN بعنوان: "مرصد الشبكات الاجتماعية" (2010)، وقد تمت الدراسة على 1002 من مستخدمي الانترنت الفرنسيين الشباب أكثر من 18 سنة، مستخدمة في ذلك أسلوب المسح عن طريق استمارة إلكترونية على شبكة الانترنت، وتتمثل أهم نتائجها في:

← أثبتت الدراسة أن الشبكات الاجتماعية الأكثر شهرة في فرنسا هي على التوالي فايسبوك "Facebook"، ثم ماي سبيس "MySpace"، ثم فياديو "Viadeo"، كما عرف تويتر "Twiter" أكبر نسبة نمو خلال السنة، ثم فايسبوك "Facebook" ثم ماي سبيس "MySpace".

← شعبية مواقع الشبكات الاجتماعية تختلف حسب متغير السن، حيث تصل أعلى مستوياتها عند الشباب وتتنخفض تدريجياً عند كبار السن.

← (77%) من مستخدمي الانترنت صرحوا أنهم مشتركون على الأقل في شبكة اجتماعية واحدة، وتفاوتت هذه النتيجة حسب متغير السن، (96%) عند الشباب، من 18 إلى 24 سنة صرحوا أنهم مشتركون على الأقل في شبكة اجتماعية واحدة، وهذه النسبة تنخفض إلى (52%) عند كبار السن الأكثر من (65%) سنة.

← (25%) هم أعضاء في شبكة اجتماعية واحدة، (34%) هم أعضاء في اثنين إلى ثلاثة شبكات اجتماعية، و(18%) هم أعضاء في أكثر من أربع شبكات اجتماعية.

أغلبية أفراد العينة مشتركون في فايسبوك "Facebook"، ثم كوبان دافنون "d'avant" "Copain" بدرجة أقل، ثم وينداوز ليف "Windows live"، ثم ماي سبيس "MySpace". <http://www.ifop.commediapoll1032-1stuyfile>

الدراسة السادسة:

تم إعداد هذه الدراسة من طرف "الخامسة رمضان" والمعنونة بـ "استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي" - دراسة مسحية حول جمهور الشبكات الاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة - (2011/2012)، وقد هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الاستخدامات والإشباع التي يحصل عليها الشباب الجامعي الجزائري من خلال الشبكات الاجتماعية على الانترنت وعلاقتها بانتشار قيم العولمة الثقافية لديهم. وتم اعتماد منهج المسح الاجتماعي ونظرا لضخامة مجتمع البحث فقد تم استخدام المسح عن طريق العينة، واستخدمت أداة الاستمارة لجمع البيانات أما العينة فقد بلغ حجمها (100) وقد تم اختيارها عن طريق العينة العنقودية، وذلك بتقسيم جامعة محمد خيضر بسكرة إلى كليات، ثم سحب مفردات العينة على مستوى كل كلية بطريقة الحصص المتساوية بين الإناث والذكور، والشباب الذين يسكنون عاصمة الولاية وخارجها. وكذلك باستخدام العينة القصدية في سحب المفردات من خلال انتقاء مستخدمي الشبكات الاجتماعية على مستوى كل كلية. ومن أهم النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة نذكر ما يلي:

↔ يستخدم أغلبية أفراد العينة الشبكات الاجتماعية بكثافة كبيرة، حيث أن استخدام هذه المواقع هو نشاط أساسي لدى أغلبية أفراد العينة، خاصة عند الإناث أكثر من الذكور.

↔ يعد فايسبوك "Facebook" ثم يوتوب "Youtube" أكثر الشبكات الاجتماعية على الانترنت استخداما من طرف الشباب الجامعي الجزائري، كما تعتبر "الدرشة" من

أهم الأسباب التي تجعل الشباب الجامعي يقبل على الشبكات الاجتماعية على الانترنت، وبنسبة أقل تحميل الملفات.

↔ يمثل "الترفيه"، و"الحصول على معلومات ومعارف"، أهم الدوافع التي تجعل الشباب الجامعي يقبلون على استخدام الشبكات الاجتماعية.

↔ إن الحديث عن تفاعل حقيقي يعد أمرا مستبعدا خاصة وأن نسبة كبيرة من أفراد العينة أجابت بأنها تقوم بالاطلاع + التعليق ثم المرتبة الثانية الفئة التي تكتفي بالاطلاع ثم الفئة النشطة التي تقوم بالنشر.

↔ يجمع أغلبية أفراد العينة على أن الشبكات الاجتماعية تحمل قيما غربية واتفقوا على أن أهم القيم الغربية الايجابية التي تزوج لها هي "الحرية"، أما السلبية فهي "الجنس".
↔ يرى أغلبية أفراد العينة أن الشبكات الاجتماعية غير ناجحة في ربط علاقات حقيقية وقوية.

↔ يتجسد انتشار قيم العولمة الثقافة الغربية في تفضيل أغلبية أفراد العينة من بين المظاهر الثقافية الغربية "الماديات" المتمثلة في (السيارات، المنازل...)، ثم "السلوكات والتصرفات"، ثم "الأغاني".

↔ يرى الأغلبية من أفراد العينة أن ملفات الفيديو على الشبكات الاجتماعية تحمل قيما سلبية تضر بثقافة المجتمع الجزائري...، وعلى الرغم من ذلك فقد أجابت الأغلبية منهم أنهم لا ينوون التخلي عن استخدام هذه المواقع مستقبلا. (رمضان، 2012/2011)

✍ الدراسة السابعة:

وهي دراسة "حسني عوض" والمعنونة بـ "أثر استخدام الفيسبوك على تقدير الذات لدى فئة الشباب في محافظة طولكرم" (2011-2012)، حيث حاولت هذه الدراسة التعرف إلى أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك"، على درجة تقدير الذات لدى فئة الشباب في محافظة طولكرم بفلسطين، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وقد تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات مكونة من

(20) فقرة، وقد طبقت الدراسة على عينة قصدية بلغ قوامها (100) مستخدم ومستخدمة لموقع التفاعل الاجتماعي "الفييس بوك" من فئة الشباب، وفيما يلي أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

↔ وجود أثر استخدام لموقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" على تقدير الذات لدى فئة الشباب.

↔ وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة أثر استخدام لموقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" على تقدير الذات بين الذكور والإناث لصالح الإناث.

↔ وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة أثر استخدام لموقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" على تقدير الذات لدى الشباب في محافظة طولكرم تبعاً لمتغير العمر، وقد كانت الفروق بين الشباب من المرحلة العمرية من (20-15 سنة) وبين (35-30) سنة لصالح الفئة الأولى.

↔ وجود فروق ذات دلالة في درجة أثر استخدام لموقع التواصل الاجتماعي "فييس بوك" على تقدير الذات لدى الشباب في محافظة طولكرم بين أعزب وملتزوج لصالح أعزب.

↔ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة أثر استخدام لموقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" على تقدير الذات تبعاً لمتغير المؤهل العلمي. (عوض، 2011/2012، ص.47)

✍️ الدراسة الثامنة:

وهي دراسة "العقبي الأزهر" و"نوال بركات" والمعنونة بـ "شبكات التواصل الاجتماعي والتغير في العلاقات الاجتماعية بين الشباب الجامعي" (الفييس بوك نموذجاً) -دراسة ميدانية بجامعة بسكرة- (2012). هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع الشباب لاستخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفاييس بوك والإشباع المحققة منه، وكذا تأثير استخدامهم لهذا الموقع على علاقاتهم الاجتماعية مع أفراد أسرهم ومع أصدقائهم. وقد أجريت الدراسة في جامعة

محمد خيضر بسكرة على طلبة من هذه الجامعة المستخدمين لموقع الفايسبوك، كما تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وكذا الاستمارة كأداة لجمع البيانات تحتوي على (20) سؤال مقسمة إلى ثلاث أقسام بحيث تعلق القسم الأول من الاستمارة بالبيانات الشخصية (الجنس، السن، الكلية) لتحديد خصائص عينة الدراسة أما القسم الثاني فقد تعلق بدوافع استخدام الفايسبوك أما القسم الأخير فقد تعلق بالفايسبوك والتغير في العلاقات الاجتماعية بين الشباب الجامعي وهو عبارة عن مقياس على طريقة ليكرت الثلاثية تكون من 08 عبارات. أما عينة الدراسة فقد تمثلت في عينة كرة الثلج وقدر حجمها بـ (30) مفردة من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة والمستخدمين لموقع الفايسبوك من مختلف الكليات الست. وقد كشفت الدراسة عن ما يلي:

أولاً: بالنسبة لدوافع واشباكات استخدام الجامعيين للفايسبوك:

↔ أن المستخدمين للفايسبوك تعرفوا عليه من خلال أصدقائهم، فالأصدقاء هم الأكثر تأثيراً على بعضهم البعض.

↔ أظهرت البيانات أن الاهتمام بموقع الفايسبوك قد زاد بشكل كبير في السنوات الأخيرة حيث أن المستخدمون يقضون وقتاً طويلاً على موقع الفايسبوك، خاصة كلما كان لديهم وقت فراغ حتى بين الحصص في الجامعة يتوجهون إلى قاعات الانترنت المتواجدة على مستوى كلياتهم.

ثانياً: بالنسبة للفايسبوك والتغير في العلاقات الاجتماعية:

↔ أتاح موقع الفايسبوك لمستخدميه فرصة توسيع شبكة علاقاتهم مع الكثير من الشباب والأصدقاء من مختلف المجتمعات والثقافات، وحتى أصدقاءهم الحقيقيون يقضون معهم أوقات أطول على الفايسبوك أكثر مما يقضونها معهم وجها لوجه.

↔ الوقت الذي يقضيه المستخدمون للفايسبوك أكثر من الوقت الذي يقضونه مع أسرته مما جعل الأسرة تشنكي كثيراً بسبب انشغالهم بموقع الفايسبوك فقلت نشاطاتهم

وزياراتهم وتحديثهم إليهم، وأصبح جل اهتماماتهم ومعظم وقتهم يقضونه في استخدام الفايسبوك.

↔ كل ذلك أدى بالمستخدمين لموقع الفايسبوك بشعورهم أن تفاعلهم وصدقاتهم الحقيقية أصبحت تقل شيئاً فشيئاً كلما طال بهم استخدام موقع الفايسبوك.

↔ وأدى ذلك أيضاً بهم للعيش في واقع افتراضي مبحرين بين مختلف الثقافات والأصدقاء يتبادلون الصور والفيديوهات والحالات والأفكار وغيرها ويناقشون ويعلقون عليها متفرجين متفرغين لها دونما حساب للوقت الطويل وعلى حساب أسرهم وأصدقائهم الحقيقيين، فأصبح الشباب يتفاخر بكثرة عدد أصدقائه على الفايسبوك والاعجابات التي تأتيه من أناس افتراضيين وأهمل جل ما هو في واقعه الحقيقي.
(العقبى، ويركات، 2012، ص.ص. 181-196)

✍️ الدراسة التاسعة:

دراسة "الطاهر الإبراهيمي وآخرون" والمعنونة بـ "التفاعل السبرنتيكي على شبكة الفيس بوك وأثره على الوضعية التربوية للأسرة الجزائرية" (2012). وقد هدفت الدراسة إلى معرفة أثر التفاعل السبرنتيكي (الإلكتروني) على شبكة الفيس بوك على الوظيفة التربوية للأسرة الجزائرية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، كما تم اختيار عينة متكونة من 25 فرد مستخدم لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك وقد كان اختيار العينة بطريقة عشوائية، وأستخدم الاستبيان الذي تكون من 24 سؤال تم توزيعه عن طريق النت وبواسطة شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك على العينة المبحوثة والتي تستخدم هذا الموقع للتواصل الاجتماعي. وقد تم التوصل إلى أنه قد أصبح للتفاعل السبرنتيكي أثر في أداء الأسرة لوظيفتها التربوية، وقد تمثل هذا الأثر في:

↔ أن المواقع الإلكترونية لها دور في استحضار الشباب للأعياد الدينية والمناسبات الاجتماعية.

↔ أن بعض ما ينشر على الفايسبوك فيه مساس ببعض الشعائر الدينية.

- ↔ أن الانترنت أحد عوامل تنمية الثقافة الشعبية.
- ↔ أن الانترنت تنمي روح الإبداع والاكتشاف.
- ↔ أن شبكات التواصل الاجتماعي تآثر على زيادة معرفة قيمة الصناعات التقليدية داخل المجتمع.
- ↔ أن شبكات التواصل الاجتماعي لم ترق إلى حد الآن إلى التأثير على دور الأسر في نقل القيم الثقافية.
- ↔ أن لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي إسهام في دفع الأفراد إلى المشاركة الاجتماعية داخل المجتمع وذلك راجع إلى حافز التقليد والمحاكاة ذلك أنه في العديد من المرات تنتشر شبكات التواصل الاجتماعي استمارات وإعلانات لحملات تطوعية داخل المجتمع أو دفع إلى عمل خيري متواصل (الإعلانات الخيرية) فيقوم المستخدمون بالتواصل.
- ↔ أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم بقدر كبير في زيادة قيمة العمل لدى المتصلين فيها.
- ↔ أن لشبكات التواصل الاجتماعي مساهمة في زيادة احترام الوالدين.
- ↔ أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور في تناول قضايا الشباب ومشكلاتهم.
- ↔ تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تبصيرهم ببعض أمراض العصر (الايذز، السرطان، القلق...).
- ↔ لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي أثر في احترام شخصية الرئيس.
- ↔ للتفاعل السبرنتيكي أثر على دور الأسرة في الإعداد الاجتماعي لأبنائها.
- ↔ أن لشبكات التواصل الاجتماعي تآثير على دور الأسرة في الإعداد للمواطنة الصالحة. (الابراهيمى، ويوترعة، ولوحيدي، 2012، ص.ص.98-132)

✍️ الدراسة العاشرة:

تم إعداد هذه الدراسة من طرف "أحمد مسعودان" و"العبد ورم" والمعنونة بـ "العلاقة بين شبكة التواصل الاجتماعي والاعتراب الثقافي للشباب، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة البشير الإبراهيمي - برج بوعريريج- (2012). حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي، والاطلاع على مدى استعمالهم لها ودرجة تأثيرها في عملية الاعتراب لديهم، وكذا معرفة مستوى ظاهرة الاعتراب لدى الشباب الجامعي.

وقد طبقت الدراسة على طلبة البشير الإبراهيمي ببرج بوعريريج الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدمت أسلوب المعاينة غير الاحتمالية -العينة الفرضية- وقد بلغ حجم العينة (50) طالب مستخدما لشبكات التواصل الاجتماعي وطبق عليهم الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى:

↩ أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما هو الفيسبوك.

↩ أن هناك علاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والاعتراب الثقافي، بحيث أن لشبكات التواصل دور في حصول الاعتراب الثقافي للشباب الجامعي نسبيا. (مسعودان، ووارم، 2012، ص.ص. 135 - 159)

✍️ الدراسة الحادية عشر:

وهي دراسة "فتيحة كركوش"، و"أمينة بن قويدر" والمعنونة بـ "تأثير شبكة التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية" - دراسة ميدانية - (2012)، حيث حاولت هذه الدراسة الكشف عن طبيعة العلاقات الأسرية وبالأخص العلاقة بين الآباء والأبناء في ظل التغير الاجتماعي الذي من أهم سماته الانتشار الواسع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ولتحقيق هدف الدراسة تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدم في جمع البيانات الاستبيان الذي اشتمل على ثلاث محاور أولها خاص بمواصفات أفراد العينة، أما المحور

الثاني يتعلق باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، في حين تعلق المحور الثالث بتأثير شبكات التواصل على التنشئة الاجتماعية، وقد طبق الاستبيان على عينة الدراسة البالغ عددها (30) فرد تختلف من حيث بعض المتغيرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، الحالة المهنية). وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج كما يلي:
أولاً: مدى استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي.

↔ أغلب أفراد العينة بدأ اهتمامهم بمواقع التواصل الاجتماعي منذ 3 سنوات فما فوق وذلك بمعدل ساعة إلى ساعتين يومياً لدى الغالبية.

↔ أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك يليه بعد ذلك البريد الإلكتروني، ثم تليه مواقع أخرى مثل (السكايب و الأمسان) يليها بعد ذلك اليوتوب وتويتر.

↔ الهدف من دخول هذه المواقع حسب الأغلبية فقد صرحوا بأنهم يستخدمونها لهدف ثقافي يليه بعد ذلك الهدف الاجتماعي والدراسي، ثم التسلية فالهدف الوظيفي، ليقع الهدف التجاري في المرتبة الأولى.

↔ أغلب أفراد العينة يدخلون إلى هذه المواقع من بيوتهم مما يزيد من المدة المستخدمة ويستقطع هذا الوقت من الوقت المخصص للعائلة بما أنه في البيت.

ثانياً: تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية:

لقد توصلت هذه الدراسة إلى أن العلاقات الأسرية تتضرر من جراء استخدام الفرد المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي، وأن تفاعلهم مع أسرهم يقل ونتيجة ذلك يدخل في صراع مستمر مع أفراد الأسرة وخاصة الوالدين. (كركوش، وبن قويدر، 2012، ص.ص. 428-444)

2- موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة الذكر:

من خلال عرضنا للدراسات السابقة نلاحظ أن أغلبها قد تناول بالبحث شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، كما أن جلها يتفق في تطبيق دراستها على المستخدمين إما للفيسبوك أو للشبكات الاجتماعية على النت من فئة الشباب (بما فيهم الطلبة الجامعيين) دون غيرها من الفئات الأخرى، معتمدة في ذلك على أحد المنهجين إما منهج المسح الاجتماعي أو

المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدمت جلها إما الاستبيان أو الاستمارة الالكترونية عن طريق النت كوسيلة رئيسية في جمع البيانات، أضف إلى ذلك أن هذه الدراسات تتماشى مع بعضها البعض في مجموعة من النتائج لعل أبرزها؛ أن الفيسبوك يحتل الصدارة في الاستخدام مقارنة بشبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، إذ أنه يلقي إقبالا متزايدا عليه ورواجا كبيرا خاصة من طرف الشباب، نظرا لما يحققه لهم من اشباعات معينة، بغض النظر عن تأثيره عليهم سواء بشكل ايجابي أو سلبي.

ورغم نقاط التقاطع التي تجمع بين هاته الدراسات إلا أنها تختلف في كيفية تناولها لشبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، فهناك من اهتمت بدراسة الاستخدامات والإشباعات المحققة منه كدراسة (محمد الأمين فورار، 2010)، أو أثر هذا الاستخدام على التحصيل الدراسي كدراسة (أرين كارينسكي، 2010)، أو أثر استخدام الفيسبوك على تقدير الذات كدراسة (حسني عوض، 2012/2011)، أو تأثيره على العلاقات الاجتماعية كدراسة (ميشيل فانسون، 2010)، ودراسة (العقبي الأزهر، ونوال بركات، 2012)، ودراسة (فتيحة كركوش، وأمينة بن قويدر، 2012)، أو تأثيره على الوظيفة التربوية للأسرة الجزائرية كدراسة (الطاهر الإبراهيمي وآخرون، 2012)، كما أننا نجد بعض هذه الدراسات قد تناولت بالبحث شبكات التواصل الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية بصفة عامة دون التركيز على الفيسبوك كدراسة (ايفز ماري كان، 2010)، ودراسة (الخامسة رمضان، 2012، 2011)، ودراسة (أحمد مسعودان، والعيد وارم، 2012)، ما عدى دراسة (سليمان بورحلة، 2008/2007) والتي هدفت للتعرف على أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم.

أضف إلى ذلك أن هذه الدراسات تختلف في نتائجها وهذا راجع لكيفية تناول الموضوع وكذا البيئة التي أجريت فيها الدراسة، عدى عن الأسلوب المتبع في اختيار عينة الدراسة (احتمالية أو غير احتمالية). فنجد مثلا من نتائج بعض الدراسات والتي توصلت إلى أن الشبكات الاجتماعية غير ناجحة في ربط علاقات حقيقية وقوية كدراسة (الخامسة رمضان، 2012/2011)، وهذا عكس ما توصلت إليه نتائج دراسة (محمد الأمين فورار،

(2010)، كما خلصت هذه الأخيرة إلى أن دوافع استخدام الشباب للفيسبوك هي تكوين الصداقات ثم التسلية والترويح عن النفس...، بينما توصلت دراسة (أرين كارينسكي، 2010) إلى أن أهم دوافع استخدام الفيسبوك هو الدردشة وحل الفوازير وإبداء الرأي في الكثير من الأمور...، أما دراسة (الخامسة رمضان، 2012/2011) فتوصلت إلى أن دوافع الاستخدام هي الترفيه ثم الحصول على معلومات ومعارف، في حين نجد دراسة (فتيحة مركوش، وأمينة بن قويدر) قد توصلت إلى أن دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كما هي على التوالي ثقافية ثم اجتماعية ودراسية ثم التسلية ثم تجارية.

أما دراستنا الحالية فقد اتفقت مع ما سبقها من دراسات حول تناولها بالدراسة شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" حيث اشتركت مع دراسة (سليمان بورحلة، 2008/2007) في متغير الاتجاهات، كما أن مجتمع بحث دراستنا مشابه لمجتمع بحث جل الدراسات السابق ذكرها والمتمثل في فئة الشباب المستخدمين للفيسبوك أو بصفة عامة للشبكات الاجتماعية على النت، كما تتشابه أيضا مع بعض الدراسات التي اعتمدت المنهج الوصفي لكن ما يميز دراستنا أنها اعتمدت المنهج الوصفي بأسلوبه المقارن لتحقيق أهداف البحث من جهة، ومن جهة أخرى تختلف مع دراسات أخرى استخدمت منهج المسح الاجتماعي.

كما تختلف أيضا عن هذه الدراسات في أداة جمع البيانات حيث أن كل الدراسات التي تم عرضها استخدمت إما الاستبيان أو الاستمارة الالكترونية، في حين الدراسة الحالية فقد تم فيها بناء مقياس على طريقة ليكرت الخماسي لقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية لطلبة جامعة محمد خيضر بسكرة نحو الفيسبوك. كما أن الدراسات السابقة اعتمدت في دراستها على مجموعة متغيرات (الجنس أو السن أو الحالة الاجتماعية أو الحالة المهنية أو مكان الإقامة أو المؤهل العلمي...) كل حسب دراسته، وما تتميز به دراستنا أنها ركزت على ثلاث متغيرات أساسية بالنسبة لهاته الدراسة وهي (الجنس، سنوات الاستخدام وساعات الاستخدام في اليوم وفي الأسبوع وفي الشهر لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك).

الفصل الثاني: الاتجاهات النفسية الاجتماعية

- تمهيد

1. تعريف الاتجاهات النفسية الاجتماعية
2. مكونات الاتجاهات النفسية الاجتماعية
3. المفاهيم المتصلة بالاتجاهات النفسية الاجتماعية
4. خصائص الاتجاهات النفسية الاجتماعية
5. تصنيف الاتجاهات النفسية الاجتماعية
6. طبيعة الاتجاهات النفسية الاجتماعية
7. وظائف الاتجاهات النفسية الاجتماعية
8. تكوين الاتجاهات النفسية الاجتماعية
9. تعديل الاتجاهات النفسية الاجتماعية
10. النظريات المفسرة للاتجاهات النفسية الاجتماعية
11. قياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية

- خلاصة

تمهيد

تحتل دراسة الاتجاهات النفسية الاجتماعية مكانة بارزة في علم النفس الاجتماعي باعتبارها أهم نواتج عملية التنشئة الاجتماعية، وبمثابة محددات موجة وضابطة ومنظمة للسلوك الاجتماعي، حيث أن لكل فرد أو جماعة اجتماعية نظاماً معيناً من الاتجاهات التي يتم تعلمها أو اكتسابها من البيئة المحيطة عبر مراحل النمو المختلفة، كما أن الاتجاهات النفسية الاجتماعية تنمو وتتطور حتى تصبح تكوينات ثابتة نسبياً يمكنها أن تسهم في بناء الشخصية إضافة إلى دورها في إمكانية التنبؤ بالسلوك ومن ثم السعي إلى ضبط وتوجيه هذه الاتجاهات.

وبالنظر لأهمية الاتجاهات النفسية الاجتماعية فقد أصبحت ترتبط بكثير من المجالات التطبيقية كالتربية، التعليم والصحة النفسية، الخدمة الاجتماعية، الصناعة، الإنتاج، العلاقات العامة والإعلام، السياسة، الاقتصاد، الصحافة، الإدارة... الخ. ومن هنا كانت الاتجاهات النفسية الاجتماعية محور الكثير من الدراسات بل العمود الفقري لها في علم النفس بصفة عامة وعلم النفس الاجتماعي بصفة خاصة. وعليه أتى هذا الفصل متضمناً لأهم ما تعلق بموضوع الاتجاهات النفسية الاجتماعية في التراث الأدبي وفق عناصر تتكامل مع بعضها البعض مُشاراً إليها آنفاً في خطة هذا الفصل.

أولاً: تعريف الاتجاهات النفسية الاجتماعية

يشكل مفهوم الاتجاهات النفسية الاجتماعية أهم المفاهيم في علم النفس الاجتماعي وأكثرها ثراءً، بل إنها تُعد هي المحور الأساسي لعلم النفس الاجتماعي لدرجة أدت بالبعض إلى القول بأن: "علم النفس الاجتماعي ما هو إلا الدراسة العلمية للاتجاهات"

وعلى الرغم من الأهمية الكبيرة لهذا المفهوم، إلا أنه لا يوجد تعريف واحد للاتجاه* يعترف به الدارسين والباحثين في الميدان، فهناك كثير من وجهات النظر المتباينة حول معنى الاتجاه، وهذا ما كشف عنه "أجزين وفيشباين" في مراجعتهما للتعريفات المختلفة لمفهوم الاتجاه، حيث أمكنهما حصر ما يقرب 500 تعريف تبين أنها متباينة عن بعضها البعض، وفي 70% من 200 دراسة تم تعريف الاتجاه بأكثر من معنى. (عبد الله، وخليفة، 2001، ص.ص. 277- 280)

ويمكن إيراد بعض من هذه التعاريف كما يلي:

- يعرف (بوجاردوس **Bogardus 1931**) الاتجاه بأنه: "الميل الذي يوجه السلوك قريبا من بعض عوامل البيئة أو بعيداً عنها، ويضفي عليها معايير موجبة أو سالبة تبعا لجاذبيتها أو النفور منها". (طعم الله، 2004، ص. 165)
- ويعرف (وليم مورجان **Morgan 1973**) الاتجاه بأنه: "موقف عقلي يوجه السلوك نحو خبرة جديدة متأثرة بالخبرات السابقة". (أحمد، 2001، ص. 99)
- ويعرف كل من (هورويتز وبوردنز **Horowitz & Bordens 1995**) الاتجاهات على أنها: "حالة استعداد تتكون لدى الفرد نتيجة الخبرات، وتؤثر على استجابته نحو المواضيع والمواقف المختلفة". (حجازي، 2008، ص. 77)
- ويعرف (جابر عبد الحميد 1978) الاتجاه بأنه: "عبارة عن استعداد أو سبق الاستجابة ولكنها تختلف عن حالات الاستعداد الأخرى في أنها استعداد للاستجابات التقويمية". (عثمان، 1998، ص. 29)
- ويعرف (دسوقي 1988) الاتجاه بأنه: "نزعات استجابة للناس والأشياء والأحداث والنظم إما إيجابا أو سلبا، أي نحو أو ضد". (مصطفى، 2009، ص. 102)

* الاتجاه في اللغة: قصد جهة معينة، يقال "اتجه القبلة" أي التوجه نحو الكعبة المشرفة لأداء فريضة الصلاة. والاتجاه مصدر للفعل "اتجه" يقال: اتجه الشخص إليه: أي أقبل بوجهه عليه وقصده، واتجه له رأى: أي سنع (عرض).

نلاحظ من هذه التعاريف أنها اعتبرت الاتجاهات بمثابة ميل أو نزوع للاستعداد نحو الاستجابة، وأنها موجهة للسلوك المرتبط بالبيئة، كما تضيء على الاتجاه بعض المعايير الاجتماعية، سواء كانت ايجابية أو سلبية، والتي ترتبط بمدى قرب أو بعد الاتجاه عنها.

➤ بينما يعرف (فؤاد أبو حطب 1983) الاتجاه بأنه: "حالة تهيؤ عقلي يستلزم الهدوء والتأهب أو الاستعداد للاستجابة، سواء قبول أو رفض الأشياء الاجتماعية". (إبراهيم، د.ت، ص.ص. 134-135)

➤ وهذا ما أشار إليه (ألبرت 1935 Allport) بأن الاتجاه: "حالة من الاستعداد الذهني والعصبي تتشكل من خلال التجربة لتمارس تأثيرها التوجيهي والحركي على استجابة الفرد للأشياء والمواقف التي له صلة بها". (مان، 1999، ص.63)

➤ وهذا ما يراه كل من (جيسون وجون وجين 1994 Gibson, John & Jane) بأن الاتجاه: "شعور أو حالة من استعداد ذهني ايجابية أو سلبية، مكتسبة ومنظمة من خلال الخبرة والتجربة، وهي التي تحدث تأثيراً محددًا في استجابة الفرد نحو الناس والأشياء والمواقف". (الجراح، 2007، ص.165)

نرى من هذه التعاريف تركيزهم من خلال تعريفهم للاتجاهات على النواحي الاجتماعية والنفسية والعقلية المتأثرة بخبرات الأشخاص في الحياة، كما أشارت إلى دور الاتجاه الدينامي من حيث نوعية الاستجابة إزاء كل الموضوعات والمواقف الاجتماعية المرتبطة بها، سواء كانت إيجابية أو سلبية.

➤ فحين يعرف (كامبل 1950 Cambell) الاتجاهات بأنها: "الاتساق الاستجابي المتزامن نحو موضوعات اجتماعية معينة". مشيراً بذلك إلى ترابط الاستجابة بالنسبة للفرد نحو مجموعة من المشكلات الاجتماعية.

➤ وهذا ما أكده أيضا (نجيب إسكندر 1961) بأن الاتجاهات: "عبارة عن محصلة استجابة الفرد نحو موضوع ذو صبغة اجتماعية".

ونلاحظ من هذين التعريفين تركيزهما في تعريفهما للاتجاهات على طبيعتها، خاصة من النواحي الاجتماعية. (إبراهيم، د.ت، ص. ص. 135 - 136)

➤ أما (شيف Chave) فيرى أن: "الاتجاه مركب من الأحاسيس والرغبات والمعتقدات والميول التي كونت نمطا مميزا للقيام بعمل ما أو الاستجابة نحو موقف محدد بفضل الخبرات السابقة المتنوعة". (أحمد، 2001، ص. 99)

➤ وكذلك يعرفه (ليفين Levin) بأنه: "ذو بنية وجدانية تعمل في تفاعل مستمر لتحديد السلوك التالي".

➤ ويؤيد (سويف) في تعريفه للاتجاه بأنه: "الحالة الوجدانية القائمة وراء رأي الشخص أو اعتقاده فيما يتعلق بموضوع معين، من حيث رفضه لهذا الموضوع أو قبوله ودرجة هذا الرفض أو القبول". (الطاهر، 1991، ص. 28)

➤ وهذا ما يراه (نشواني) في تعريفه للاتجاه بأنه: "مشاعر خاصة تتولد لدى الشخص نتيجة مروره بالخبرات على شكل رغبة أو عدم رغبة في دراسة موضوع ما حيث تتصف المشاعر بالرفض أو القبول أو الحب أو الكراهية".

➤ وتعرف (موسوعة ويكيبيديا) الاتجاه بأنه: "مفهوم افتراضي يمثل رغبة الفرد أو عدمها اتجاه شيء أو سلوك أو حدث وعادة ما تكون سلبية أو ايجابية أو محايدة". (العتوم، 2009، ص. 196)

نلاحظ من هذه التعاريف أنها ركزت في تعريفها للاتجاهات على المكون الوجداني أو الانفعالي للاتجاه من خلال مشاعر الفرد ورغباته نحو الموضوع ومن إقباله عليه أو نفوره منه، وحبه أو كرهه له.

➤ أما (أوسكμπ 1977 Oskamp) فيعرف الاتجاه بأنه: "متغير وسيط غير مرئي، ويؤثر على العلاقة بين أحداث المثيرات والاستجابات السلوكية".

لقد اعتبر هذا التعريف للاتجاهات بمثابة وسيط بمعنى أنها حلقة الوصل بين كل من المثير والاستجابة، وأن الاتجاه هو الذي يوجه الاستجابة نحو المثير نتيجة تأثرها به.

➤ بينما يشير كل من (كريتش وكرتشفيلد 1962 Krech & Crutchfield) إلى الاتجاه: "عبارة عن تنظيم مستقر للعمليات الواقعية والإدراكية والمعرفية لدى الشخص نحو الموضوعات التي ترتبط بعالمه الخاص".

نلاحظ من هذا التعريف تركيزه على الجوانب المعرفية للاتجاهات، والتي ترتبط بمعارف الشخص إزاء الموضوعات الاجتماعية المرتبطة بواقعه الاجتماعي. (إبراهيم، دت، ص. 136-137)

نستنتج من التعاريف السابق ذكرها بأن الاتجاهات النفسية الاجتماعية: "مفهوم ثابت نسبياً يعبر عن درجة استجابة الفرد لموضوع معين استجابة إما بالإيجاب أو الرفض، نتيجة لتفاعل مجموعة من العوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية تشكل في مجملها خبرات الفرد ومعتقداته وسلوكه نحو الأشياء والأشخاص المحيطة به".

وبالنظر لهذا التعريف نجد أن:

✚ عبارة: "مفهوم ثابت نسبياً"، تشير إلى أن الاتجاهات النفسية الاجتماعية لا يمكن وصفها بأنها جامدة في ثبوتها أو أنها متغيرة باستمرارها من لحظة لأخرى؛ وإنما هي ثابتة نسبياً وثباتها النسبي يعني إمكانية تغييرها أو تعديلها.

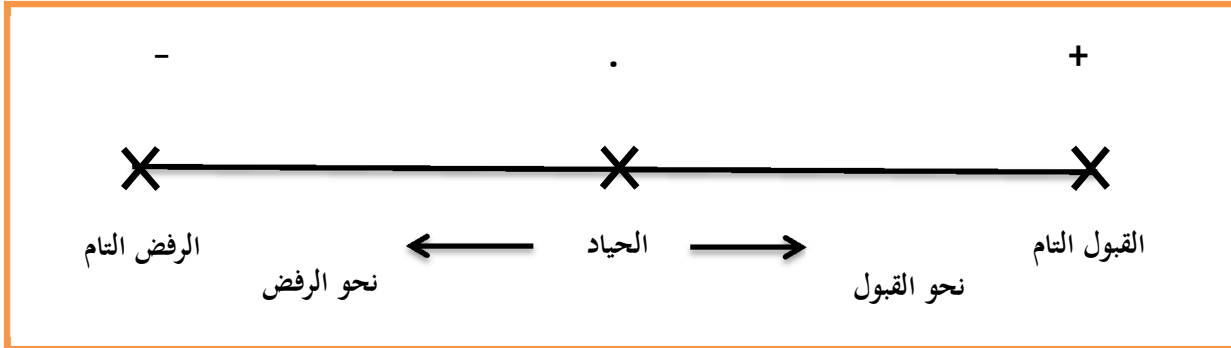
✚ وكلمة: "درجة" تعني النسبية وهي تحمل في ثناياها أن الاتجاهات النفسية الاجتماعية يمكن قياسها وإعطائها درجة.

✚ عبارة: "استجابة الفرد لموضوع معين إما بالإيجاب أو الرفض" تعني أن الاتجاهات النفسية الاجتماعية كما يراها الباحثون تشبه خطأ مستقيماً. يمتد بين نقطتين أحدهما تمثل أقصى درجات القبول للموضوع الذي يرتبط به الاتجاه والأخرى تمثل أقصى درجات الرفض لهذا الموضوع، والمسافة القائمة بينهما تنقسم إلى نصفين عند نقطة الحياد التام، ويتدرج أحد النصفين شيئاً فشيئاً نحو ازدياد القبول كلما ابتعدنا عن

الحياد، ويتدرج النصف الثاني نحو ازدياد الرفض كما هو في الشكل: (بني جابر، 2002،

ص. 286)

شكل رقم (1): يوضح درجات الاتجاهات النفسية الاجتماعية



المصدر: (بني جابر، 2002، ص. 286)

وبالرجوع إلى التعريف السابق نجد أن:

عبارة "تفاعل مجموعة من العوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية" تشير إلى العناصر والجوانب التي تتكون منها الاتجاهات النفسية الاجتماعية وهي الجانب المعرفي والجانب الوجداني (الانفعالي) والجانب السلوكي (النزوعي) وهذه الجوانب لا تعمل منفصلة بعضها عن بعض، ولكنها تعمل في تفاعل دينامي بين بعضها البعض وبينها وبين الموضوعات التي ترتبط بها من جهة أخرى.

ثانيا: مكونات الاتجاهات النفسية الاجتماعية

كان (سميث Smith) هو أول من قدم تحليلا منظما وشاملا عن الاتجاهات فقد ميز في وصفه للاتجاهات بين ثلاثة مكونات يمكن قياسها؛ المكون الأول: ويتمثل في الجانب المعرفي، ويميز فيه بين السياق المعلوماتي **Informational Context** الذي يتضمن معلومات الفرد ومعتقداته عن موضوع الاتجاه وبين المنظور الزمني **Time Perspective** وهو مقدار الدور الذي تؤديه التطورات المتوقعة بالنسبة لموضوع الاتجاه في نظرة الفرد الحالية. المكون الثاني: ويتمثل في الجوانب الانفعالية، والتي يمكن قياسها من حيث وجهتها وشدتها. المكون الثالث: ويتمثل في الجانب النزوعي (السلوكي) ويتصل بطرق العمل التي يرغب الشخص في اتباعها نحو موضوع الاتجاه. (عبدالله، وخليفة، 2001، ص. 281)

ونشير لمعنى كل مكون من المكونات الثلاثة للاتجاهات النفسية الاجتماعية على النحو الآتي:

1-2- المكونات المعرفي Cognitive Components:

وينقسم المكون المعرفي إلى:

- أ- المدركات والمفاهيم Concepts: والمقصود بهما كل ما يدركه الفرد حسياً أو معنوياً.
- ب- المعتقدات Beliefs: ويقصد بها مجموعة المفاهيم الراسخة في عقل الفرد، فالناحية المعرفية للاتجاهات تتكون من معتقدات الفرد إزاء موضوع أو شيء معين، وقد تكون هذه المعتقدات مرغوبة أو غير مرغوبة.
- ت- التوقعات Expectations: وهي ما يمكن أن يتنبأ به الفرد بالنسبة للآخرين أو يتوقع حدوثه منهم.

وتعتبر كل من المدركات والمعتقدات والتوقعات الأساس المعرفي لتكوين الاتجاه عن الفرد بصرف النظر عن كونه اتجاهاً إيجابياً أم اتجاهاً سلبياً. (منسي، والطوب، وصالح، وقاسم، 2001، ص. 229)

والمكون المعرفي يعتبر من أهم مكونات الاتجاهات النفسية الاجتماعية إذ أنه يمثل الأساس العام لبقية المكونات والذي اكتسبه الفرد عن طريق الثقافة والتعلم والتنشئة الاجتماعية... الخ، إما بواسطة الممارسة المباشرة أو عن طريق النقل والتلقين.

2-2- المكون الوجداني (الانفعالي) Affective Component:

وهو مكون أساسي في الاتجاه ويقصد به الجوانب الوجدانية التي تتعلق بالشحنة الانفعالية التي تعطي الاتجاهات صفاتها الهامة. والمكون الانفعالي يجعل الفرد يميل إلى الشيء أو ينفّر منه، ويستدل على هذا المكون من خلال مشاعر الشخص ورغباته نحو الموضوع ومن أقباله عليه أو نفوره منه وحبّه أو كرهه له. (الصفطي، ومكاري، وناجي، د.ت، ص. 241)

ويعتبر فيجن VACHON نوع العلاقة بين المركب المعرفي والوجداني علاقة سببية، أي أنه من غير الممكن الفصل بينهما في أي نشاط، فالأمر المهم هو أن يوجد مكون معرفي لكل جانب وجداني، ويوجد مكون وجداني لكل جانب معرفي. (الظاهر، 1991، ص.31)

2-3- المكون السلوكي Behavioral Component:

يتضح المكون السلوكي للاتجاه في الاستجابة العملية نحو الاتجاه بطريقة ما، أي هو مجموع التعبيرات والاستجابات الواضحة التي يقدمها الفرد وفقاً لمشاعره ومعتقداته اتجاه موضوع ما وذلك إما بطريقة ايجابية أو سلبية.

فإذا كان للفرد اتجاه ايجابي نحو موضوع معين فإنه يبذل كل ما في وسعه لمساندة هذا الاتجاه، أما إذا كان لديه اتجاه سالباً نحو موضوع ما فإنه سوف يرفضه ويرفض أيضاً كل ما يتعلق به. (الصفطي، ومكاري، وناجي، د.ت، ص.241)

إن المكون السلوكي هو عبارة عن الحصيلة النهائية لتفاعل المكونين المعرفي والوجداني بحيث يسلك الفرد سلوكاً ايجابياً أو سلبياً نحو موضوع لاتجاه. فعندما يكون الفرد رصيذاً من الخبرة والمعرفة والمعلومات التي تساعد في تكوين الانفعال يقوم الفرد بالنزوع أو السلوك أو تقديم الاستجابة التي تتناسب مع هذا الانفعال ومع هذه المعرفة.

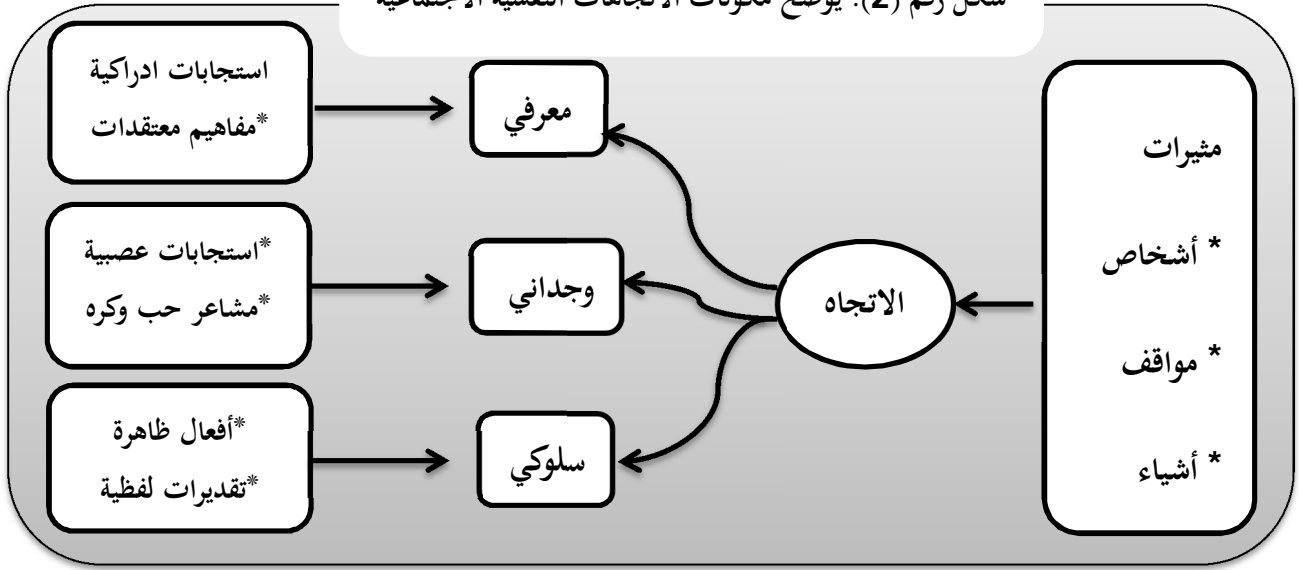
وهذا ما أشار إليه (سميث) في تعريفه للاتجاه بالقول إنه: "تركيب ثابت نسبياً لمكونات

ثلاثية، معرفية وجدانية وسلوكية". (المهوس، 2004، ص.144)

وتتصف المكونات الثلاثة للاتجاهات النفسية الاجتماعية بالترابط والتأثير المتبادل فيما بينهما؛ فمعارفنا عن موضوع ما تتأثر بمشاعرنا نحوه وباستعداداتنا لإصدار سلوك ونحن بصدد، كما أن أي تغيير يحدث في المعارف يؤدي إلى تغيير مماثل في المشاعر، ومن ثم السلوك والعكس صحيح إلى حد كبير، إضافة إلى التأثير المتبادل بين مكونات الاتجاهات فيما بينها فهي تتأثر كذلك بالسياق الاجتماعي والثقافي المرتبط بموضوع الاتجاه. وعلى ضوء ما سبق فإن الاتجاهات عبارة عن نموذج ثلاثي الأبعاد كما هو مبين في الشكل

التالي:

شكل رقم (2): يوضح مكونات الاتجاهات النفسية الاجتماعية



المصدر: (العتوم، 2009، ص. 198)

ثالثاً: المفاهيم المتصلة بالاتجاهات النفسية الاجتماعية

نحاول في هذا العنصر بيان الفروق بين مفهوم الاتجاهات النفسية الاجتماعية والمفاهيم الأخرى كالرأي، الميول، الاعتقادات، القيم، الدوافع، التي عادة ما تتداخل وتتشابه وترتبط بها كما يلي:

الفرق بين المفاهيم		المفاهيم
الرأي	الاتجاهات	الاتجاهات و الرأي
<ul style="list-style-type: none"> ▪ أما الرأي فهو حكم محدد يطلق على حادثة محددة في مناسبة ما. ▪ أما الرأي فإن الصيغة الانفعالية المرافقة للسلوك فيه أقل بروزاً، مع العلم أن العوامل الانفعالية، مثل المشاعر وغيرها يمكن أن تتدخل في تكوين رأي ما كما يمكن أن تتدخل في تكوين اتجاه ما. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ يعد الاتجاه تهيؤاً للسلوك باتجاه أمر ما يمكن أن يظهر ضمن شروط متنوعة وفي مناسبات مختلفة. ▪ الصيغة الانفعالية المرافقة للسلوك المعبر عن الاتجاه هي الأكثر بروزاً. 	
(الرفاعي، 1982، ص. 117)		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ فحين يرتبط الرأي بكثير من جوانب الجدل والنقاش أو الخلاف الذي يدور حول موضوع الرأي. ▪ لكن في الرأي لا يستخدم إلا أسئلة قليلة كما يعبر عن النتائج في قياس الرأي العام في شكل نسب مئوية. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ تكونت الاتجاهات بفعل التنشئة الاجتماعية للفرد منذ السنين الأولى من حياته، وبفعل العوامل الثقافية المختلفة أيضاً. ▪ في الاتجاه تستخدم العديد من الأسئلة، ويعتمد في قياس الاتجاه على إعطاء درجات للفرد تعكس شدة الاتجاه لديه. 	
(أبو النيل، 2009، ص. 370)		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ بينما قياس الآراء يختص بالجماعات (جزء الطلبة المعنيين بالنشاطات الطلابية مثلاً)، فالدراسات حول الآراء تهتم بالسلوك الذي يتم التنبؤ به أكثر من اهتمام الدراسات حول الاتجاهات بذلك. ▪ وعند دراستهم للآراء فيوجهون أنظارهم إلى النوع العام (Public) منها 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ مقاييس الاتجاهات تخص في الدرجة الأولى الأفراد (أين يقف الفرد المعين على مقاييس تلك الاتجاهات من حيث تأييده أو عدم تأييده لموقف ما). ▪ كما أن الباحثين عندما يدرسون الاتجاهات فهم يوجهون أنظارهم 	

<p>إلى الخاص (Private) منها. يميل الاتجاه إلى الثبات نسبياً.</p>	<p>▪ بينما الرأي متغير نسبياً</p>	
<p>(عدس، وقطامي، 2002، ص. 236)</p>		
<p>▪ الاتجاه تهيؤٍ ضمني لا يلاحظ مباشرة بل تدل عليه أنماط من السلوك من بينها الآراء</p>	<p>▪ أما الرأي سلوك واضح يوضع موضع الملاحظة المباشرة.</p>	
<p>(الرفاعي، 1982، ص. 117)</p>		
<p>الاتجاهات</p>	<p>الميول</p>	
<p>▪ الصبغة العقلية تغلب على الاتجاه، وتكون الصبغة الانفعالية ضعيفة. ▪ الاتجاه أكثر ثباتاً في النفس واستمراراً في حياة الفرد مما عليه في الميل. ▪ الغالب على موضوعات الاتجاهات أنها اجتماعية، وأن العناية بها في المجتمع واضحة. ▪ الاتجاه أكثر عمقا في بناء الشخص وأشد أثراً من الاهتمام (الميل) وذلك لغلبة الطابع العقلي على الاتجاه، ومن توظيف الاتجاه قناعات الشخص واعتقاداته حين يغدوا وهذا الاتجاه قائماً عنده. الاتجاهات قد تكون موجبة أو سالبة أو محايدة.</p>	<p>▪ الصبغة الانفعالية تغلب على الميل وتكون الصبغة العقلية ضعيفة. ▪ وليس الحال كذلك في موضوع الميل أو هدفه، إذ يحتمل كثيراً أن يكون موضوع الاهتمام شيئاً يخص الشخص وحده. ▪ الميل دائماً إيجابي، وتعد الميول أكثر تحديداً وخصوصية من الاتجاهات.</p>	<p>و الميول</p>
<p>(واضح، 2010، ص. 94)</p>		

الاتجاهات	الاتجاهات	الاتجاهات
<p>الاعتقادات</p> <p>بينما الاعتقادات أفكار تعبر عن نوع من الأحكام المعرفية أو عدة محاكمات، وأنها لا تحمل الصيغة الانفعالية في أعماقها.</p>	<p>الاتجاهات</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ في الاتجاهات لكل منها موضوعه وهو أوسع وأشمل من موضوع الاعتقاد في تنوع حالات ظهوره، ثم إن في الاتجاه من الصيغة الانفعالية ما لا يوجد في الاعتقاد على وجه العموم. ▪ إن الاتجاه الواحد يخلص أو ينطوي على عدة اعتقادات ولكن من دون أن يقف عندها أو يتطابق مع كل منها، فقد يبدو الاتجاه مختلفاً مع اعتقاد يكون جزءاً أو طرفاً من عدة اعتقادات ينطوي عليها الاتجاه. 	<p>الاتجاهات و الاعتقادات</p>
<p>(الرفاعي، 1982، ص. 116)</p>		
القيم	الاتجاهات	الاتجاهات
<p>القيم</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ أما القيمة أعم وأشمل من الاتجاهات، حيث تمثل القيم محددات اتجاهات الأفراد، فالقيم تجريدات أو تعميمات تتضح أو تكشف عن نفسها من خلال تعبير الأفراد عن اتجاهاتهم نحو موضوعات محددة، فاتجاه الفرد نحو مبنى ضخم-مثلاً- قد يتأثر بالدرجة التي توجد بها قيمة الجمال عند هذا الفرد. ▪ القيم تقدم المضمون للاتجاهات كما أن القيم ينقصها موضوع محدد تنصب عليه. 	<p>الاتجاهات</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ تتشكل مجموعة الاتجاهات فيما بينها علاقة قوية لتكون قيمة معينة أو بمعنى آخر أن الاتجاه تعبير داخلي عن قيمة أو مجموعة قيم. ▪ الاتجاهات ترتبط دائماً بموضوع محدد. 	<p>الاتجاهات و القيم</p>
<p>(درويش، 1999، ص. 92)</p>		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ أما القيم تولف نظاماً عميق المكانة في بنية الشخصية، ومن بين 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ الاتجاه لا يؤلف معياراً للسلوك، ولا يكون هو ذاته هدفاً حياتياً. 	

<p>النظريات في طبيعة الشخصية النظرية القائلة إن الشخصية نظام قيم، والقيم متنوعة منها العقلي، الاجتماعي، الأخلاقي، الجمالي والاقتصادي، ويوضح تحليل أي منها أنها تعبر عن هدف حياتي وأنها معيار لسلوك الفرد.</p>		
<p>(الرفاعي، 1982، ص.116)</p>		
<p>الدوافع</p>	<p>الاتجاهات</p>	<p>الاتجاهات و الدوافع</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ أما الدوافع فهو شخصي ونابع من ذات الفرد، لا يتأثر بالبيئة التي يعيش فيها الفرد ولا تتدخل في تكوينه الخبرات التي يكتسبها الفرد. ▪ أما القوة الدافعة ترتبط بمدى إدراك الفرد للنقص في إشباع حاجاته ورغباته. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ يتأثر بالخبرة الشخصية للفرد، والتي تسهم بشكل كبير في تحديد طبيعة الاتجاه سواء بالإيجاب أو السلب بالقبول أو الرفض. ▪ الاتجاه تتحدد طبيعته درجة شدته بتأثير المؤثرات البيئية والخبرات والعادات والتقاليد... الخ 	
<p>(بني جابر، 1998، ص.94)</p>		
<p>وفق هذا يكون الدافع فطريا يستثير سلوك الفرد فينشطه ويوجهه فيحركه نحو تحقيق هدف من أهدافه، إذا ثمة وظيفتان أساسيتان للدافع، أولهما تنشيطية (محركة)، والثانية توجيهه ذات صيغة تنظيمية تقود سلوك الفرد نحو تحقيق الأهداف على نحو محدد. (الرجو، 2005، ص.42)</p> <p>والدافع مفهوم يرتبط في التراث السيكولوجي بمجموع الأبحاث التي قام بها (وليام مكوجل 1871-1938)، وأطلق عليها اسم الغرائز آنذاك، وعرفها بأنها قوى فطرية غير عاقلة تشكل ما يقوم به الفرد من فعل أو إدراك و</p>		

تفكير. (أبو النيل، 1975، ص. 41)

من خلال هذا الجدول نستنتج أن الاتجاهات النفسية الاجتماعية تتميز عن المفاهيم السابق ذكرها بمجموعة خصائص والتي تحدد معالمها بدقة.

رابعاً: خصائص الاتجاهات النفسية الاجتماعية

أشارت معظم كتب علم النفس الاجتماعي إلى العديد من الخصائص التي تميز الاتجاه من وجهة النظر النفسية والاجتماعية، ويمكن تلخيص أهم هذه الخصائص بالآتية:

✓ الاتجاهات مكتسبة ومتعلمة من البيئة عن طريق التجارب والخبرة الشخصية، والتعليم والمحاكاة والتقليد، والثقافة والبيئة الاجتماعية. (رشوان، 2003، ص. 223).

✓ للاتجاه صفة الثبات والاستقرار والاستمرار النسبي، ولكن من الممكن تعديله وتغييره تحت ظروف معينة.

✓ الاتجاهات تتفاوت في وضوحها فمنها ما هو واضح المعالم ومنها ما هو غامض ومنها ما هو معلن ومنها ما هو سري. (العتوم، 2009، ص. 199).

✓ الاتجاه يمثل علاقة بين ذات الشخص وبين موضوعات محددة، فليس هناك اتجاه يتكون في فراغ، وإنما يتكون الاتجاه نحو موضوعات متجسدة في أشخاص أو أشياء أو نظم معينة.

✓ إن الاتجاه لا يتكون بالنسبة للحقائق الثابتة المقررة، بل يكون دائماً حول موضوعات مثيرة للجدل أو النقاش أو موضوع خلاف في الرأي. (درويش، 1999، ص. 91).

✓ تتباين الاتجاهات من حيث نمطها وشدتها، ويمكن تمثيلها بأنها خط متصل يمتد من التأييد المطلق (الإيجابية) إلى الحياد ثم يصل إلى المعارضة الكاملة (السلبية).

✓ تعمل الاتجاهات كموجهات سلوكية للفرد باعتبارها تمثل تهيؤ واستعداد، وإمكانات لدى الفرد للاستجابة بطريقة معينة نحو موقف ما.

✓ تتشكل الاتجاهات إزاء موضوع ما اعتماداً على المكونات التالية:

المكون المعرفي والمكون الوجداني والمكون السلوكي أي أنها ثلاثية الأبعاد. (أبو

درويش، 2006، ص. 386)

الاتجاهات تكوينات فرضية يُستدل عليها من السلوك الظاهري للفرد فالطالب الذي يملك اتجاهًا إيجابياً نحو مادة دراسية معينة يصرف المزيد من الجهد والوقت لدراستها.

✓ الاتجاهات تتعدد وتختلف حسب المثيرات التي ترتبط بها.
✓ الاتجاهات تعتبر نتاجاً للخبرة السابقة وترتبط بالسلوك الحاضر وتُشير إلى السلوك في المستقبل.

✓ الاتجاهات إقدامية-تجنبية، فتجعل الفرد يقترب من موضوعاتها إذا كانت إقدامية. فالإتجاه الإقدامي نحو الدين مثلاً يدفع صاحبه إلى ممارسة تعليمات الدين وشعائره، وقد تتسم الاتجاهات بالتجنبية أو السلبية فتجعله يتجنبها ويرغب عنها. (بني جابر، وعبد العزيز، 2002، ص.289)

- ✓ يرتبط الإتجاه بمثيرات ومواقف اجتماعية.
- ✓ يغلب على الإتجاهات الذاتية من الموضوعية.
- ✓ من الإتجاهات ما هو قوي يقاوم التعديل ومنها ما هو سهل التعديل.
- ✓ يتأثر الإتجاه بخبرة الفرد ويؤثر فيها.
- ✓ الإتجاه قابل للقياس والتقويم بأدوات وأساليب مختلفة. (المعاينة، 2009، ص.162)

خامساً: تصنيف الاتجاهات النفسية الاجتماعية

تعددت تقسيمات الاتجاهات النفسية الاجتماعية باختلاف الأسس التي يعتمد عليها علم النفس الاجتماعي في تصنيف الاتجاهات كما يلي:

❖ على أساس الموضوع:

- اتجاه عام واتجاه خاص: الإتجاه العام هو الذي يكون معمماً **generalized** نحو موضوعات متعددة ويكون أكثر ثباتاً واستقراراً من الإتجاه الخاص، والاتجاه الخاص الذي يكون محدوداً نحو موضوع نوعي محدد. (أحمد، 2001، ص.104)

❖ على أساس الشمول:

- اتجاه فردي واتجاه جمعي: الإتجاه الفردي هو الذي يصدر عن فرد واحد حول موضوع معين يهمله هو شخصياً دون غيره من أفراد الجماعة. أما الإتجاهات الجماعية هي التي تصدر على مستوى جميع أفراد المجتمع حول قضية أو موقف معين يهتم به جميع أفرادها ويمتاز هذا النوع بالقوة والاستمرارية واستخدام العنف أحياناً.

❖ على أساس الهدف:

- اتجاه ايجابي واتجاه سلبي: فالإيجابية هي التي تلقى الرضا والقبول من الفرد باعتناقها نظرا لتحقيقها رغبة أو غاية لدى الفرد أما الاتجاه السلبي هو الذي تلقى الرفض وعدم القبول من الفرد. (السيسي، 2009، ص.180)

❖ على أساس درجة الظهور:

- اتجاه علني واتجاه سري: الاتجاه العلني هو الاتجاه الذي يعلنه الفرد ويجهر به ويعبر عنه سلوكياً دون حرج أو خوف أما الاتجاه السري هو ذلك الاتجاه الذي يخفيه الفرد وينكره ويتستر على السلوك المعبر عنه. (بني جابر، وعبد العزيز، 2002، ص.288)

❖ على أساس درجة الشدة:

- اتجاه قوي واتجاه ضعيف: فالاتجاهات القوية هي تلك التي تسيطر على جانب كبير من حياة الإنسان وتجعله يسلك في المواقف سلوكاً حاداً مثل الاتجاه نحو الدين. أما من يقف من الاتجاه موقفاً ضعيفاً لا يستطيع مقاومته ولا احتمالته، وإنما يفعل ذلك لأنه لا يشعر بشدة الاتجاه. (واضح، 2010، ص.98)

سادسا: طبيعة الاتجاهات النفسية الاجتماعية

يمكن تحديد طبيعة الاتجاه وفقاً للأبعاد التالية:

✦ التطرف:

المقصود بالتطرف وقوع الاتجاه بين طرفين متقابلين أحدهما موجب والآخر سالب وهما التأييد المطلق والمعارضة المطلقة. فإذا ما تصورنا الاتجاه يشبه خط مستقيم يمتد بين نقطتين إحداهما يمثل أقصى القبول للموضوع الذي يتصل به الاتجاه والأخرى تمثل أقصى الرفض والمسافة القائمة بينهما تنقسم إلى قسمين عند نقطة هي نقطة الحياد التام ويتدرج أحد النصفين شيئاً فشيئاً نحو ازدياد القبول كلما ابتعدنا عن نقطة الحياد ويتدرج النصف الآخر نحو ازدياد الرفض. (أنظر الشكل رقم "1" ص.32)

✦ المحتوى:

ويقصد بالمحتوى درجة اتضاح الاتجاه لدى الأفراد فموضوع الاتجاه ليس واحداً بالنسبة لجميع الأفراد فاستجابة الفرد لموضوع معين من الموضوعات سواء بالقبول أو الرفض إنما هي استجابة ذاتية لمفهوم الاتجاه بالنسبة له لا للصورة الموضوعية للاتجاه.

✦ وضوح المعالم:

إن الاتجاهات تختلف في درجة وضوحها، فمنها ما هو واضح المعالم والتفاصيل والتكوين ومنها ما هو غامض وغير واضح. (الصفطي، ومكاري، وناجي، د.ت، ص.ص. 243-244)

✦ الانعزال:

أي انعزال الاتجاه عن غيره من الاتجاهات، وتختلف الاتجاهات في درجة ترابطها وتكاملها، فقد يكون هناك بعض الاتجاهات معزولة عن غيرها من الاتجاهات، فاتجاه الشخص ما نحو تفضيل نوع من السجائر أو الصابون أو صنف من الطعام، يمكن اعتباره اتجاهات سطحية معزولة بالنسبة لاتجاهات أخرى تتعلق بطرق التربية، أو باختلاط الجنسين أو الاتجاهات الدينية.

✦ القوة:

بعض الاتجاهات تظل واضحة المعالم رغم ما يصادف الإنسان من مواقف شدة تجعله يتعرض للتخلي عنها أو استبدالها. أما الاتجاهات الضعيفة فهي عرضة للتغيير والتبديل كلما طرأ موقف يهز هذه الاتجاهات ويحاول لاقتلاعها.

ويكون الاتجاه قويا كلما كانت معالمه واضحة بالنسبة للشخص. وكلما كان متصلا بالمعتقدات القومية والدينية. (جابر، ولوكيا، 2006، ص.94)

سابعاً: وظائف الاتجاهات النفسية الاجتماعية

قد يتبادر إلى الذهن سؤال مؤداه: لماذا يتبنى الفرد اتجاهات نحو موضوعات

مختلفة؟

إجابة ذلك تشير إلى عدد من الوظائف يؤديها الاتجاه لمتبنيه. (راضي، 1998، ص.104)

يقول (كاتز 1960) في هذا الصدد أن الدراسة الوظيفية للاتجاه محاولة لفهم الأسباب التي تدعو الناس إلى تكوين الاتجاهات، وهذا بالرغم من ارتباطها بالحوادث والظروف الخارجية والداخلية. (إبراهيم، د.ت، ص.154)

فالالاتجاهات النفسية الاجتماعية تؤدي عددا من الوظائف على المستوى الشخصي والاجتماعي يمكن ذكرها كما يلي:

➤ وظيفة التكيف Adaptation Function:

تعتبر الاتجاهات إحدى الوسائل والطرق التي تساعد الفرد في التكيف مع المحيط البيئي الذي يعيش فيه. فالفرد الذي يعمل مع الجماعة سيكيف نفسه مع اتجاهات تلك الجماعة حتى يتمكن من تحقيق أهدافه وأهداف المنظمة. والفرد الذي يبحث عن القبول الاجتماعي في مجتمع ما لا بد له من أن يكيف نفسه مع اتجاهات ذلك المجتمع من أجل تحقيق التجانس والتوافق بينه وبين المجتمع الذي يعيش فيه. (جابر، ولوكيا، 2006، ص.96)

➤ وظيفة الدفاع عن الذات Ego-Defensive Function:

يتعرض الفرد للعديد من الضغوط وصور الصراع أثناء ممارسته لحياته اليومية وفي علاقاته الاجتماعية مع غيره من الأفراد، الأمر الذي يصيبه دائما بحالات من القلق والتوتر، وتساعد الاتجاهات في تخفيض حدة التوتر بمحاولة الفرد الدفاع عن ذاته، حيث أن الإنسان عندما يحتفظ باتجاه معين فإنه في حقيقة الأمر إنما يحاول الدفاع عن ذاته. (الغانم، 2003، ص.15)

ومن هنا نلاحظ أن الاتجاهات ذات وظيفة دفاعية تختلف عن ذات الوظيفة التكيفية، فالأولى (الدفاعية) داخلية أي تبدأ من داخل الشخص ذاته والموقف الذي ترتبط به ليس إلا وسيلة للتعبير عنها.

أما الاتجاهات ذات الوظيفة التكيفية فهي خارجية أي تتكون وفقا لطبيعة موضوع الاتجاه وتكون ملائمة لطبيعة العالم الاجتماعية التي تحيط بالفرد. (منسي وآخرون، 2001، ص.234)

⇒ وظيفة تنظيم المعرفة **The Organization of Knowledge**:

يحتاج الفرد إلى معايير وإطارات معرفية مرجعية يفهم بواسطتها العالم الذي يحيط به، لذا فهو دائم السعي للوصول إلى معنى لهذا العالم والبحث عن المزيد من الوضوح، فكثيرا من الاتجاهات التي نكتسب من خلال الاحتكاك بالعالم الخارجي تبني على أساس من الفهم والتفسير للظواهر التي تحيط بنا. فمن الوظائف الأساسية للاتجاهات هي مساعدة الفرد على فهمه للأمور وترتيب المعلومات بطريقة منظمة عن الموضوعات المختلفة.

وبشير **جيلفورد** إلى رأي كل من **هايمان** سنة **1947** أن "امداد الفرد بمعلومات ومفاهيم اضافية جديدة لا يعدل في الاتجاهات القديمة إلا إذا كانت هذه المعلومات تؤثر في الاتجاه الحالي". (الصفطي، ومكاري، وناجي، د.ت، ص.247)

⇒ وظيفة المنفعة **The Utilitarian Function**:

تعمل الاتجاهات على اشباع الكثير من الحاجات النفسية والاجتماعية للفرد، ومن هذه الحاجات الحاجة إلى التقدير الاجتماعي والقبول الاجتماعي، والحاجة إلى الانتماء إلى جماعة معينة، والحاجة إلى المشاركة الاجتماعية الوجدانية، وهنا يتقبل الفرد قيم الجماعة ومعاييرها حتى يمكنه اشباع رغبته في الانتماء. (الغانم، 2003، ص.16)

حتى المجرمين يميلون إلى الانتماء إلى جماعات إجرامية، ويلزم أن يقبل اتجاهات الجماعة التي يريد الانتماء إليها بل إنه يكتسب نفس الألفاظ والشعارات التي تستخدمها الجماعة. فالحاجة إلى الانتماء من الحاجات الأساسية في الإنسان، كما أن الاتجاهات توجه وترشد سلوك الفرد في المنظمة لإشباع احتياجاته ورغباته. فالموظف الذي يحمل اتجاهات ايجابية نحو الوظيفة التي يشغلها يسلك سلوكا وظيفيا مفيدا يساعده على تحقيق أهدافه الشخصية (الترقى، الحصول على أجر أعلى، الإنجاز...) بجانب أهداف المنظمة. (جابر، ولوكيا، 2006، ص. ص97-98)

➤ وظيفة التعبير عن القيمة - Expressive Function: The Value

يحمل الشخص مجموعة من الاتجاهات تتفق مع القيم والمثل التي يؤمن بها الفرد، ومن هنا نجد الشخص يستمد شعوراً بالارتياح حين يعبر عن اتجاهات تتناسب مع فكره عن نفسه وعن القيم الهامة السائدة من حوله. (الصفطي، ومكاري، وناجي، د.ت، ص. 247)

فمن المعروف أن الأفراد يحتفظون باتجاهاتهم التي تتوافق وتتسجم مع قيمهم وعاداتهم المنبثقة من البيئة الاجتماعية التي يعيشون فيها، فالأفراد يترجمون ثقافتهم وقيمهم من خلال اتجاهاتهم، فمن الصعوبة بمكان وجود شخص يتمسك باتجاهات تتنافى أو تتعارض مع قيمه وعاداته فاتجاهاتنا تجاه مواقف معينة تعبر عن قيمنا ومعتقداتنا تجاه تلك المواقف. (جابر، ولوكيا، 2006، ص. ص. 96-97)

➤ وظيفة التنبؤ بالسلوك Forecasting Behavior Function

إن الأهمية التي تكتسبها الاتجاهات في علم النفس الاجتماعية هي أنها تسمح بالتنبؤ باستجابة الفرد نحو المواقف والموضوعات التي يتعامل معها بما يمكنه من اتخاذ موقف منها. كذلك يمكن القول بالاتجاهات تتحكم كثيرا في تحديد تصرفات الأفراد وذلك عن طريق تحديدها لأحكامهم وإدراكاتهم بصدد الآخرين. (بوخريسة، 2006، ص. 31)

حيث إن الهدف من وراء دراسة الاتجاهات هو تحديد طبيعة ونوعية الاتجاهات المكونة لدى الأفراد العاملين مثلا في مؤسسة ما، هل هي اتجاهات ايجابية أم سلبية نحو قضية معينة تريد الإدارة العليا اتخاذ قرار بشأنها؟ وعلى ضوء ذلك يقوم باتخاذ الاجراءات اللازمة حتى تضمن قبول الأفراد لذلك القرار وتتجنب المعارضة. (جابر، لوكيا، 2006، ص. 96)

ويمكن إجمال أهم وظائف الاتجاهات النفسية الاجتماعية فيما يلي:

- ◆ الاتجاه يحدد طريق السلوك ويفسره.
- ◆ الاتجاه ينظم العمليات الدافعية والانفعالية والإدراكية والمعرفية حول بعض النواحي الموجودة في المجال الذي يعيش فيه الفرد.

- ◆ الاتجاهات تنعكس في سلوك الفرد وفي أقواله وأفعاله وتفاعله مع الآخرين في الجماعات المختلفة في الثقافة التي يعيش فيها.
- ◆ الاتجاهات تُيسر للفرد القدرة على السلوك واتخاذ القرارات في المواقف النفسية المتعددة في شيء من الاتساق والتوحيد دون تردد أو تفكير في كل موقف وفي كل مرة تفكيراً مستقلاً.
- ◆ الاتجاهات تتبلور وتوضح صورة العلاقة بين الفرد وبين عالمه الاجتماعي.
- ◆ الاتجاه يوجه استجابات الفرد للأشخاص والأشياء والموضوعات بطريقة تكاد تكون ثابتة.
- ◆ الاتجاه يحمل الفرد على أن يحسن ويدرك و يفكر بطريقة محددة إزاء موضوعات البيئة الخارجية.
- ◆ الاتجاهات المعلنة تعبر عن مسايرة الفرد لما يسود مجتمعه من معايير وقيم ومعتقدات. (المعايطة، 2000، ص. 172)

ثامنا: تكوين الاتجاهات النفسية الاجتماعية

تتكون الاتجاهات النفسية الاجتماعية عند الفرد وتتطور من خلال التفاعل المتبادل بين الفرد وبيئته بكل ما فيها من خصائص ومقومات. وهناك طرق كثيرة يكتسب الفرد عن طريقها اتجاهاته، فكل اتجاه يكتسبه الفرد سواء كان اتجاه سلبي أو ايجابي تحدده عوامل ويمر بمراحل هي:

1-8- عوامل تكوين الاتجاهات النفسية الاجتماعية:

هناك الكثير من العوامل التي تلعب دوراً كبيراً في تكوين الاتجاهات مثل:

◆ الأسرة:

تعتبر الأسرة من العوامل الهامة والمؤثرة في تكوين اتجاهات الفرد، لأن الأسرة هي المؤسسة الأولى التي تُكسب الفرد اتجاهاته من خلال عملية التنشئة الاجتماعية، وتشير معظم الآراء في هذا الشأن بأن العلاقة بين اتجاهات الوالدين نحو الأبناء، تكون أكثر من العلاقة الموجودة بين الأبناء بعضهم البعض في الأسرة الواحدة. (إبراهيم، د.ت، ص. 145)

حيث تتشابه اتجاهات الأبناء بشكل عام اتجاهات الوالدين سياسيا واقتصاديا ودينيا، وقد ظهر من احدى الدراسات الأمريكية أن (74%) من الطلاب ووالديهم لهم نفس الولاءات الدينية، وأن (60%) من الطلاب يفضلون الأحزاب السياسية التي يفضلها الوالدين، وأن أقل من (10%) كانوا في اتجاه معاكس لاتجاهات آبائهم.

وفي هذا السياق يضرب أحد علماء النفس الاجتماعي مثلا مؤداه بأن: فتاة صغيرة سمعت قرع جرس الباب فذهبت لترى من الطارق، ثم عادت لأمها وقالت أن هناك سيدة تريد أن تقابلك يا أماه، ثم ذهبت الأم وعادة إلى الفتاة الصغيرة وقالت أنها لم تكن سيدة، إنها مجرد زنجية ولا ينبغي أن تسمى الزنجيات سيدات. (جمال، 2005، ص.103)

ومثل هذه الواقعة تمثل إحدى الطرق التي تشكل من خلالها الاتجاه بتأثير من أفراد الأسرة ولا سيما الوالدين. (راضي، 1998، ص.103)

✦ المدرسة:

تلعب المدرسة دورا هاما في تطوير وتكوين الاتجاهات لدى المتعلمين وذلك من خلال تفاعلهم مع الأتراب والمعلمين. فالمعلم المتسامح والمرح والمتحمس مثلا ينمي اتجاهات ايجابية نحو العمل المدرسي عند تلاميذه، بينما يؤدي المعلم الساخر والمتهكم والعقابي إلى تنمية اتجاهات مضادة قد تستمر عند صاحبها فترة زمنية طويلة. (بني جابر، وعبدالعزيز، 2002، ص. ص. 290-291)

✦ الجماعة المرجعية:

للجماعات المرجعية دور في تكوين الاتجاهات، حيث تعد اتجاهات الرفاق أو الشلة مصدرا قويا من مصادر الاتجاهات الجديدة المكتسبة للفرد لأن ما تضعه هذه الجماعة من ضغوط اجتماعية من أجل مسايرة الجماعة أو الحصول على رضاها، مما تجد الفرد تدريجيا يتبنى اتجاهات الجماعة و يتقبل معاييرها وأنشطتها المختلفة. (العتوم، 2009، ص.204)

ويقول (كيلي Kelly) أن هناك وظيفتين للجماعة المرجعية الأولى أنها تعمل كمعايير للشخص لا يخرج عنها عند قيامه بالحكم أو بالإدلاء باتجاهاته نحو موضوع ما، والثانية

أنها تعمل كمعايير يقارن الأفراد من خلالها سلوكهم بسلوك الآخرين وفي نهاية الأمر يقول: لقد وجد "تيوكمب" عند تفسيره لنتائج دراسته عن اتجاهات كلية "بنجبتون" أن الجماعة المرجعية تعمل كمعيار يرتبط باتجاهات الطالبات. (أبو النيل، 2009، ص. 361)

✦ وسائل الإعلام:

تعد وسائل الإعلام الحديثة مثل برامج التلفاز والأنترنيت من العوامل القوية والمؤثرة في تكوين الاتجاهات نظرا لما لهذه الوسائل من القوة والجاذبية العالية، وخصوصا لفئة الأطفال والمراهقين والشباب، حيث تشكل اتجاهات وأفكار هذه الوسائل الإعلامية مصدراً عالياً من الضغوط النفسية للمسايرة وبدونها يرى المراهق أو الشاب نفسه خارج دائرة الضوء أو عجلة التطور. (العتوم، 2009، ص. 204)

✦ التعرض لموضوع الاتجاه نفسه:

يكتسب الفرد اتجاهه لا عن طريق تفاعله مع الآخرين فقط، بل بعلاقته المباشرة مع موضوع الاتجاه نفسه كذلك، فمثلا الأمور التي نتعرض إليها وتترك فينا ذكرى سيئة يكون اتجاهنا لها بالرفض، فالمرأة التي تكره الرجال ولديها اتجاه سلبي نحو الزواج، فهذا راجع ربما لتجربتها المؤلمة مع أبيها أو أخيها. (جابر، ولوكيا، 2006، ص. 103)

✦ الإيحاء:

وهو من أكثر العوامل شيوعا في تكوين الاتجاهات النفسية الاجتماعية، ذلك أنه كثيرا ما يقبل الفرد اتجاهها ما دون أن يكون له أي اتصال مباشر بالأشياء أو الموضوعات المتصلة بهذا الاتجاه، ويلعب الإيحاء دور هاما لأنه أحد الوسائل التي يكتسب بها المعايير السائدة في المجتمع دينية كانت أو اجتماعية أو خلقية أو جمالية. فإذا كانت النزعة في بلد ما ديمقراطية فإن الأفراد فيه يعتقدون هذا المبدأ. (العتوم، 2009، ص. 203)

✦ تعميم الخبرات:

وعن هذه الطريق يكتسب الفرد اتجاهاته ومعتقداته وآرائه، فنحن نستعين دائما بخبراتنا الماضية ونعمل على ربطها بخبرات الحاضر. (أحمد، 2001، ص. 102)

فالاتجاهات المتكونة والمتأصلة بطريقة جيدة تشكل خبرات الناس تجاه الأشياء المتعلقة باتجاهاتهم. فهذه الاتجاهات تؤثر في المعلومات التي يعرض الأفراد أنفسهم لها. كما أنها تؤثر في تنظيم هذه المعلومات، وتؤثر في السلوك المتعلق بهدف الاتجاه في حالة الاتجاهات المتعلقة بالتفاعلات الشخصية. (دافيدوف، 2000، ص. 128)

✦ عامل الجنس والسن:

تشير الآراء إلى أن الاتجاهات تتأثر في تكوينها بعامل الجنس (ذكر/ أنثى) لأنها تختلف لدى الذكور عن الإناث، كما أنها في نفس الوقت تختلف من حيث السن، حيث تشير بعض الدراسات إلى أن، الاتجاهات النفسية الاجتماعية تختلف لدى الأطفال (مرحلة الطفولة) عن (مرحلة المراهقة) عن (الرشد والشيخوخة) وهذا ما أشارت إليه (انشرح الشال 1985) من خلال دراستها عن (الطفل المصري بين التلفزيون والفيديو والغزو الثقافي). (إبراهيم، د.ت، ص. 146)

وقد اقترح "البورت" أربع شروط لتكوين الاتجاهات:

- 1- تعاضم وتكامل الاستجابات التي يتعلمها الفرد أثناء مجرى نموه، فمثلا إن وجود الطفل في جو بيئي فيه الأم أقل أهمية من الأب والبنات أقل أهمية من الأولاد سوف يولد عنده اتجاه مفاده تعظيم شأن الذكور.
- 2- تفاضل الخبرات وتقريدها وفصلها. إن الخبرات بالإضافة إلى ضرورة تعاضمها وتلاحمها من المفروض أن تمر في عمليات التهذيب والصقل بحيث تصبح أنماطا متميزة كلما كبر الفرد ونما.
- 3- وجود بعض الخبرات الدراماتيكية أو العنيفة التي يمر بها الفرد، ففي بعض الحالات قد يكون لخبرة واحدة مفردة تأثير دائم ويتم تعميمها على كل المواقف المشابهة أو ذات الصلة فمثلا إن خبرة غير سارة مع أحد أفراد الأقليات من الممكن أن يقود إلى ازدياد كل أفراد تلك الفئة.

✦ التواصل والتفاعل الاجتماعي:

إن تكوُّن أو اكتساب الاتجاهات النفسية الاجتماعية هي عملية دينامية، أو هي محصلة عمليات تفاعل معقدة بين الفرد وبين معالم بيئته الفيزيائية والاجتماعية، بحيث يمكن عبر القنوات المتعددة لهذا التفاعل، امتصاص واكتساب الاتجاهات النفسية الاجتماعية، حيث أن الأفراد من خلال تفاعلهم مع الآخرين دور في تحديد ما يكتسبونه ويتبنونه من هذه الاتجاهات. (درويش، 1999، ص.101)

8-2- مراحل تكوين الاتجاهات النفسية الاجتماعية:

تمر عملية تكون الاتجاهات النفسية الاجتماعية وتعلمها بمراحل هي:

✦ المرحلة الإدراكية المعرفية:

وهي المرحلة التي يدرك فيها الفرد المثيرات التي تحيط به ويتعرف عليها، ومن ثم تتكون لديه الخبرات والمعلومات التي تصبح إطارا معرفيا لهذه المثيرات والعناصر. (عبد الرحمن، 1998، ص.361)

✦ المرحلة التقييمية:

وفيها يتفاعل الفرد مع المثيرات وفق الإطار المعرفي الذي كونه فضلا عن الكثير من أحاسيسه ومشاعره التي تتصل به. (الرحو، 2005، ص.78)

ومعنى ذلك أن هذه المرحلة تستند إلى خليط من المنطق الموضوعي والمشاعر والإحساسات الذاتية، وبناء عليه يحاول الفرد في هذه المرحلة أن يتفاعل مع المثيرات بالاستناد إلى الإطار المعرفي إلى كونه حول هذه المثيرات بالإضافة إلى استعدادات نفسية ذاتية كالمشاعر والأحاسيس. (بني جابر، 1998، ص.273)

✦ المرحلة التقريرية:

وفيها يصدر الفرد القرار الخاص بنوعية علاقته بهذه المثيرات وعناصرها، فإذا كان القرار موجبا فإن الفرد كون اتجاه ايجابيا نحو ذلك الموضوع، أما إذا كان القرار ساليا فيعني أنه كون اتجاهها سلبيا نحوه. (علي، 1976، ص.78)

بمعنى أنه في هذه المرحلة يتم تبيان الشكل الذي أصبح عليه الاتجاه وثبوت الميل نحو الأشياء لتشكيل الاتجاه. (الزق، 2006، ص. 275)

ومثال ذلك تكوين الاتجاه نحو رياضة كرة القدم، فإذا قرر شخص ما ممارسة رياضة كرة القدم فهذا يعني أنه كون اتجاهها ايجابيا نحوها، والعكس صحيح فإذا كان الشخص ينفر من كرة القدم فهذا يعني أنه كون اتجاهها سلبيا نحوها. (بني جابر، 1998، ص. 272)

من خلال ما تقدم ذكره نتوصل إلى أن الاتجاهات النفسية الاجتماعية يكتسبها الفرد أو يتعلمها بعد مرورها بمراحل ثلاث لتتشكل وتصبح اتجاهها لدى الفرد، معتمدة في تكوينها على عدة عوامل مختلفة. كما أن هذه العوامل تسهم بدور كبير أيضا في تغييرها أو تعديلها.

تاسعا: تعديل الاتجاهات النفسية الاجتماعية

تعني عبارة تعديل الاتجاهات النفسية الاجتماعية الحصول على معلومات جديدة تؤدي هذه الأخيرة إلى تغيير المعتقدات التي يؤمن بها الفرد، ولكن هذا التغيير لن يكون سهلا، بل هناك اتجاهات من الصعب تغييرها إلا باستعمال وسائل خاصة مثلا الاتجاهات الذاتية المنغمسة في الشخصية التي تلقاها الفرد عن الأسرة خاصة في السنوات الخمس الأولى، أما الاتجاهات الأخرى التي يكتسبها الفرد في حياته اللاحقة يمكن تغييرها. (جابر، ولوكيا، 2006، ص. 109)

وتختلف اتجاهات الأفراد في مدى قابليتها للتغيير طبقا لنوعين من المتغيرات بعضها يتعلق بخصائص الاتجاه وبعضها الآخر بخصال الشخص المتبني للاتجاه:

أ- خصائص الاتجاه: ومن أهمها ما يلي:

1- التطرف: Extremeness، فالاتجاهات المتطرفة إيجابا أو سلبا تكون أقل قابلية للتغيير بالمقارنة بالاتجاهات المعتدلة.

2- الاتساق: Consistency، بين مكونات الاتجاه، فكلما زاد الاتساق بين مكونات الاتجاه، كان من الصعب تغييره.

3- التعدد: Multiplesity، تختلف قابلية الاتجاه للتغيير تبعاً لدرجة تعدد عناصره، فالاتجاه البسيط أكثر قابلية للتغيير غير المطابق من الاتجاه المتعدد أو المركب، بينما يكون الاتجاه المركب أكثر قابلية للتغيير المطابق من الاتجاه البسيط.

4- علاقة الاتجاه بالاتجاهات الأخرى، فالاتجاهات ذات العلاقة القوية باتجاهات أخرى تكون أكثر مقاومة للتغيير غير المطابق، بينما نجد أنها أكثر قابلية للتغيير المطابق.

5- مركزية الاتجاه، فإذا كان الاتجاه ينبع من قيم أساسية لدى الفرد فسوف يكون من الصعب إحداث أي تغيير غير مطابق فيه. (عبد الله، وخليفة، 2001، ص. 330-331)

ب - خصائص الشخص المتبني للاتجاه: ومن أهمها ما يلي:

1. الذكاء: الشخص الذكي يصعب تغيير اتجاهه أكثر من الشخص الأقل ذكاءً لأن قدرته العقلية المتفوقة تحتاج منا إلى أن نستخدم معه الحجة ولا بد من أدلة مقنعة لكي يتغير اتجاهه.

2. الجمود: كلما كان الفرد أكثر انفتاحاً على الخبرات كان أكثر تقبلاً لتعديل اتجاهه من الفرد الذي يتصف بالجمود الفكري والصلابة.

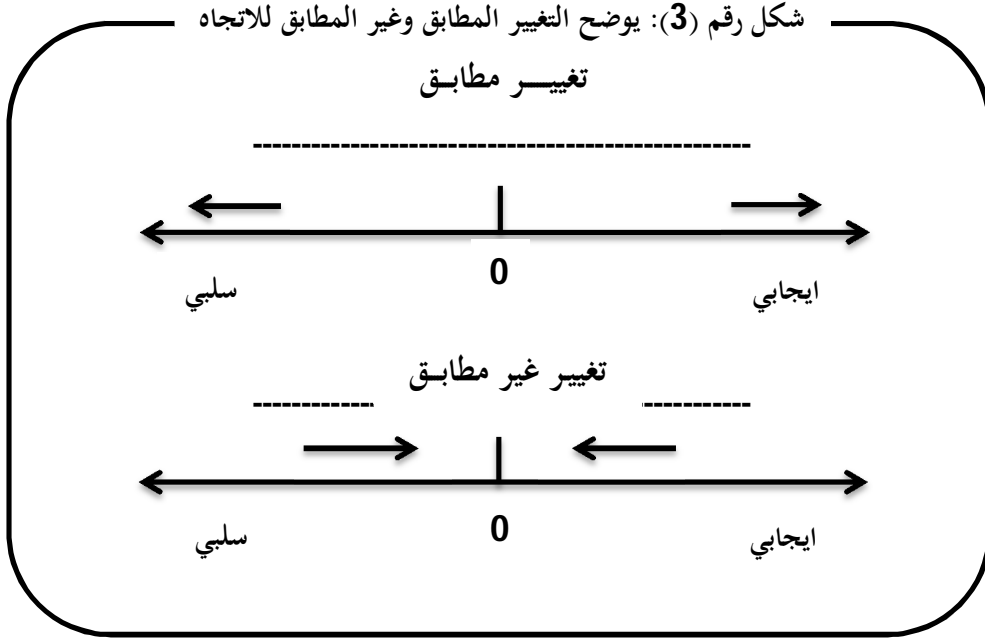
3. الاستعداد العام للاقتناع: فالأشخاص الذين يتسمون بالقابلية للاقتناع يميلون إلى تغيير اتجاهاتهم بسهولة في أي موقف وهم بصفة عامة يرغبون بشدة في التقبل الاجتماعي وفي مشاركة الآخرين والرضوخ للمعايير الاجتماعية. (بني جابر، وعبد العزيز، 2002، ص. 294)

4. الحاجات المعرفية Cognitive Needs: تبين أن الأشخاص الذين يتميزون بدرجة عالية من الحاجة إلى الوضوح المعرفي، يستجيبون بشدة للمعلومات الجديدة التي تتحدى ما يوجد لديهم من اتجاهات. وذلك نظراً لأنهم يشعرون بعدم الارتياح إزاء عدم التطابق Incongruity الذي يسببه موقف ما.

وبوجه عام هناك نوعان أساسيان من تغيير الاتجاهات:

الأول: تغيير متسق أو مطابق Congruent: وفيه تتسق وجه التغيير مع وجهة الاتجاه. فنزيد من درجة السلبية للاتجاه السلبي.

الثاني: تغيير غير متسق أو غير مطابق **Incongruent**: وهدفه تغيير الاتجاه القائم بالفعل إلى الوجهة المعارضة (من سلبي إلى إيجابي أو العكس) كما هو موضح في الشكل التالي:(عبد الله، وخليفة،2001، ص. ص 328-331)



المصدر: (عبد الله، وخليفة،2001، ص. ص 329)

9-1- وفيما يلي أهم طرق تغيير الاتجاهات النفسية الاجتماعية:

✓ تغيير الإطار المرجعي: إن اتجاه الفرد نحو أي موضوع يتوقف على إطاره المرجعي، فالإتجاه لا يتكون في فراغ بل إنه يتأثر بالإطار المرجعي الذي يتضمن المعايير والقيم والمدرجات ويؤثر فيه. فالفرد الرأسمالي ينظر إلى جميع الثروة الشخصية نظرة تختلف عن نظرة الفرد الاشتراكي لنفس الموضوع، لذا فإن الارتباط الوثيق بين الإطار المرجعي والاتجاه يؤكد أن تغيير الاتجاه يتطلب إحداث تغيير في الإطار المرجعي للفرد.(العتوم،2009، ص. 212)

✓ تغيير الجماعة المرجعية: إذا غير الفرد الجماعة المرجعية التي ينتمي إليها (وتحدد اتجاهاته وقيمه التي تكونت في ضوء معاييرها) وانتمى إلى جماعة جديدة ذات اتجاهات مختلفة فإنه مع مضي الوقت يميل إلى تعديل وتغيير الاتجاهات القديمة. فمثلا الفتاة

القروية التي تنتقل إلى الجامعة في المدينة تتغير اتجاهاتها السابقة تدريجياً إذا اتخذت من الجماعة الجديدة جماعة مرجعية.

✓ التغيير في موضوع الاتجاه: إذا حدث تغيير في موضوع الاتجاه نفسه وأدرك الفرد ذلك، فإن اتجاهه نحوه يتغير، فكلما زادت ثقافة وكفاءة العامل والفلاح كلما أدى ذلك إلى تغيير الاتجاهات نحوها. (العبيدي، وولي، 2009، ص. 313)

✓ الاتصال المباشر بموضوع الاتجاه: إن الاتصال المباشر بموضوع الاتجاه يسمح للفرد بأن يتعرف على الموضوع من جوانب جديدة مما يؤدي إلى تغيير اتجاه الفرد نحوه، ويكون إلى الأفضل إذا تكتشفت جوانب ايجابية، وإلى الأسوأ إذا كانت الجوانب التي تكتشفت سلبية.

✓ تغيير الموقف: تتغير اتجاهات الفرد بتغيير المواقف التي يمر فيها ومن ذلك انتقال الفرد إلى مستوى اقتصادي اجتماعي أعلى من الذي كان عليه يؤثر في اتجاهاته ويغيرها ومن الأمثلة: اتجاهات الطالب تتغير حينما يصبح مدرسا.

✓ التغيير القسري في السلوك: قد يضطر الفرد أحيانا إلى تغيير اتجاهاته نتيجة لتغيير بعض الظروف الحياتية التي تطرأ عليه كظروف الوظيفة أو السكن، ومن الدراسات أن النساء البيض اللواتي اضطررن للسكن مع النساء السود قد أصبحن أقل عداً وأكثر ودًا تجاه النساء الزنوج. (المعاينة، 2000، ص. 173)

✓ أثر وسائل الإعلام: تعمل وسائل الإعلام المختلفة من (إذاعة، تلفزيون، سينما، صحف، مجلات، كتب... الخ) بتقديم المعلومات والحقائق والأخبار والأفكار والآراء حول موضوع الاتجاه، وهذا من شأنه أن يساعد بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على تغيير الاتجاه إما إلى الايجاب أو السلب. ويتوقف تأثير هذه الوسائل على: مصدرها، طريقة تقديمها، الشخص الذي يقدمها، قدرات الأفراد العقلية، وضوحها. (بني جابر، وعبد العزيز، 2002، ص. 296)

✓ تأثير الأحداث الهامة: تؤثر الأحداث الكبيرة كالحروب والكوارث في تغيير الإطار المرجعي مما ينعكس سلبا أو إيجابا على تغيير الاتجاهات.

✓ التغيير التكنولوجي: تجبر التغيرات التكنولوجية السريعة والهامة الفرد على إعادة النظر ببعض اتجاهاته نحو السلع والأدوات والأشياء، فعند انتشار الحواسيب وأجهزة الهاتف المحمول لاقت مقاومة كبيرة من كبار السن، ثم بدأت هذه المقاومة بالتلاشي مع تطور هذه الأنظمة تطور دورها في الحياة والمهنة وغيرها. (العتوم، 2009، ص. 214)

✓ تأثير رأي الأغلبية ورأي الخبراء: تتأثر الاتجاهات ويمكن تغييرها بالإقناع باستخدام رأي الأغلبية ذوي الخبرة والشهرة والمكانة الذين يثق الفرد فيهم بدرجة كبيرة. (العبيدي، وولي، 2009، ص. 316)

✓ طريقة لعب الأدوار: إن ممارسة أدوار جديدة للفرد كما يحدث في الإرشاد والعلاج النفسي أو الدراما، يعمل على زيادة فهم الشخص لخصائص الدور الجديد والظروف المحيطة به، مما يعمل على تحويل أو تعديل الاتجاه الأصلي إذا كان مخالفا للاتجاه المتعلق بالدور الجديد. (العتوم، 2009، ص. 214)

✓ أسلوب استدراج القدم (Foot-in-The-door): تتلخص هذه الطريقة في محاولة اقناع صاحب اتجاه أو موقف معين أن يقدم خدمة أو معروفا يبدو بسيطا أو عاديا لأول وهلة، وهو في الحقيقة مخالف لاتجاهه ومواقفه، فيقدمه المرء متنازلا بقدر بسيط عن مواقفه واتجاهاته. ولكن الأمر في حقيقته يكون أكثر خطرا وأكثر تعقيدا لأن التنازل البسيط يؤدي بالفرد أن يصبح أكثر استعدادا لتقديم تنازلات أخرى يقترب فيها موقف جديد أو سلوك جديد طالما أحجم عنه ورفضه. (بني جابر، وعبد العزيز، 2002، ص. 296)

✓ أسلوب الباب في الوجه (Door-in-face): وهو أسلوب معاكس لأسلوب القدم في الباب، حيث أن هذا الأسلوب يمكن استخدامه أيضا في تغيير الاتجاهات كأن تطلب من شخص ليس لديه اتجاهات ايجابية نحو مؤسسة تهدف إلى نشر الوعي ضد أمراض السرطان. يُطلب أولا التبرع بمبلغ كبير لدعم المؤسسة فيتم على الأغلب الرفض، ثم

يخفض المبلغ فيرفض الفرد، ثم يطلب منه توزيع لاقنات وأوراق إرشادية فيقبل الفرد. والقبول هو اعتراف بقيمة هذه المؤسسة وتمهيد لتغيير الاتجاه لأن السلوك قد تغير باتجاه هذه المؤسسة، عندها يمكن أن تطلب التبرع بالأموال وسوف يجد الفرد نفسه مجبرا على التبرع. (العتوم، 2009، ص. 215)

✓ المناقشة والقرار الجماعي: في المجتمع الديمقراطي للمناقشة الجماعية أهمية خاصة في اتخاذ القرارات الجماعية لما لذلك من أهمية في تغيير الاتجاهات. ويصدق هذا ابتداء من جماعة الأسرة عبر المنظمات الاجتماعية إلى المؤسسات الحكومية إلى المنظمات العالمية. (العبيدي، وولي، 2009، ص. 316)

9-2- نظريات تغيير الاتجاه:

لا يوجد نظريات خاصة لتغيير الاتجاهات ولكن هناك نظريات نفسية ثم استخدام مبادئها واستراتيجياتها لتغيير الاتجاهات نذكر بعضها منها: (العتوم، 2009، ص. 210)

▪ نظرية التنافر المعرفي:

وهي النظرية التي وضعها (ليون فستنجر 1957) ومؤداها أن ما يدفع المرء إلى تعديل أو تغيير اتجاهه هو وجود حالة من التنافر المعرفي، أي اعتناق الفرد لفكرتين (أو اتجاهين) لا يمكن الجمع بينهما من الناحية النفسية، أي أنهما على طرفي نقيض ويؤدي هذا التنافر إلى ضيق نفسي يخلق توترا لدى الفرد يدفعه إلى محاولة التقليل منه أو القضاء عليه، وهي فكرة منقولة عن نظرية دوافع السلوك التي تفترض أن حالة الجوع مثلا تخلق توتراً بالمرء إلى السعي للحصول على الطعام، ولكن وجه الاختلاف أن القوة المحركة في حالة التنافر المعرفي دافع نفسي بينما هي دافع فسيولوجي في الحالة الأولى. (المعاطة، 2000، ص. 177)

▪ نظرية الإيحاء اللاشعوري:

وتقوم هذه النظرية على فكرة النشاط اللاشعوري عند الفرد ولمكانية استخدام هذا النشاط في تعديل الاتجاه وخاصة من حيث المكون الانفعالي، وما يحدث في هذه النظرية هو توجيه مجموعة من المثيرات (الهامشية) أي التي تدور من بعيد حول هدف التعديل المطلوب.

وتتصف هذه المثيرات بإحداث درجة عالية من الانفعال عند الفرد ومن ثم يحدث تعديل في المكون الانفعالي للفرد بالدرجة الأولى و يلي ذلك إحداث التعديل المطلوب في الاتجاه النفسي للفرد.

▪ نظرية القهر السلوكي:

وتقوم هذه النظرية على فكرة قهر سلوك الفرد وتعديله قسراً، بمعنى أن يتم التعديل أولاً في المكون السلوكي للاتجاه، وبالتالي يتم التعديل في الاتجاه ذاته. وقد استخدمت هذه النظرية أو بمعنى أصح كانت نتاج الممارسات اللإنسانية في معسكرات الاعتقال ومعسكرات أسرى الحرب. (جابر، ولوكيا، 2006، ص. ص. 111-112)

نستنتج مما سبق أن الاتجاهات النفسية الاجتماعية تتميز بالثبات النسبي إلا أنه يمكن تعديله نتيجة للتفاعل المستمر بين الفرد ومتغيرات بيئته.

عاشرا: النظريات المفسرة للاتجاهات النفسية الاجتماعية

الاتجاهات كما أسلفنا الذكر دوافع عامة مكتسبة، إدراكية في نشأتها الأولى وبعض أهدافها وهي في تكوينها ومقوماتها وأركانها تتخذ لنفسها وظائف عامة وخاصة تسمح بتحقيق أهداف الفرد داخل الجماعة، وهي ديناميكية في تفاعلها مع الموقف الذي يحتوي الفرد والبيئة فهي بذلك إدراكية، وظيفية وديناميكية.

❖ نظرية كانتريل الإدراكية:

يذهب "كانتريل" في اعتقاده حول مفهوم الاتجاهات أن الإدراك سلوك يهدف إلى غرض ينطوي تحت لواء الهدف العام للفرد فيدرك الأحداث والأشياء التي ترتبط ارتباطاً قويا

بماضيه وأغراضه الراهنة ويتم بمداخل البيئة فيفهم عنها رموزها التي ترشده إلى حل مسائله المختلفة، وبذلك تتأثر اتجاهات الفرد بإدراكه وكذا إدراك الآخرين، وبعامل التكرار يزداد الاتجاه ثبوتاً واستقراراً، حيث يميل الفرد إلى تقليد الآخرين في اتجاهاتهم الناجحة التي تعكس تصوره استقراءً مناسباً للموقف، وتتغير الاتجاهات تبعاً لتغير أهدافه فتتسأ الاتجاهات حينما تعجز القديمة عن تحقيق أهداف الفرد والجماعة. (السيد، 1954، ص. 118)

❖ نظرية التعلم:

إن الافتراض الأساسي لهذه النظريات هو أن الاتجاهات النفسية الاجتماعية متعلمة بنفس الطريقة التي يتم بها تعلم العادات، وصور السلوك الأخرى، ومن ثم فإن المبادئ والقوانين تنطبق على تعلم أي شيء، تحدد أيضاً كيفية اكتساب وتكوين الاتجاهات. فالفرد يستطيع أن يكتسب المعلومات، والمشاعر بواسطة عمليات الترابط أو الاقتران بين موضوع ما، وبين الشحنة الوجدانية المصاحبة، فمثلاً عندما يسمع الأبناء من الوالدين والمدرس، والتلفزيون كلمة "متعصب" بنغمة غير محببة، فإنهم يربطون بين هذه الكلمة وبين المشاعر السلبية المصاحبة لها، والعكس عندما يسمعون أو يتعرضون لأشياء إيجابية أو محببة، ومعنى هذا أن المحدد الرئيسي في تكوين الاتجاهات هو تلك الترابطات التي يعايشها الفرد موضوع الاتجاه.

كما أن نظريات التعلم تؤكد أن الترابط، والتدعيم والتقليد، هي الآليات أو المحددات الرئيسية في اكتساب وتعلم الاتجاهات، وإن الآخرين هم مصدر هذا التعلم، وأن الاتجاه النفسي الاجتماعي للفرد في صورته المتكاملة يتضمن كل الترابطات والمعلومات التي تراكمت عبر كل ما تعرض له من خبرات سابقة. (درويش، 1999، ص. ص. 101-102)

❖ نظرية الباعث:

يرى مؤيدو هذه النظرية أن الشخص يتبنى الاتجاه الذي يريده ويعطيه أكبر قدر من الاهتمام، فهناك حساب للتكاليف **Costs** والفوائد **Benefits** لأي قضية من القضايا، ويسعى الفرد لأن يتبنى القضية التي تحقق له أكبر قدر من المكاسب. (عبد الله، وخليفة، 2001، ص. 294)

ومن أبرز معالم نظرية الباعث هذه، منحى (التوقع - القيمة) الذي قال به (إدواردز Edwards)، الذي يشير فيه إلى أن الأشخاص يتبنون المواقف والاتجاهات التي تؤدي إلى توقع أكبر لاحتمالات الآثار الطيبة، ويرفضون المواقف والاتجاهات التي يمكن أن تؤدي إلى الآثار السلبية غير المرغوبة.

إنه تؤكد نظرية الباعث أن الأفراد يسعون دائماً نحو الكسب، وبالتالي تبني الاتجاهات التي تحقق الإشباع أو الرضى، ويتأكد ذلك أكثر عندما يحدث صراع بين الأهداف، حيث يتبنون المواقف التي يتوقعون فيها الكسب أو الفائدة، ومن ثم تؤكد النظرية الدور الإيجابي والفعال للأفراد في اكتساب وتكون اتجاهاتهم فهم مستقلون وصناع قرار إلى حد كبير. وهي تختلف في ذلك عن نظريات التعلم التي ترى أن الأفراد فيما يتصل باكتساب أو تكون الاتجاهات يتأثرون بالقوى البيئية الخارجية بدرجة كبيرة. (درويش، 1999، ص. ص 102 - 103)

❖ النظريات المعرفية:

وتشمل عدداً من النظريات المتشابهة إلى حد ما في بعض الجوانب، والمختلفة في بعضها الآخر. ولكن المنطق الأساسي الذي يقف وراءها واحد، فجميعها تفترض أن الأفراد يسعون للبحث عن الاتساق بين معارفهم، فالشخص الذي يوجد لديه العديد من المعتقدات والقيم غير المتسقة مع بعضها بعضاً يجاهد في سبيل جعلها متسقة ومترابطة فيما بينها. ومحاولة الفرد الاستمرار أو إعادة الاتساق تعتبر دافعاً أولياً. (عبدالله، وخليفة، 2001، ص. ص. 297 - 298)

ما تقدم عرض لبعض الأطر النظرية التي تحاول تفسير اكتساب وتكون الاتجاهات النفسية الاجتماعية، ويبقى أن نؤكد أن هذه النظريات لا تتناقض مع بعضها البعض بالضرورة، بل أنها تتكامل معاً في تقديم ما يشبه التفسير المنظم والشامل، إلى حد ما لتكون الاتجاهات النفسية الاجتماعية، مع اختلاف كل منها، بطبيعة الحال، من زاوية النظر إلى طبيعة العوامل والمحددات التي تسهم في ذلك. (درويش، 1999، ص. ص. 104)

حادي عشر: قياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية

لقد اهتم علماء النفس الاجتماعي كثيرا بدراسة الاتجاه، وكما ورد ذلك في (1957, Edwards) وضع أول مقياس للاتجاهات عام 1953 من قبل العالم ثurston (Thurston)، الذي أشار إلى أن قيمة الاتجاه ليس فقط كمؤشر للتنبؤ بالسلوك، بل أيضا لفهم الظواهر النفسية الاجتماعية المختلفة. (الشقيرات، والنوايسة، 2002، ص. 87)

حيث إن الهدف من دراسة الاتجاهات النفسية الاجتماعية بطريقة علمية ليس فقط إخضاعها للقياس، إنما هناك أهداف أخرى منها التحقيق من الدراسة النظرية، وتسهيل التنبؤ بالسلوك وكذلك تزويد الباحث بميادين تجريبية مختلفة، كالعوامل التي تؤثر في تكوين الاتجاه، وكيفية تعديلها، ومعرفة مدى الموافقة أو المعارضة نحو موضوع معين. بالإضافة إلى ارتباطها بميادين هامة سياسية واجتماعية وصناعية وتربوية، ومن أهم شروط قياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية هو وضوح الاتجاه وبساطته وأهميته بالنسبة للأفراد. (جابر، ولوكيا، 2006، ص. 103-104)

ولقد بذل علماء النفس الكثير من الوقت والجهد لوضع مقاييس الاتجاهات. وهذه المقاييس عبارة عن مجموعة من القضايا تمثل موضوعات جدلية معينة في موضوع واحد وتتوافر فيها شروط معينة. (الظاهر، 1991، ص. 41)

ويختلف بناء أو تصميم أدوات قياس الاتجاهات من مجال إلى آخر - ولكنها جميعا تهدف إلى وضع الشخص - بناء على استجابته على متصل **Continuum** يمتد من القبول التام إلى الرفض التام والمقياس الجيد للاتجاه يدلنا على ما إذا كان الفرد مؤيدا أو معارضا، ودرجة التأييد أو المعارضة، ودرجة شمول الاتجاه أي تنوع المواقف التي يعمم فيها. (عبد الله، وخليفة، 2001، ص. 303-304)

ومقياس الاتجاه يعني وسيلة لمعرفة موقف الفرد إزاء مبدأ أو قضية أو موضوع أو شخص، ويعرف إجرائيا بأنه استجابة التلميذ لعبارات المقياس المعد من قبل الباحث، ويقدر هذا الاتجاه بالدرجة التي يحصل عليها التلميذ في هذا المقياس. (شحاتة، والنجار، 2003، ص. 16)

ونعرض فيما يلي لعدد من الأساليب المستخدمة في مجال قياس الاتجاهات، وذلك في أربع فئات هي:

☞ مقاييس التقرير الذاتي.

☞ مقاييس ملاحظة السلوك الفعلي.

☞ مقاييس الاستجابة الفسيولوجية.

☞ الأساليب الإسقاطية.

■ الفئة الأولى: مقاييس التقرير الذاتي:

تعد مقاييس التقرير الذاتي من أكثر الأساليب شيوعاً واستخداماً في مجال قياس الاتجاهات، وفيها يطلب من الفرد أن يجيب عن عدد من البنود أو الأسئلة التي تتعلق بموضوع الاتجاه المراد دراسته، وأبعاده ومظاهره الأساسية التي يحددها الباحث في ضوء استقراره للبحوث والدراسات التي أجريت في هذا الموضوع، ومن خلال إجابات الفرد على مختلف البنود يمكن الحصول على درجة موافقته أو معارضته أو حياده نحو الموضوع أو القضية موضوع الاهتمام. (عبدالله، وخليفة، 2001، ص. ص. 304-305)

ونذكر أمثلة لأهم مقاييس التقرير الذاتي كما يلي:

✳ مقياس المسافة الاجتماعية أو (البعد الاجتماعي) لبوجاردس:

The Bogardus Social Distance Scalle

ظهرت طريقة بوجاردس (1925 Bogardus) لقياس "البعد الاجتماعي" أو "المسافة الاجتماعية" بين الجماعات القومية أو العنصرية المختلفة.

يتضمن مقياس البعد الاجتماعي على وحدات أو عبارات تمثل بعض مواقف الحياة الحقيقية للتعبير عن مدى البعد الاجتماعي أو المسافة الاجتماعية لقياس تسامح الفرد أو تعصبه، وتقبله أو نفوره، وقربه أو بعده بالنسبة للجماعة أي جماعة كانت. (العبيدي، وولي، 2009، ص. ص. 143 - 144)

ويتكون مقياس المسافات الاجتماعية من سبع عبارات تقريرية توضح اختيار الفرد لإحداها، وجهة ودرجة اتجاهه نحو الشعب أو القومية المعينة موضوع الاتجاه، حيث يمثل اختيار العبارة الأولى أقصى درجات التقارب الاجتماعي، واختيار العبارة السابعة أقصى درجات النفور أو التباعد.

ويلاحظ على مقياس بوجاردس أن المسافات بين وحداته غير متساوية، فمن يوافق على الوحدة الأولى يوافق - منطقياً - على الوحدات 2، 3، 4، 5، لأن من رضى بمصاهرة أحد أبناء شعب آخر، أو قومية أخرى، يقبل انتماءه إلى نفس النادي، والسكن في نفس الشارع... الخ. (درويش، 1999، ص. 106)

وفيما يلي نموذج لهذا المقياس:

جدول رقم (2): يوضح طريقة تقدير المسافات الاجتماعية نحو عدد من الشعوب كما قدمها بوجاردس

7	6	5	4	3	2	1	المسافات الشعوب
							1- الإنجليز
							2- الزوج
							3- الفرنسيون
							4- الصينيون
							5- الألمان
							6- الأتراك
							7- الروس
							8- الهنود
							9- الإيطاليون
							10- الأيرلنديو

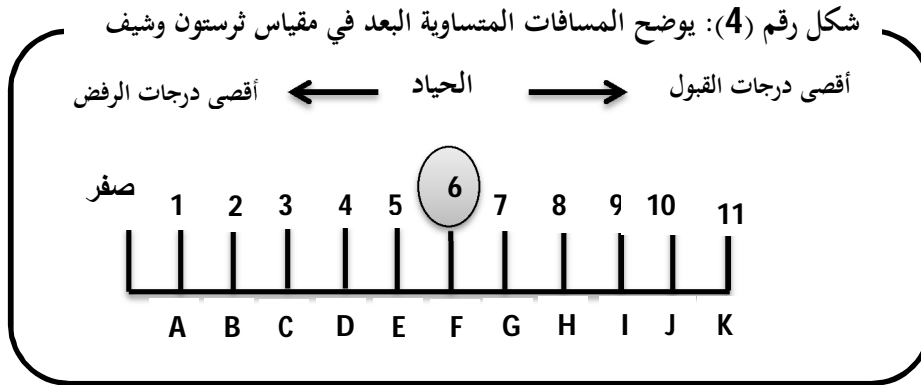
المصدر: (عبد الله، وخليفة، 2001، ص. 307)

* طريقة المسافات (الفترات) المتساوية البعد لثرستون وشيف:

Method of Equal Appearing Intervals

قدمه العالم النفسي ثرستون لقياس اتجاهات الأفراد، ويقوم هذا المقياس على أن الاتجاه هو حالة استعداد الفرد لأن يستجيب ايجاباً أو سلباً لموضوع معين، ويتضمن إحدى عشرة درجة ويندرج فيها مدى الاتجاه من الايجابية المتطرفة إلى السببية المتطرفة. (الصقور، 2003، ص.31)

وابنكر هذا المقياس ثرستون Thurstone وشيف Chave عام 1929 وفيه يسأل الفرد عن مدى موافقته أو رفضه لمجموعة من الجمل يتضمنها المقياس، وقد تضمن موافقته أو رفضه لمجموعة من الجمل يتضمنها المقياس، وقد تضمن المقياس عدداً كبيراً من العبارات حول موضوع معين، ثم عرضها أولاً على مجموعة من المحكمين لتحديد أي العبارات يمثل أقصى درجات الإيجابية، وأيها يمثل أقصى درجات الرفض أو السلبية، وكذلك تحديد الوزن النسبي لكل منها بحساب القيمة الوسطية لترتيب المحكمين لها تدريج على متصل يتراوح بين صفر و 11 درجة أي يمثل أحد طرفيه أقصى حالات التفضيل لموضوع الاتجاه، ويمثل الطرف الآخر أقصى حالات الرفض، أما موضوع الوسط فيمثل النقطة المشيرة إلى موقف أو حالة الحياد، كما يتضح من الشكل التالي: (درويش، 1999، ص.107)



المصدر: (عبد الله، وخليفة، 2001، ص.310)

وتشير الجمل التي وضعها من قبل المحكمين في المظاريف الخمس الأولى المكتوب عليها الحروف من (A إلى E) إلى الاتجاه الإيجابي في حين تشير الحروف الخمسة الأخيرة (من G إلى K) إلى الاتجاه السلبي. أما الحرف F فيعبر عن الحياد. أما بقية الدرجات على هذا المتصل فتمثل المواضع المختلفة للتفضيل وعدم التفضيل. (عبد الله، وخليفة، 2001، ص. 310) وقد تضمنت الصورة النهائية للمقياس البنود التي وافق أغلب المحكمين لكل منها على وزن نسبي، ويشير مجموع أوزان العبارات التي يوافق عليها الفرد، إلى درجته الكلية على المقياس، وكلما زادت هذه الدرجة دل ذلك على أن الفرد أكثر ميلا لموضوع الاتجاه. (درويش، 1999، ص. 107)

✳ طريقة التقديرات التجمعية لليكرت:

Likert's . Method of Summated Ratings

في سنة 1932 قدم ليكرت R.Likert مقياسا جديدا عُرف باسمه، أمكن من خلاله التغلب على الصعوبات السابقة في مقياس ثرستون. فهو يتفوق عليه في سهولة إعداده وفي ثبات نتائجه. وفي هذه الطريقة يتم جمع عدد كبير من العبارات أو البنود عن المراد قياس الاتجاه نحوه. (عبد الله، وخليفة، 2001، ص. 312)

وتختار عبارات هذا المقياس من عدد كبير من العبارات التي يمكن جمعها من اختبارات أخرى ومن الدوريات والكتب، وتختار العبارات بحيث تكون محددة المعنى واضحة غير غامضة بحيث توضح إما الاتجاه الموجب أو الاتجاه السالب، ويفضل عدد متساو من العبارات الموجبة والعبارات السالبة. ويجب أن تكون كل العبارات في المقياس مرتبطة بموضوع الاتجاه ويفضل أن يقتصر المقياس على موضوع واحد، ويجب أن تظهر العبارات فروقا فردية في الاستجابة لها، أي أنه يجب ألا يضم المقياس عبارات يوافق عليها جميع الأفراد أو يعارضها جميع الأفراد. (أحمد، 2001، ص. 107)

وتتلخص هذه الطريقة في أنه يطلب من الأفراد أن يوضحوا درجة موافقتهم أو رفضهم بالنسبة لكل عبارة من عبارات المقياس، بما يعبر في آخر الأمر عن شدة موافقتهم أو على شدة رفضهم لموضوع الاتجاه ويوضح ذلك الشكل التالي: (درويش، 1999، ص. 107)



المصدر: (الغامدي، 2003، ص. 132)

ثم يلي عملية جمع البيانات تصحيح استجابات الفرد على مختلف بنود المقياس - حسب اتجاه البند - في حالة الحصول على درجة كلية لمقياس الاتجاه.

وبناء على ذلك فالدرجة المرتفعة على المقياس تدل على اتجاه الايجابي، في حين تشير الدرجة المنخفضة إلى الاتجاه السلبي، واتجاه الفرد العام يمكن تحديده من خلال الدرجة الكلية على المقياس و التي هي عبارة عن مجموعة الدرجات الفرعية للبنود. (عبد الله، وخليفة، 2001، ص.ص. 313 - 314)

ولا يقتصر نمط الاستجابة الموضح في الشكل رقم (6) بل يمكن استخدام بدائل ترتيبية أخرى مختلفة في عددها وألفاظها ولبناء مقياس للاتجاهات النفسية الاجتماعية حسب طريقة ليكرت ينبغي التزام الخطوات التالية:

1- تحديد موضوع الاتجاه تحديدا دقيقا.

2- تدوين عدد من العبارات ذات الصلة بموضوع الاتجاه المراد قياسه، تشمل مدى

متسعا من حيث النوع والشدة وتوزيع العبارات الموجبة والسالبة توزيعا معتدلا.

3- إعداد مفتاح التصحيح الذي يسمح بحساب موازين البنود والعبارات المختلفة.

4- تطبيق البنود على مجموعة مماثلة للمجموعة المستهدفة يساوي عدد أفرادها عشرة

أضعاف عدد البنود دون إغفال شروط وظروف القياس المتماثلة. والجدير بالذكر أن

الدرجة التي يحصل عليها الفرد على المقياس لا تعني شيئا إلا إذا قورنت بغيرها من

الاستجابات بحيث يتوضح موقع كل فرد. (الغامدي، 2003، ص. ص. 43-44)

ويستخدم مقياس ليكرت على نطاق واسع في قياس الاتجاه نحو الأقليات ونحو

العالمية، ويتميز على مقياس ثرستون ببساطته في الإعداد وثباته خاصة أن وحداته تسمح

بالتعبير باستخدام درجات مختلفة من الموافقة والمعارضة، على حين أن مقياس ثرستون

يسمح بالموافقة والمعارضة فقط. كما أن وجود خمس درجات في مقياس ليكرت يعطي تقديرا

دقيقا لرأي الفرد. (أبو النيل، 2009، ص. 230)

* طريقة التدرج التجمعي لجتمان: Cuttman's Scalogram Analysis

حاول جتمان **Gutman** (1947، 1950) إنشاء مقياس تجمعي متدرج يحقق فيه شرط

هاما هو أنه إذا وافق المفحوص على عبارة معينة لابد أن يعني هذا أنه قد وافق على

العبارات التي هي أدنى منها ولم يوافق على العبارات التي تعلوها. (أحمد، 2001، ص. 108)

وفيما يلي مثال يوضح ذلك:

1- نهاية المستوى الجامعي لا يعتبر كافيا لتعليم الفرد. نعم () لا ()

2- نهاية المستوى الثانوي لا يعتبر كافيا لتعليم الفرد. نعم () لا ()

3- نهاية المستوى الإعدادي لا يعتبر كافيا لتعليم الفرد. نعم () لا ()

4- نهاية المستوى الابتدائي لا يعتبر كافيا لتعليم الفرد. نعم () لا ()

5- ينبغي أن يزيد تعليم الفرد عن مجرد القراءة والكتابة. نعم () لا ()

(عبد الله، وخليفة، 2001، ص. 317)

ودرجة الشخص هي النقطة التي تفصل بين كل العبارات السفلى التي وافق عليها والعليا التي لم يوافق عليها وهكذا لا يشترك فردان في نفس درجة واحدة على هذا المقياس إلا إذا كانا قد اختارا نفس العبارات. (أحمد، 2001، ص. 108)

وتتلخص هذه الطريقة في المحاولة لإيجاد مقياس يشبه المقياس الذي يستخدم لكشف قوة الرؤية أو الإبصار عند الأفراد، فإذا قلنا إن قوة رؤية أو إبصار شخص هي 9/6، ففي هذه الحالة، توضح لنا هذه الدرجة عدد الصفوف التي يستطيع الفرد أن يميزها، وعدد الصفوف التي يعجز عن تمييزها في لوحة الكشف.

ويعتبر هذا النوع من المقاييس، مقياسا تجمعيًا صحيحًا، حيث يستدل من خلاله على الصفوف التي رآها الفرد المفحوص من درجته النهائية، وهو إحدى الأسس الهامة التي تميز المقياس الصحيح. إذ أن هذا الشرط، لم يتوفر تمامًا في جميع المقاييس السابقة، ففي طريقة "ليكرت" لا يعني أحيانًا حصول شخصين على درجة واحدة، أنهما بالضرورة قد اختارا نفس العبارات أو استجابا بطريقة واحدة. ولن يشترك شخصان إذن في درجة واحدة على مقياس جتمان، إلا إذا كانا قد اختارا نفس العبارات. (العتوم، 2009، ص. ص. 208-209)

وقد لاقت طريقة جتمان الكثير من الهجوم وأوجه النقد، واتفق كثير من الباحثين النفسيين والاجتماعيين على نواحي الضعف في هذه الطريقة، وأهمها أنها طريقة مصطنعة. وأنه من النادر أن يصل الباحث إلى هذا المستوى من تدرج القياس في السمات والظواهر الاجتماعية والنفسية مهما وصل المقياس إلى درجة من الثبات والصحة. (عبد الله، وخليفة، 2001، ص. 317)

ويجب الانتباه عند استخدام مقاييس الاتجاه إلى عدد من القضايا الهامة ومنها:

1. أن تكون عبارات المقياس واضحة وسليمة لغويًا.
2. أن ترتبط العبارات بموضوع الاتجاه بشكل مباشر وأن تتوافق كل عبارة مع الهدف العام للمقياس.
3. استخراج دلالات صدق وثبات المقياس بالطرق المعروفة.

4. استخدام أسلوب إجابة واحدة للفقرات (أسلوب التدرج).

5. الانتباه إلى ضرورة قياس جميع مكونات الاتجاه المعرفية والوجدانية والسلوكية.

(العتوم، 2009، ص. 209)

تبين من خلال عرضنا لمقاييس التقرير الذاتي أنها تركز على بعض أبعاد الاتجاه دون البعض الآخر، فقد أشار "ترياندس" إلى أن مقاييس التقرير الذاتي تهتم في معظم الأحيان ببعد واحد فقط هو سعة الاتجاه **Magnitude of Attitude** أو ما يسمى أحيانا بوجهة الاتجاه **Valence** أي على المشاعر الإيجابية والسلبية نحو الموضوع المراد دراسة الاتجاه نحوه.

هذا على الرغم من أن هناك أبعادا أخرى للاتجاه في غاية الأهمية بالنسبة للفرد، مثل تعقد* أو تركيب الاتجاهات، ومركزيتها أو أهميتها بالنسبة للفرد، وكذلك بروزها **Salience**. وهي أبعاد أكدتها العديد من الدراسات التي تناولت بناء الاتجاهات. (عبد الله، وخليفة، 2001، ص. 320)

■ **الفئة الثانية: مقاييس تعتمد على ملاحظة السلوك الفعلي نحو موضوع الاتجاه.**

يعتمد هذا الأسلوب على مسلمة مفادها وجود اتساق بين الاتجاه (كما يعبر عن لفظيا) وبين السلوك الفعلي المؤكد لهذا الاتجاه، وأنه يمكن بناء على ذلك تحديد اتجاه الفرد نحو موضوع ما عن طريقة ملاحظة سلوكه الفعلي إزاء هذا الموضوع. وقد أوضحت أهمية هذا الموضوع في قياس الاتجاهات، بعد أن تبين أن هناك تفاوتاً بين السلوك الفعلي وبين الاتجاه كما يعبر عنه لفظيا من خلال مقاييس التقرير الذاتي التي عرضنا لها من قبل. (درويش، 1999، ص. 109)

يعتمد هذا الأسلوب على مسلمة مفادها وجود اتساق بين الاتجاه (كما يعبر عن لفظيا) وبين السلوك الفعلي المؤكد لهذا الاتجاه، وأنه يمكن بناء على ذلك تحديد اتجاه الفرد

* تعقد الاتجاهات: أي عدد العناصر التي تشتمل عليها، وهو ما أشار إليه كرتش وزملاؤه بالعناصر المتعددة للاتجاه

Multiplicity حيث يمتد كل مكون من مكونات الاتجاه الثلاثة من البساطة الشديدة إلى التعقيد الشديد.

نحو موضوع ما عن طريقة ملاحظة سلوكه الفعلي إزاء هذا الموضوع. وقد أوضحت أهمية هذا الموضوع في قياس الاتجاهات، بعد أن تبين أن هناك تفاوتاً بين السلوك الفعلي وبين الاتجاه كما يعبر عنه لفظياً من خلال مقاييس التقرير الذاتي التي عرضنا لها من قبل. (درويش، 1999، ص. 109)

لذلك حاول علماء النفس الاجتماعي منذ عدة سنوات إيجاد طريقة دقيقة لقياس الاتجاهات لا تقوم على التقرير الذاتي، وكانت هذه الطريقة هي ملاحظة السلوك، باعتبار أن ما يشعر به الفرد يظهر من خلال التعبيرات والسلوكيات الخارجية مثل: نغمة الصوت، واللغة، ووضع الجسم... الخ، وهي مؤشرات تكشف عن اتجاه الفرد نحو الآخرين، من حيث موافقته أو معارضته، تقبله أو رفضه، حبه أو كراهيته. (عبد الله، وخليفة، 2001، ص. 320-321)

وتتم هذه الطريقة من خلال ملاحظة المكون السلوكي للاتجاه وتدوين المعلومات للتوصل إلى فكرة عن اتجاه الفرد. إلا أن عملية ملاحظة السلوك الخارجي والحركي للفرد تتطلب وقتاً طويلاً، و تستدعي تكرار الملاحظة في ظروف مختلفة مثل الحكم على الاتجاه النفسي للفرد عن طريق ملاحظة ذهابه إلى الجامعة أو تأديته الصلاة أو ملاحظة الشخص الذي يتردد على نوع معين من الأماكن العامة. (درويش، 1999، ص. 206)

وعليه تعتمد المشاهدة أو الملاحظة **Observation** على المعاينة المباشرة لأشكال السلوك الذي ندرسه. فإذا أراد الباحث أن يدرس سلوك عينة من الأطفال عندما يتجمعون في شكل جماعات للعب (معتمداً على المشاهدة). فما عليه إلا أن يقصد إحدى المدارس الابتدائية - مثلاً - لجمع مشاهدات عن طريق معاينتهم أثناء اللعب معاً.

وتحتاج المشاهدة إلى إعدادات خاصة لكي يرتفع بها الباحث إلى مستوى الدقة والكفاءة، على نحو ما فعل "ليبيت وهوايت" في تجربتهما على المناخ الاجتماعي لجماعات الأطفال. أو على نحو ما كان كثير من الباحثين في العقد الرابع من هذا القرن يفعلون

باستعانتهم بقوائم العينات الزمنية أو على نحو ما يفعل كثير من الباحثين المعاصرين من الاستعانة بقوائم تسجيل التفاعل.

هذا وقد تبين أهمية استخدام المقاييس أو المؤشرات السلوكية خاصة في حالة بعض الموضوعات التي يصعب على الأفراد تقديم تقارير لفظية دقيقة عن اتجاهاتهم نحوها. إما لأنهم لا يرغبون في ذلك أو لأنهم لا يستطيعون القيام بهذه المهمة.

وعرض كوك وسيلتز **Cook & Selltiz** لثلاث أنواع من المقاييس السلوكية:

1. مواقف مقننة Standardized Situations: يمكن ملاحظة سلوك الشخص فيها.
2. مواقف لعب الدور Role-Playing: حيث يُطلب من الشخص المبحوث أن يتصرف كما لو كان في مواقف الحياة الفعلية.
3. الاختبارات السوسيومترية Sociometric Choices: كاختيار عضو معين أو تعديل عدد قليل من الأعضاء يمكن العمل معهم.

كما تبين أن الإشارات غير اللفظية تبدو في حركات أجزاء الجسم وأوضاعه، أو نظرات العين، أو التلامس بأجزاء الجسم أو الاقتراب، أو نبرات الصوت وإيقاعه، لها أهمية كبيرة في كثير من الأحيان - في الكشف عن اتجاهات الشخص نحو الآخرين. (عبد الله، وخليفة، 2001، ص. ص. 321-322)

■ الفئة الثالثة: الأساليب الإسقاطية Projective Techniques:

تُستخدم هذه الأساليب الإسقاطية في قياس الاتجاهات، وهنا يُعرض على المفحوص بعض المنثيرات الاجتماعية الغامضة في شكل صور أو لعب أو جمل أو قصص ناقصة وغير ذلك مما يوجهه نحو الموضوع المراد قياس الاتجاه نحو، ومن أهم الأساليب الإسقاطية لقياس الاتجاهات ما يلي: (بني جابر، وعبد العزيز، 2002، ص. 301)

✳ طريقة الصور الغامضة لفروم Vague Figure:

وفي هذه الطريقة قام فروم **Fromme.A** (1941) بمقارنة استجابات مجموعة من المفحوصين على استبيان خاص بالحرب من جهة بتفسيرات نفس المجموعة لمواد مصورة

غامضة الموضوعات من جهة أخرى. وقد وجد فروم علاقة وثيقة بين عاملي: القومية Nationality والعدوان Aggression تظهر في استجابات المفحوصين على الاستبيان من جهة وبين تفسيراتهم من جهة أخرى. وهذا التفسير يقوم بالطبع لا على ما يوجد بالصورة لكن على ما سيسقطه الفرد عليها من مشاعر داخلية. (أبو النيل، 2009، ص.ص. 231-232)

* رسومات الأطفال: Children's Drawings:

تعد رسومات الأطفال إحدى الطرق الملائمة مع الأطفال الذين لا يمكنهم التعبير عن وجهة نظرهم، إما لأن لديهم صعوبات لغوية أو ليس لديهم المعرفة الكافية التي تمكنهم من الإجابة عن الاستخبارات.

وتتلخص هذه الطريقة في أن يرسم الأطفال الأشكال المحببة التي يفضلها ويعجبون بها كتعبير حر عن اتجاهاتهم. (عبدالله، وخليفة، 2001، ص. 326)

* طريقة التداخي الحر Free Association:

وهي شكل من أشكال المنبهات الإسقاطية، حيث تشير تداخيات وخواطر الشخص المبحوث حول موضوع ما عن اتجاهه نحو هذا الموضوع، ومنها "تداخي الكلمات"، حيث يقدم للشخص بعض الكلمات التي ترتبط بموضوع الاتجاه المراد دراسته ضمن مجموعة أخرى من الكلمات. ويطلب منه ذكر أول كلمة تخطر عند سماعه لها. (جابر، ولوكيا، 2006، ص. 108)

والنقد الذي يوجه لهذه الأساليب هو انخفاض ثباتها وصدقها عن غيرها من الطرق الإسقاطية الأخرى التي عرضنا لها من قبل. (درويش، 1999، ص. 110)

■ الفئة الرابعة: مقاييس تعتمد على الاستجابة الفسيولوجية لموضوع الاتجاه

:Physiological Response

يعد هذا النوع من المقاييس من الأساليب غير المباشرة في قياس الاتجاهات. حيث يستند (على اتجاهات الفرد من خلال عدد من المؤشرات الفسيولوجية مثل: معدل ضربات القلب، ضغط الدم، وحركة العين، واستجابة الجلد الجلفانية وغيرها من المؤشرات.

وقد قارن "رنك وكامبل" بين استجابة الجلد الجلفانية لدى مجموعتين من الأشخاص: الأولى وضُوعوا في مكان واحد مع مجرب من السود. والثانية وضُوعوا في مكان آخر مع مجرب من البيض. وتبين من هذه الدراسة وجود فروق بين أفراد المجموعتين في استجابة الجلد.

واعتبر ذلك مؤشرا لاتجاهاتهم نحو المجرب. كما تبين لكل من "ويستي وديفلي". أن مشاهدة البيض لصور أشخاص من السود في موقف اجتماعي معين لها علاقة بكل من استجابة الجلد وضغط الدم، وكذلك بالمقاييس اللفظية للاتجاهات.

ويلاحظ على المقاييس الفسيولوجية أنه على الرغم من أنها تُمكننا من الوقوف على شدة اتجاه الفرد نحو موضوع ما، فإنها لا تحدد لنا وجهة الاتجاه ايجابيا أم سلبيا. (عبد الله، وخليفة، 2001، ص. ص. 324-325)

يتضح مما سبق ذكره أنه توجد عدة مقاييس وأساليب لقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية تتفاوت في كفاءتها، كما تختلف من حيث الأهداف التي يمكن تحقيقها باستخدامها وبحسب طبيعة المشكلات التي يسعى الباحثين إلى دراستها.

خلاصة

في هذا الفصل تناولنا موضوع الاتجاهات النفسية الاجتماعية من خلال التعرف على مفهومها ومكوناتها وفصلها عن بعض المفاهيم المتشابهة معها، والتعرف على خصائصها وأنواعها وطبيعتها وأهم وظائفها على الصعيد الشخصي والاجتماعي، وتسلط الضوء على كيفية تكوينها وكذا العوامل المساهمة في تكوينها، وباعتبارها مكتسبة من البيئة المحيطة بالفرد فقد تم التعرف على طرق تغييرها أو تعديلها. وكذا عرض لبعض الأطر النظرية المفسرة لها، ليختتم الفصل بأهم أساليب ومقاييس قياسها كمقياس ليكرت (طريقة التقديرات

التجمعية) الذي تم اعتماده في بناء مقياس الدراسة الحالية لقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي والفيديو أنموذجا

- تمهيد

أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي

ثانياً: الفيديو أنموذجا

- خلاصة

تمهيد

أصبحت الانترنت تشغل حيزا عظيما في حياة الإنسان المعاصر، نظرا لما تقدمه له من خدمات عديدة ومتنوعة لعل أهمها تسهيل عملية التواصل الاجتماعي بين الأفراد في فضاء الكتروني افتراضي قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات عن طريق ما يسمى "بشبكات التواصل الاجتماعي"، حيث أنه لم يعرف مصطلح التواصل الاجتماعي الكترونيا إلا في وقتنا الحاضر فإذا كانت الانترنت قد جعلت العالم أشبه ما يكون بقرية صغيرة فإن شبكات التواصل الاجتماعي جعلته أقرب ما يكون إلى طاولة مستديرة للاجتماعات والنقاشات. خاصة لما اكتسبت هذه الشبكات شعبية واسعة بين مختلف فئات المجتمع وفي مختلف أنحاء العالم، وبات تأثيرها يتصدر أحداث الساعة.

ولقد تعددت هذه الشبكات وتنوعت، إلا أن صعود نجم شبكات التواصل الاجتماعي "فيسبوك" فتح الأبواب على عدة أسئلة في شأن الدور الذي لعبه على عدة أصعدة سياسية، اجتماعية، نفسية... خاصة أنه تفوق على الكثير من شبكات التواصل الاجتماعي سواء بعدد مستخدميه أو بمدى انتشاره على مستوى العالم. وعليه نحاول في هذا الفصل توضيح جزئيتين أساسيتين: أولهما عن ماهية "شبكات التواصل الاجتماعي" بصفة عامة، وثانيها عن ما تعلق "بالفيسبوك"، كما هو مشار إليه في عناصر خطة هذا الفصل.

أولا: شبكات التواصل الاجتماعي

يمتاز العصر الحالي بأنه عصر المعلومات والثورة التكنولوجية الهائلة، بما وفرتها من تقنيات ووسائل متنوعة مثل شبكة الانترنت، التي تعتبر وسيلة للتواصل وتبادل المعلومات. (الشديفات، 2007، ص.1)

فعن طريقها يمكن أن يتم تبادل الأخبار، والإعلانات والبحوث، والكتب، والرسائل الالكترونية، والمحادثات... الخ فهي نهر عظيم يتم نقل وتبادل المعلومات من خلاله. (العسري، 2005، ص.202)

فالإترنت أصبحت أشهر شبكات نقل وتبادل المعلومات التي بنيت حتى الآن ويطلق عليها عادة شبكة أم الشبكات، عشرات الآلاف من الشبكات ربطت مع بعضها البعض خلال بروتوكول اتصال عام مشترك. (العبيد، 1996، ص. 47)

مجسدة بذلك ما تتبأ به "مارشال ماكلوهان" حول تحول العالم إلى "قرية صغيرة"، تتقل داخلها المعلومات بسهولة ويسر، ويستطيع من خلالها الفرد الوصول إلى المعلومة التي يريد والاتصال بأية نقطة في العالم، دون اعتبار لحواجز جغرافية أو ثقافية. (رمضان، 2012، ص. 2) فهي السوق العالمية والثقافية الواسعة وهي نهاية الجغرافيا، ومكتبة العالم الخيالية المعاصرة التي تسيطر على لغاتنا المألوفة وفي الوقت نفسه تجذبنا نحو لغات ومفاهيم اتصالية أخرى. (دهيمي، د.ت، ص. 5)

إذ أنها تمكن ملايين البشر على اتساع رقعتهم الجغرافية من الاتصال والمشاركة في الشبكة والمفاعلة فيما بينهم، والإبحار فيها عمل يومي لا يستغنى عنه من يريد التواصل مع الآخرين، والانخراط في المجتمعات العالمية. (العود، 2012، ص. 1)

فالإنتاج الأعظم لها هو ذلك الذي حققته على المستوى الثقافي والاجتماعي. فقد انتهت الإنترنت، في رأي "فرانسيس" في كتابها الموسوم موت المسافات (Death of Distance)، الفروق الثقافية والاجتماعية بين البشر ووحدهم في ثقافة ذات خصائص جديدة تختلف اختلافا جوهريا عما قبلها من خصائص. (ساري، 2008، ص. 306)

فإذا تحدثنا عن استخدامات شبكة الإنترنت في الوقت الحاضر فلن نستطيع حصرها، فهي كثيرة ومتشعبة للغاية، ولكننا نستطيع ذكر بعض الاستخدامات الشائعة لتلك الشبكة وهي مواقع التواصل الاجتماعي. (شعبان، وصبطي، 2012، ص. 179)

فهذه المواقع انتشرت بشكل مثير للانتباه في السنوات الخمس الأخيرة على شبكة الإنترنت وجذبت ملايين المستخدمين إليها اشتركت جميعها في خصائص معينة لتطغى بذلك على أكبر مواقع الإنترنت.

وهي عبارة عن مواقع للتواصل الاجتماعي بين المستعملين، ولإقامة العلاقات الاجتماعية، ومن أشهرها فاييبوك (Facebook)، ماي سبايس (MySpace). (بغزير، 2001، ص.70)، فما هي شبكات التواصل الاجتماعي؟

1- تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:

➤ تعريف (الشهري، 2008): "منظومة من الشبكات الالكترونية تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية".

➤ تعريف (Salko، 2010) شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: "الوسائط التي نستخدمها لنكون اجتماعيين". (الرعود، 2012، ص.31)

➤ تعريف محمد عواد: "تركيبية اجتماعية الكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، و تتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العقدة- Node)، بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم. وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص". (المنصور، 2012، ص.25)

➤ تعريف (Boyd and Ellison، 2007) بأنها خدمات تعتمد على الانترنت وتسمح للأفراد بما يلي:

1. بناء ملف شخصي عام أو شبه عام ضمن إطار محدد.
2. تظهر لائحة المستخدمين الذين يتشاركون مع بعضهم.
3. عرض قائمة الاتصال وما قام به الآخرون داخل نفس النظام. (الرعود، 2012،

ص.31)

➤ تعريف قاموس (ODLIS): "هي خدمة الإلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين". (مسعودان، ووارم، 2012، ص.139)

➤ تعريف (الضراب، 2009): "بأنها مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب "2-0"، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب اهتمام، أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة...)". (الرعود، 2012، ص.31)

➤ تعريف موقع ويكيبيديا (الموسوعة الحرة): "تصنف تلك المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني للويب (ويب 2-0)*، تقوم على المستخدمين بالدرجة الأولى واحة التواصل بينهم سواء أكانوا أصدقاء تعرفهم على أرض الواقع أو كانوا أصدقاء عرفتهم في العالم الافتراضي". (المنصور، 2012، ص.25)

➤ تعريف (Mayfield): "مجموعة جديدة من وسائل الإعلام على الانترنت تشترك بالخصائص التالية:

1. المشاركة: فهي تشجع على المساهمات وردود الفعل (التعليقات) من أي مهتم، وتلغي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والتلقين.
2. الانفتاح: معظم شبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الأفعال والمشاركة، وتبادل المعلومات والتعليقات، ونادرا ما يوجد حواجز أمام

* الجيل الثاني للويب (ويب 2-0): عبارة عن أسلوب جديد لتقديم خدمات الانترنت يتميز بخصائص معينة من أبرزها تعظيم دور المستخدم، هذه الخاصية تجسدت في العديد من النماذج والتطبيقات، ولعل من أبرز هذه النماذج شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت، التي خلقت بيئة تواصلية جديدة جذبت إليها جماهير كبيرة.

الوصول إلى المحتوى والاستفادة منه لأن حمايته بكلمة مرور غير موجود نهائيا.

3. **المحادثة:** تعتمد شبكات التواصل الاجتماعي على المحادثة باتجاهين، بعكس وسائل وهذا ما جعلها تحتل الصدارة ضمن أكثر مواقع الانترنت شعبية نظرا لما توفره من خصائص تفاعلية، وكذا تكنولوجية. الإعلام التقليدي التي تعتمد على مبدأ بث المعلومات ونشرها باتجاه واحد لجميع المتلقين.

4. **التجمع:** تتيح شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية التجمع بسرعة والتواصل بشكل فعال ويربط تلك التجمعات اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي، والقضايا السياسية وغيرها. (الرعود، 2012، ص.32)

من خلال التعريف السابق ذكرها نستنتج بأن شبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن: "شبكات تواصل إلكترونية تفاعلية ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة وتُصنف ضمن مواقع الجيل الثاني للويب (2.0)، هذه الشبكات غيرت من مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، إذ تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وبأية لغة يشاءون وفي أي مكان من العالم، وتمكن من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية فيما بين مستخدميها سواء أكانوا أصدقاء يعرفون بعضهم في أرض الواقع أو كانوا أصدقاء تعرفوا على بعضهم في العالم الافتراضي، بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التواصل مع أصدقائه وأصدقاء أصدقائه. وقد اكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر.

2- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

إن أول من استخدم مصطلح الشبكات الاجتماعية هو الأنثروبولوجي A. Barnes John في عام 1954 وذلك للتعبير عنها من خلال علاقات الأفراد عندما أصبحت هذه الروابط والتفاعلات معقدة وسببت خلط داخل الاتصالات. (Rissoan , Romain, 2011,p.22) فالشبكة الاجتماعية هي ممثلة للعلاقات القائمة داخل المجتمع.

وظهرت في السبعينيات من القرن العشرين بعض الوسائل الالكترونية الاجتماعية من النوع البدائي. وكانت قوائم البريد الالكتروني و(BBS) "billetin board systems"، من أوائل التقنيات التي سهلت التعاون والتفاعل الاجتماعي. وأتاح هذا التفاعل للإنسان تطوير علاقات ثابتة وطويلة الأمد مع الآخرين وغالبا ما كانت بأسماء مستعارة. وفي منتصف التسعينيات من القرن العشرين، بدأت شبكات التواصل الاجتماعي بشكلها الحديث بالظهور، مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر وحاجتهم للتواصل.

وظهرت في السبعينيات من القرن العشرين بعض الوسائل الالكترونية الاجتماعية من النوع البدائي. وكانت قوائم البريد الالكتروني و(BBS) "billetin board Systems"، من أوائل التقنيات التي سهلت التعاون والتفاعل الاجتماعي. وأتاح هذا التفاعل للإنسان تطوير علاقات ثابتة وطويلة الأمد مع الآخرين وغالبا ما كانت بأسماء مستعارة. وفي منتصف التسعينيات من القرن العشرين، بدأت شبكات التواصل الاجتماعي بشكلها الحديث بالظهور، مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر وحاجتهم للتواصل.

وأول موقع لشبكات التواصل الاجتماعي هو(Classamates.com)*، انطلق في العام 1995 وهو موقع اجتماعي للاتصال والتواصل مع الأصدقاء والمعارف من الروضة حتى الجامعة وعضوية هذا الموقع مجانية.(العودة،2012، ص.47)

* أنشئ هذا الموقع على يد "راندي كونراد" Randy Conrad

وهذا الموقع قد قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات وكل ولاية تشتمل على المناطق الداخلية وكل منطقة بها عدد من المدارس المتاحة والتي تشترك في هذا الموقع، ويمكن للفرد البحث من خلال هذا التقسيم حتى يصل إلى المدرسة التي كان ينتسب إليها ويجد بها زملاء له ويرشح بعض الزملاء الآخرين للتواصل فيما بينهم من خلال هذا الموقع، وعلى الرغم من أن موقع "Classates - com" قد سمح للأفراد بالانضمام، وتصفح الشبكة للبحث عن أفراد آخرين منضمين أيضا، لكن لم يكن بإمكان المستخدمين إنشاء ملفات أو قوائم أصدقاء حتى سنوات لاحقة.

وكان "Six dearee .Com" الأول الذي جمع بين هذه الصفات، حيث يعتبر أول موقع حاول تحديد ورسم خريطة لمجموعة من العلاقات الحقيقية، بين أشخاص حقيقيين، يستخدمون أسماءهم الحقيقية. (رمضان، 2012، ص.89)

ففي أيار من العام 1997 أطلق الموقع المشهور "Six Degrees. com"، الذي أخذ اسمه من عبارة Six degrees of Separation أي "ست درجات من الانفصال" التي أخذت من "تجربة العالم الصغير" لعالم النفس الأمريكي في جامعة هارفارد "ستانلي مليغرام" (Stanley Milgram). (الرعود، 2012، ص.33)

وهذا يعني أن كل فرد يمكن أن يرتبط بسلسلة طويلة من العلاقات التي تبدأ من أصدقائك المقربين، تنتقل إلى الدرجة الموالية. أصدقاء أصدقائك، وحتى الدرجة السادسة. (رمضان، 2012، ص.89)

من خلال إتاحتها الفرصة بوضع ملفات شخصية للمستخدمين على الموقع، وكذلك إمكانية التعليق على الأخبار الموجودة على الموقع وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين. (عوض، 2012، ص.47) مؤسس موقع

*"Six degree.com" هو اندرو و وينريش "Andrew Weinreich"

ورغم التطورات التي عرفها الموقع - حيث فاق عدد مستخدميه مليون مستخدم - إلا أنه لم يكن مربحا، وتوقف بصفة نهائية (في سنة 2001)، وقد وُصف من قبل مؤسسه¹ بأنه كان سابقا لأوانه. (رمضان، 2012، ص.89)

بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية* التي لم تحقق نجاحا كبيرا. بين الأعوام 1999 و2001. وشهد العام 2002 الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم، عندما ظهر موقع (Friendster) في كاليفورنيا من قبل (Jonathan Abrams)، ويقوم مفهوم الموقع على دائرة من الأصدقاء، والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي من خلال المجتمعات الافتراضية، ويسمى بالأصدقاء بسبب دوائر العرض، من صور وملفات الأصدقاء والأفراد ويستخدم على نطاق واسع في آسيا، وهو متاح بعدة لغات (الانجليزية، والصينية، واليابانية والكورية، والاسبانية) وفيه رابط يوفر للمستخدم اختيار اللغة.

في النصف الثاني من العام 2002 ظهرت في فرنسا شبكة (Skyrock) كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية في العام 2007. (الرعود، 2012، ص. 33-34)

وموقع (My Space) هو الذي فتح آفاقاً واسعة لهذا النوع من المواقع، وقد حقق نجاحا هائلا منذ انشائه عام 2003. (عوض، 2012، ص.47)

ونمى بسرعة حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في العام 2006. وأهم ما يقدمه (My Space) هو تفصيلات الملفات الشخصية، مما يسمح للمستخدمين بخلق خلفيات أصلية، وتضمين عرض الشرائح ومشغلات الصورة والصوت، إضافة إلى المدونات، وفي أوقات كثيرة يعتبر بمثابة موقع ويب للموسيقيين. (الرعود، 2012، ص.34)

* الشبكات الاجتماعية التي ظهرت بين سنة 1999 و2001 مثل: Asia avenue, Blak planet, live journal

فلقد كان استخدام "ماي سبيس" My Space للفرق الموسيقية مثل "Indie rock" أحد الأسباب الرئيسية لنجاحه. وعلى الرغم من أن هذه الفرق لم تكن المصدر الوحيد لنمو "ماي سبيس" لكن العلاقات التكافلية بين الفرق والمعجبين ساعدت "ماي سبيس" على التوسع على المستخدمين السابقين لـ فرنددستر Freindster، كان للفرق والمعجبين النشطين منافع متبادلة: الفرق ترغب أن تكون قادرة على الاتصال بالمعجبين في حين المعجبون يتوقون إلى الاهتمام من طرف فرقهم المفضلة.

ولقد حضي ماي سبيس "My Space" بشعبية كبيرة في بدايته، حيث كان يعتبر من أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداما، ولكنه عرف تراجعا فيما بعد لاسيما بعد ظهور "فايسبوك" Facebook في 2004. (رمضان، 2012، ص.90)

فلم يكن يخطر ببال أحد أن هذا العالم سيتسع ليلعب عدد مستعمليه 42 مليون مشترك يمارسون من خلاله نصف حياتهم يتبادلون فيه الأخبار والصور وأحداث لقطات الفيديو. ويعرضون أنفسهم بطريقة أقرب للواقع بما يحقق لهم غرض اشتراكهم في الشبكة الاجتماعية الافتراضية - فهو يمثل كما يؤكد البعض- الانترنت بمفهومها "التفاعلي" ليكون بمثابة "وسيلة للتواصل" بين الأصدقاء ليس فقط في حدود الحي أو المدينة أو الدولة، وإنما باتساع الكون، في أي مكان في العالم. (ناصر، 2009، ص.ص.9-10)

وقد عرف الفيسبوك توسعا بشكل سريع في الآونة الأخيرة، وقاد إلى استخدام أوسع من الأفراد من كل الأجيال 661.3 مليون مستخدم يمثلون نمو سنوي لـ 45.2 بالمئة. والقيم الربحية ارتفعت إلى 50 مليار دولار أمريكي بعد استثمار جولدمان ساتشر Sachs Goldman في 2011.

(Sana, Rouis, and Moes, Limayem, and Esmail, SangariL, 2011, p.965)

وفي مارس من العام 2006 ظهر موقع تويتر على يد جاك درزي (Jack dorsey)، وبيزستون (biz stone)، وايفان ويليامز (evan williams)، وتويتر خدمة أطلقتها شركة

(Obvious) والتي مقرها سان فرانسيسكو، ثم قامت بفصل تويتر في شركة مستقلة تحمل

اسم تويتر (Twitter) في ابريل من العام 2007. (الرعود، 2012، ص.ص. 34-35)

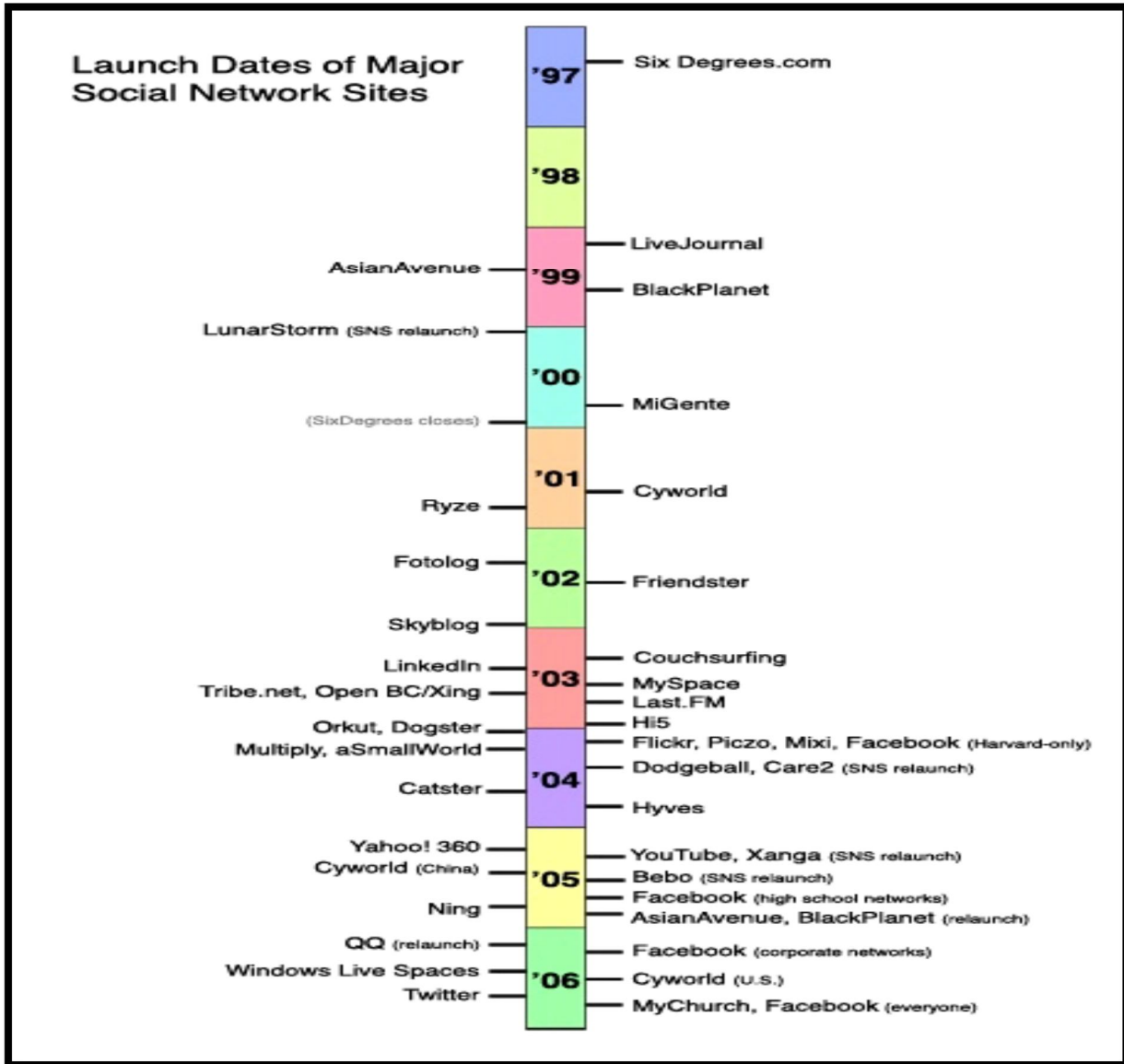
ويعرف الوقت الحالي نموا كبيرا في عدد مواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت

بمختلف اللغات والبلدان، حيث فرضت نفسها وجذبت إليها أعداد كبيرة من المستخدمين.

والرسم التالي للباحثة دانا بويد Dana Boyd يبين سنوات ظهور أبرز الشبكات الاجتماعية

على الانترنت وتطورها:

شكل رقم (6): يوضح سنوات ظهور الشبكات الاجتماعية على الانترنت



المصدر: (مجاهد، 2010، ص. 9)

3- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

لشبكات التواصل الاجتماعي خصائص ومميزات تميزها عن غيرها من المواقع الإلكترونية المنتشرة في فضاء الويب، وهناك ثلاثة مواصفات يجب أن تتوفر في أي موقع ليكون شبكة تواصل اجتماعي كما يلي:

✓ المحتوى يصنعه الزوار:

هذه هي الصفة الأولى من صفات مواقع التواصل الاجتماعية أو الشبكات الاجتماعية، المحتوى هو من صنع الزوار والمتصفحون، صاحب الشبكة الاجتماعية مكلف ببناء بيئة مناسبة سهلة ليستطيع الزوار أن يكسبوا فيها ما يحملوه من معلومات وأفكار وكل ما يخطر في بالهم ضمن توجه الشبكة العام وسياستها وقوانينها، ربما برامج المنتديات تحقق هذه الصفة بجدارة رغم أننا لا نسميها شبكة اجتماعية وذلك بسبب أن هنالك مواصفات أخرى لم تكتمل فيها.

إن هذا المفهوم الجديد الذي طرأ على شبكة الانترنت أحدث نقلة كبيرة إلى الأمام، فلقد كانت مهام إضافة المحتوى في أي موقع من الأعمال المكلفة والمتعبة، فأني موقع كبير كان بحاجة إلى فريق متخصص في الكتابة والإضافة يعمل بشكل مستمر حتى يضل الموقع متجدداً ليكسب الكثير من الزوار المتعطشين للمعلومة والمعرفة، أما الآن فيمكن استبدال فريق إضافة المحتوى بالزوار والمشاركين الذين سيتولون إضافة المحتوى بأنفسهم وبالتالي زيادة رصيد الموقع من المحتوى المعرفي وكل هذا بشكل مجاني مقابل ما تقدمه لهم من بيئة مناسبة وخدمة جيدة كي يحطوا رجالهم داخل صفحات الموقع. <http://networks/228> <http://social-thawratalweb.com>

✓ التواصل بين المستخدمين:

إننا نتكلم عن شبكة تواصل اجتماعية، حيث أن هنالك تواصل يتم، وهذا التواصل يكون متشعبا ومعقدا أحيانا حتى صرنا نطلق على الموقع - شبكة - وهذا يقودونا إلى المتطلب الثاني لأي موقع إلكتروني كي يصبح شبكة تواصل اجتماعية إنه التواصل الفعال

بين زوار الموقع أو (المشتركين) إن التواصل لا يتم إلا بين أشخاص معلومين، لا يمكن أن يتواصل مجهول مع مجهول بشكل فاعل لذلك فالاشتراك والتسجيل في موقع الشبكة الاجتماعية من أهم المسائل التي يجب على الزائر القيام بها للبدء في استخدام الشبكة ثم بعد ذلك يأتي دور التواصل بين المشتركين داخل الشبكة الاجتماعية، ويمكن أن نطلق على أولئك المشتركين (مستخدمين) لأنهم انتقلوا من فئة (زوار) فأصبحوا يستخدمون تلك الشبكة وأدواتها للتواصل والكتابة والنشر... الخ.

✓ التحكم في المحتوى المعروض:

عندما تدخل أي موقع الكتروني عادي فإن أول ما سيظهر لك في صفحات الموقع هو ما يريده أصحاب الموقع أن يظهر للجميع، أصحاب الموقع هم من يتحكمون في المحتوى وأنت ما عليك إلا الإذعان والتسليم أو مغادرة الموقع إن كان المحتوى لا يعجبك، هذا في حالة المواقع العادية، فماذا عن مواقع الشبكات الاجتماعية؟ عندما تقوم بزيارة موقع الفيس بوك مثلا لأول مرة ستجد صفحة تطلب منك التسجيل لتتمكن من الدخول، صفحة فارغة من المحتوى سوى بعض المربعات المخصصة لتضع فيها اسمك وبياناتك، ربما أردت أن تستكشف نوعية محتويات هذا الموقع الضخم وطبيعة المقالات والكتابات التي فيه كي تقرر هل تسجل فيه أم لا! لكن هذا غير متاح لأن موقع الفيس بوك ببساطه لا يعرض إلا ما يريده المستخدم أن يشاهده، لا يلزم المستخدم بشيء، المستخدم هو من يحدد المحتوى الذي سيعرض عليه.

مواقع الشبكات الاجتماعية جعلت مستخدميها هم من يتحكمون في المحتوى الذي يعرض عليهم، ويشكلوه كيفما أرادوا، في حين تبني قائمة أصدقائك في موقع الفيس بوك فأنت بذلك تشكل عالم الفيس بوك الخاص بك وتحدد ملامح ما ستقرأ وتشاهد وتناقش.

<http://thawratalweb.com/social-networks/228>

4- خدمات شبكات التواصل الاجتماعي:

تتعدد الخدمات التي تقدمها هذه الشبكات، ويمكن إيجازها فيما يلي:

- ❖ الملفات الشخصية أو صفحات الويب: وهي ملفات يقدم فيها الفرد بياناته الأساسية، مثل الاسم، والسن، والبلد، والاهتمامات، والصور الشخصية.
- ❖ الأصدقاء أو العلاقات: وهي خدمات تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم في الواقع، أو الذين يشاركونه الاهتمام نفسه في المجتمع الافتراضي.
- ❖ إرسال رسائل: تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل، سواء إلى الأصدقاء، أو غير الأصدقاء.

- ❖ ألبومات الصور: تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات، ورفع مئات الصور، وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها وتحويلها وتبادلها أيضا.
- ❖ المجموعات: تتيح الشبكات الاجتماعية فرض تكوين مجموعات بهدف معين أو لأهداف محددة، ويوفر موقع الشبكات لمؤسس المجموعة أو المنتسبين، والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنندى حوار مصغر، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء في الاجتماعات. (عبدالله، وعزيز، 2012، ص.210)

5- التأثيرات النفسية الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي:

لقد أحدثت شبكات التواصل الاجتماعي تغييراً كبيراً في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات، وأثرت بشكل كبير على عملية التفاعل الفردي والجماعي داخل المحيط الأسري وداخل المحيط الاجتماعي للمجتمع الأكبر، على جوانب عدة نفسية واجتماعية... الخ، إذ أن لشبكات التواصل الاجتماعي حدان فهي تقوم بتوفير خدمات وتطبيقات يمكن لمستخدميها الاستفادة منها والاستمتاع بها، ولكن في المقابل تحتوي على العديد من المخاطر والسلبيات.

5-1- التآثيرات الإيجابية:

❖ تكوين الصداقات:

سهلت شبكات التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية، والصداقات الافتراضية، والفرضية الأساسية التي تقوم عليها هذه الصداقات هي مشاركة الاهتمامات.

حيث أظهرت نتائج دراسة مسحية أجراها (مركز بيو الأمريكي للأبحاث) (2011): "فيس بوك يساعد في تكوين صداقات أفضل"، إن مستخدم فيس بوك أكثر ثقة ولديهم قدر أكبر من الأصدقاء المقربين ودرجة انخراطهم في السياسة أعلى، وقال "كيث هاملتون" الذي قاد الدراسة "سرى كم كبير من التكهّنات بشأن أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة الاجتماعية للشخص، وتركزت معظمها حول احتمال أن تكون هذه المواقع مضرّة بعلاقات مستخدميها وتبعدهم عن المشاركة في العالم". وأضاف "وجدنا العكس تماماً وإن من يستخدمون مواقع مثل فيس بوك لديهم عدد أكبر من العلاقات الوثيقة، واحتمال انخراطهم في الأنشطة المدنية أو السياسية أعلى، وتشير الدراسة إلى تغيير كبير في العلاقات الاجتماعية، ويستخدم (47%) من البالغين مواقع التواصل الاجتماعي في ارتفاع عن (26%) عام (2008) حين أجريت دراسة مماثلة، وكشفت الدراسة أن مستخدم فيس بوك) الذين يدخلون الموقع عدة مرات في اليوم أكثر ميلاً بنسبة (43%) من مستخدمي الإنترنت الآخرين، وأكثر ميلاً بثلاثة أمثال من من لا يستخدمون الإنترنت إلى الشعور بأنه يمكن الوثوق في معظم الزائرين.

<http://ik.ahram.org.eg/IK/Ahram/2011/2/28/INVE1.HTM>

شبكات التواصل الاجتماعي مثل MySpace، Facebook تسمح للشباب بنشر معلومات شخصية عنهم بهدف اكتساب صداقات جديدة والحفاظ على الصداقات القديمة. (أبو العينين، 2012، ص.19)

أو بكلمات إيريس لويس: "استرجعت علاقتي بأصدقائي من المرحلة الثانوية على

الفيس بوك، وأصبحنا على اتصال طوال اليوم، وكل يوم". (تابسكوت، 2012، ص.99)

من خلال ما تم استعراضه حول التأثيرات النفسية الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي نستنتج أن لها تأثيرات مختلفة على الفرد والمجتمع بشكل ايجابي أو سلبي، وثبتت أنها سلاح ذو حدين، ولا يحدد الغرض من هذا السلاح إلا من يملكه ومن يريد استخدامه.

❖ المجتمع الافتراضي:

يعد مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي من المفاهيم المرتبطة بالمجتمع الافتراضي، والتي ذاع صيتها بشكل يستدعي الانتباه، إذ ازداد الاهتمام الأكاديمي بقضايا الشبكات الاجتماعية والمجتمع الافتراضي منذ أن أصبح الانترنت بتفاعلاته جزءا من الحياة اليومية للملايين من البشر. ولم يعد مصطلح المجتمع الافتراضي من المفاهيم التي تستوقف الانتباه عند سماعه، إذ أصبح ذا عمومية وانتشار، ليس على مستوى التحليلات العلمية، ولكن أصبح مفهوما متداولاً بين مستخدمي الانترنت.

➤ ويعرف المجتمع الافتراضي بأنه: "تجمعات اجتماعية تشكلت من أفراد في أماكن متفرقة في أنحاء العالم، يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني. يجمع بين هؤلاء الأفراد اهتمام مشترك، ويحدث بينهم ما يحدث في عالم الواقع من تفاعلات ولكن عن بعد من خلال آلية اتصالية هي الانترنت. (عبدالله، وعزيز، 2012، ص. 209)

➤ ويعرف أيضا على أنه: "شبكة اجتماعية من أفراد يتواصلون من خلال وسيلة معينة ذات قدرة على أن تخترق حدود جغرافية وسياسية لتحقيق أهداف مشتركة، أو سعيا لإشباع اهتمامات مشتركة". (المعرفة، 2012، ص. 69)

وتركز الشبكات الاجتماعية على بناء وتفعيل المجتمعات الحية على الانترنت، حيث يتشارك الناس اهتماماتهم وأنشطتهم. وتزداد قيمة الشبكات بحجم ما يزداد عدد الأعضاء فيها. (العمودي، د.ت، ص. 11)

وازداد الإقبال على الشبكات الاجتماعية إلى درجة أنها تحولت إلى ظاهرة سائدة في معظم بقاع العالم تستقطب كل يوم مشاركين جدد يرغبون دخول مجتمع افتراضي أضحي ساعة تفاعلية يبحث فيها المستخدم عن أصدقائه القدامى.

لقد بدا واضحا أن مجتمعات الانترنت بدأت تتغلغل بشكل كبير في الحياة اليومية لدى العديد من الأشخاص لدرجة أنها أصبحت ظاهرة سائدة لا تخلو منها معظم مجتمعات العالم. وفي ظل تزايد الإقبال على تكوين مجتمعات الانترنت والمشاركة في مجتمعات افتراضية تجمع في العادة بين أفراد لديهم اهتمامات مشتركة أو طلبة الجامعات، لجأت العديد من مواقع تلك المجتمعات إلى تطوير واستحداث أدوات جديدة لتسهيل التفاعل بين أعضائها، وعمدت الشركات القائمة على تلك المواقع إلى توسيع الأفق التفاعلي بين الأعضاء عبر فتح مجالات تفاعلية أمام مستخدمي تلك المجتمعات بغية توفير تواصل متعدد الجوانب. (أبو أصعب، 2010، ص.60)

إذ نشاهد اليوم "مجتمعات افتراضية" على الشبكة، اختصرت المسافات الجغرافية وتخلصت من الضغوط الاجتماعية. فمن أهم سمات الشبكات الاجتماعية أن المحتوى يصنعه الزوار والمتصفحون، فالتطورات الجديدة التي شهدتها شبكة الانترنت، أدت إلى نقلة كبيرة ونوعية في عالم التواصل، فحرية النشر والرأي مضمونة في الشبكات الاجتماعية، وهذا ما يوفر جو النقاش والحوار والاختلاف، ويفرز في نهاية المطاف السوق الحرة للأفكار، وهنا نلاحظ التواصل الفعال بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تجمعهم اهتمامات مشتركة ومشاكل مشتركة وقضايا تشغل بالهم. أضف إلى ذلك أن المستخدم يختار ويتحكم في المحتوى المعروف، ويعود هذا إلى أن مستخدمي الموقع يختارون بعضهم بعضا ويعرفون بعضهم، ويتعارفون أكثر بعد الاستخدام والتواصل الفعال

بينهم [http:// alnoor.se/article.asp?id=120692](http://alnoor.se/article.asp?id=120692)

❖ الانتخابات:

تلعب شبكات التواصل الاجتماعي أدواراً عديدة أهمها سياسية واقتصادية واجتماعية في حياة الشعوب في كافة أنحاء العالم، وأصبح تأثير تلك الشبكات الاجتماعية على النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية واضحاً.

http://m.addustour.com/viewtopic.aspx?ac=Economy\2009\04\Economy_issue551_day11_id131834.htm

حيث فتحت هذه الشبكات مجالاً جديداً للدعاية الانتخابية وطرح برامج انتخابية، وجمع التأييد الشعبي. (المعرفة، 2012، ص. 211)

فمثلاً قيام رجال السياسة الأمريكيين لاجتذاب أصوات الناخبين في الانتخابات، فيكفي أن أنصار مرشح الرئاسة الأمريكية وقتها (أوباما) استخدموا الفيس بوك ليجتذبوا أصوات الشعب الأمريكي. (فضل الله، 2010، ص. 14)

ومؤخراً مكّنت هذه المواقع بعض المرشحين للمجلس الوطني الاتحادي، من الالتقاء مع الجمهور مباشرة، وكانت استثماراً جيداً لبعض الحملات الانتخابية التي رافقت فترة ما قبل الانتخاب، واستطاع البعض إجراء كثير من المداخلات وبنجاح لتقريب المسافات، خاصة وأن بعض الشخصيات التي ترشحت كانت مغمورة وغير معروفة لكثير من الناس، بل أوجدت مناخاً صحياً للتأثير في الناخب دون وسيط أو مفاتيح انتخابية.

<http://www.albayan.ae/opinions/articles/2011-10-11-1.1517717>

❖ المصراحة الذاتية :

شبكات التواصل الاجتماعي تسمح للمستخدمين بالتفاعل مع الأصدقاء عبر المدونات والألعاب وتبادل الصور، ويقول خبراء في هذا المجال إن الأساس هو الحفاظ على حداثة المحتوى ومهارات الابتكار في المنتج. هذا وقد أوضح علماء نفس ألمان أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت يجعل المستخدم أكثر انفتاحاً وصراحة، وقالت (زابينة تريبته) في دراستها التي أجرتها بالتعاون مع زميلها (ليونارد راينكه) بكلية (هامبورغ ميديا)

وأعلنت عنها في المؤتمر الأوروبي للتواصل (بهامبورغ): "إن من يذكر الكثير من بياناته الشخصية على أحد مواقع التواصل الاجتماعي مثل موقع الفيس بوك" تصبح لديه بعد عام قدرة نفسية أكبر على المصارحة الذاتية"، وأوضحت أن استعدادا أكبر للبوخ بالمزيد من المعلومات الشخصية يتكون لدى مثل هؤلاء الأشخاص مع مرور الوقت، مضيئة "أي أنهم يتعلقون فيما يتعلق بمدى الاستعداد بالبوخ بمعلومات عن أنفسهم عبر الإنترنت"، كما تؤكد الدراسة أن الأشخاص الذين يدلون بالمزيد من المعلومات عن أنفسهم في صفحات التواصل الاجتماعي يحصلون أصدقاء أكثر خلال نصف عام، غير أنه تبين أن هذه الصداقات قلما تكون منها صداقات حميمة" أما الصداقات الحقيقية فلا تزال تتم وتستمر بعيدا عن الإنترنت. (عابد، 2012، ص. 1396)

❖ الرأي العام:

إن المتأمل والملاحظ لأحداث سنة 2011، يستنتج بدون أدنى جهد، أنها سنة الشبكات الاجتماعية بامتياز، حيث أصبح الإعلام الاجتماعي لاعبا فاعلا وأساسيا في حياة الشعوب. فشبكات التواصل الاجتماعي غيرت آليات وميكانيزمات الاتصال والإعلام، والتفاعل مع القضايا المصيرية في المجتمع. أصبحت هناك وسائل جديدة لتقديم الأخبار والمعلومات والصور والفيديوهات، وكل ما من شأنه أن يقدم الحقيقة للمجتمع. هذه البيئة الاتصالية الجديدة، حررت المجتمع من سيطرة السلطة على صناعة الكلمة والصورة والرأي العام، فتحررت المبادرات وتحررت الشعوب، لتصنع الحقيقة وتقدمها للرأي العام بكبسة زر، ولتقرر

مصيرها بنفسها. <http://www.albayan.ae/opinions/articles/2012-02-17-1.1594030>

وهذا ما أكده قراء شبكة الأخبار العربية "محيط" في الاستطلاع الذي أجريناه مؤخرا والذي أكد أن 48.11% من القراء يوافقون علي أن الشبكات الاجتماعية تؤثر بشدة علي الرأي العام العالمي، في الوقت الذي أكد فيه 41.98% أن تأثير هذه المواقع محدود ، بينما أكد 9.91% أنها لا تؤثر علي الإطلاق.

وهذا التباين الواضح في الآراء يظهر لنا حقيقة هامة تتعلق بظهور هذه المواقع علي الساحة بشكل كبير ووضعا في الاعتبار فيما يتعلق باتخاذ بعض القرارات أحيانا ، ولعل الموقع الاجتماعي الشهير "فيس بوك" يأتي في مقدمة مواقع الشبكات الاجتماعية التي أصبح لها تأثيرا واضحا علي الرأي العام العالمي، وبات بمثابة "العدو" اللدود لبعض الحكومات، بل أصبح يماثل في قوته أي مجرم دولي خطير يطارده القانون.

www.arabnet5.com/computer-internet-news.asp?c=2&id=28999

ووصفت د. رشا عبد الله (أستاذة في الجامعة الأمريكية من مصر) تعاضم تأثير هذه الشبكات بأنها أصبحت بنفوذ دول فموقع الفيس بوك يضم 400 مليون مشترك وهو ما يعني أنه الدولة الثالثة من حيث عدد السكان بعد الصين والهند، وقالت أن هذه الشبكات أصبحت تهز حكومات ودولا وضربت مثلا بإضراب 15 ابريل الذي أطلقتها إحدى الفتيات في مصر من خلال الفيس بوك والذي أصاب مصر بالشلل على حد قولها.(حنفي،2010، ص.34)

حيث تلعب الجماعات المنتشرة في الشبكات الاجتماعية دورا فعالا في تعبئة الرأي العام تجاه بعض القضايا السياسية، فعلى سبيل المثال أصبحت هذه الشبكات مجالا للاحتجاجات والتشجيع على الاضطرابات.(عبدالله، وعزيز،2012، ص.211)

❖ المساندة الاجتماعية:

قدم الأستاذ "عصام الزامل" كلمته التي ذكر فيها مثالا لتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المجتمع، حيث ألقى الضوء على قضية الطفلة التي احتجرت في المستشفى بسبب عدم سداد والدها فواتير العلاج وكان تفاعل الناس معها سريعا وعميقا بسبب انتشار الموضوع على التويتر. كما أوضح "الزامل" سبب تأثير هذه الشبكات على المجتمع، حيث نوه بأن سلطتها تكون بيد المستخدمين أنفسهم فهم المحرك والمؤثر عليها وهم الذين يضعون الأخبار ويبتونها مباشرة بدون مجاملات أو حدود رقابية أو محسوبيات،

وبالتالي فإن سلطة الجرائد تقلصت أمام سلطة الشبكات الاجتماعية وقلت مصداقيتها في

الأوساط الاجتماعية. [http:// www.thulatha.com/?act=artc&id=588](http://www.thulatha.com/?act=artc&id=588).

وعلى صعيد الكوارث الطبيعية، تصدرت أحداث الزلزال المروع في "هايتي والتسونامي" الذي أصاب إندونيسيا واليابان، اهتمامات متصفح هذه المواقع، ولا أحد منا يستطيع أن ينكر دور شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت، في جهود الإغاثة الدولية لضحايا الزلزال المدمر الذي ضرب "هايتي"، في نشر رسائل الاستغاثة والدعوة للتبرع.

http://www.veecos.net/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=4375:2010-11-30-17-16-10&catid=169:general&Itemid=122

من جانب آخر أنشأت مواطنة أميركية من ولاية "الاباما" صفحة على موقع فيسبوك للتواصل الاجتماعي بهدف مساعدة المتضررين من الأعاصير التي ضربت البلاد على العثور على أمتعتهم وأغراضهم التي حملتها الرياح، ونشرت على هذه الصفحة بعد بضع ساعات من إنشائها أكثر من 600 صورة لأشياء ضائعة يبحث عنها أصحابها بعدما حملتها الرياح العاتية التي اجتاحت جنوب البلاد. ويؤكد عدد من زوار الصفحة على فيسبوك أنهم عثروا في حدائق منازلهم على أشياء تعود لأشخاص يقطنون في أماكن تبعد عنهم أكثر من

300 كيلومتر. [http:// www.alnoor.se/article.asp?id=120692](http://www.alnoor.se/article.asp?id=120692).

❖ التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

في الواقع شبكات التواصل الاجتماعي لم تعد لمجرد التعارف، بل أصبحت أداة تسويق قوية وفعالة للغاية، لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها، وتتمتع بقابلية التصميم والتطوير، وتصنيف المشتركين حسب العمر والجنس والاهتمامات والهوايات، وسهولة ربط الأعمال بالعملاء، وأيضا ربط أصحاب العمل بطالبي العمل وانتشار المعلومة واستثمارها.

حيث يهدف هذا النوع من التسويق إلى نشر المنتج من خلال الشبكات الالكترونية الاجتماعية المعدة مسبقاً، وتجربة التسويق على تلك الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين، وتعزيز الوعي بالهوية التجارية، وتحسين وضمان جودة خدمة العملاء، كما أنها تمكن من التواصل مع الكفاءات، وضمان الوصول للمعلومة بما فيها معلومات المنافسين، وأيضا الترويج من خلال المشاهير، حيث ترجع أهمية وقوة هذا النوع من أنواع التسويق إلى وضع المنتج في أماكن مزدحمة بالمستهلكين ذوى الخصائص المتشابهة، مثل السن أو الحالة الاجتماعية أو أسلوب المعيشة، مما يعنى تشجيع كلاً منهم الآخر على شراء المنتج المعروف والمعلن عنه. http://a7sa2ya.blogspot.com/2011/11/blog-post_6609.html

حيث وجدت الشركات أن مواقع الشبكات الاجتماعية مثل الفيس بوك وتويتر سبلا متاحة لعرض صورة طيبة لبضاعتهم. فبإمكان تلك الشركات اجتذاب الداخلين على الشبكات الاجتماعية إلى مواقعهم الخاصة مع تشجيع زوار المواقع من مستهلكيهم وعملائهم على مناقشة كيفية تحسين بضاعتهم وخدماتهم. (المعرفة، 2012، ص.70)

❖ الإدمان:

يُعد الإدمان من أهم الآثار التي قد تشكل خطراً على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصاً الشباب والمراهقين، وقد تزايدت في الآونة الأخيرة البحوث النفسية التي تؤكد على أن الاستخدام المبالغ فيه لشبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت يسبب إدماناً نفسياً يشبه نوعاً ما في طبيعته الإدمان الذي يسببه التعاطي الزائد عن الحد للمخدرات والكحوليات.

<http://www.middle-east-online.com/?id=126735>

وفي هذا الصدد يشير الدكتور "مايكل" في الحديث عن موضوع الإدمان على الفيسبوك، إلى دراسة نُشرت مؤخراً في صحيفة التيلغراف البريطانية بتاريخ 1-2-2012 بعنوان "الفيسبوك والتويتر أكثر إدمان من التبغ والكحول" تحدثت عن الرغبات اليومية لكل شخص ووجدت بأنه من الصعوبة مقاومة رغبة البقاء متصلاً "اونلاين" على شبكات

التواصل الاجتماعي، بل أن مستوى الرغبة في هذا البقاء كانت ذات درجات أعلى من الرغبات المتعلقة بشرب الكحول والسجائر.

وأوضحت الدراسة التي أجريت على 1000 طالب في 12 جامعة من 10 بلدان مختلفة أن أربع من خمس طلاب أصيبوا بحالات من الذعر والقلق والارتباك والإحساس بالعزلة الشديدة حينما تم قطع وسائل الاتصال الحديثة عنهم كالهاتف النقال والـ "لابتوب" وموقعي التواصل الاجتماعي الفيسبوك والتويتتر.

ماذا يعني هذا؟ يتساءل الدكتور مايكل... ويجب على ذلك بأن مواقع التواصل الاجتماعي تفرض خطرا خاصا لبعض الأشخاص يؤدي إلى إيجاد شخصيات تتسم بالإدمان، فالدافع لمعرفة ما فعل "صديقك ليلة الجمعة ممكن أن تكون قوية جدا بالنسبة لنا وعدم معرفة هذه المعلومات يكون أمر غاية في الصعوبة".

وكتب البروفسور سوزان مولر في دراسة نشرتها صحيفة "الديلي غراف" في 4-4-2011 بعنوان "إدمان التلاميذ على التكنولوجيا مشابه لولعهم بالمخدرات" تضمنت عينات من تلاميذ قطع عنهم الاتصال مع وسائل الاتصال الاجتماعي لمدة 24 ساعة وقامت الدراسة بتسجيل ردة أفعالهم حيث أصبحوا "مشاكسين، غاضبين، قلقين، ذوي مزاج معكر، غير آمنين، أعصابهم منهارة، محتاجين للآخرين، تغمرهم الكآبة ومذعورين".

<http://www.middle-east-online.com/?id=126735>

ويؤكد د. صلاح الفوال أستاذ علم الاجتماع بجامعة عين شمس أن هناك خصائص للشخصية التي يمكن أن تصبح مدمنة للفيس بوك منها شخصية لديها وقت فراغ غير مستغل، وشخصية ليس لديها قدرة أو فرصة لإقامة علاقات على الأرض، وبالتالي تستعيز عنها بهذا النوع من العلاقات، وشخصية ربما تعاني من قصور في مهارات التواصل إما نتيجة لتكوين الشخصية أو النشأة.

أو نتيجة لصدمة تعرضت لها مرارا من الآخرين في علاقاتهم بهم فأصبحت تميل للتفاعل عن بعد، وربما تكون شخصية غير راضية عن وضعها أو ما تعيشه، فترغب في

خلق حالة أخرى تعيش فيها كما تتمنى دون أن يطالبها أحد بأن تكون هي بحقيقتها وتكوينها (وهذا تحديدا في المجالات التي تعيش باسم مستعار ودون أن يعرفها أحد)، فالجميع يتعامل معها بما تقدمه لهم سواء اقترب أو بعد من شخصيتها الحقيقية.

والأشخاص المدمنون على المواقع الاجتماعية يبحثون عن صدقات واهتمامات وعلاقات وحاجات لتلبيتها داخل هذه المواقع. ولإشباع هذه الحاجات يجدها داخل إقامة علاقات افتراضية أو شبه افتراضية. وهذا النوع من الإدمان هو تابع لإدمان الانترنت. (J.Kuss, Daria, and D.Griffiths, Mark , 2011,p.3530)

❖ خرق الخصوصية:

تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية. فملف المستخدم على الفيس بوك يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم ومشاكل قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير. فهناك من الشباب من وجد في الفيس بوك وغيره من المواقع الاجتماعية مكانا للتسلية والعبث. وانعدام الرقابة جعلت البعض يسيء الاستخدام ولا يهتم للعواقب. (فضل الله، 2010، ص.25)

حيث أن من سمات المواقع الاجتماعية أنها تشجع المستخدم على نقل ووضع معلومات عن حياته وذلك من خلال وضع "صوره واسمه الحقيقي وقائمة أصدقائه والنشاطات التي يشارك بها في وقت فراغه" لكي يتحدث بصوت عالي عن كل ما يؤمن به، الخطر هنا يعد للمستخدم والقارئ لهذه المعلومات بعدم قدرته أن يميز بأي قدر من التأكد ما هي مصداقية المعلومات التي يقرأها.

إنه يحق لهذه المواقع الاجتماعية أن تنقل معلومات المستخدم الشخصية إلى طرف ثالث دون أن تخبره بذلك وحتى هذه المعلومات التي تكتبها لا تستطيع أن تلغيها تماما، فكثير من عقود الاستخدام تنص على ذلك بشكل واضح وصريح، ومن كبريات الشركات "Google -

Face book تتص على أنه من حقها أن تستخدم كل المعلومات التي تضعها سواء بريدك الإلكتروني أو معلوماتك الشخصية بأن تعيد نشرها في أي مكان تريده، وهذا يتم بموافقة المستخدم علي شروط التسجيل وسياسة الخصوصية التي غالبا لا يقرأها أحد !!
<http://www.luxorlink.com/bank39.htm>

بالإضافة إلى ذلك هناك تهديد على الخصوصية يتعلق بعرض فائض من المعلومات الشخصية على الشبكات الاجتماعية يمكن أن يقع في حوزة مؤسسات كبرى أو وكالات حكومية مما يمكن تلك الجهات تكوين ملف خاص عن سلوكيات الفرد يمكن على أساسه اتخاذ قرارات تلحق الأذى بذلك الفرد.(المعرفة،2012، ص. ص. 164-175)

كما أننا نجد شبكة التواصل الاجتماعي "الفيديوك" أيضا انتهاكه لخصوصية مشتركيه، وامكانية استخدام صور المستخدم وبياناته الشخصية من قبل الموقع دون إعلام صاحب تلك الصور والبيانات، حيث أكد جمال مختار(2008) أنه تم توجيه انتقادات عالمية اتجاه اشتراطات خصوصية الموقع Privacy olicyP بسبب تجاهل الأعضاء واستغلال صورهم وبياناتهم وأنشطتهم الاجتماعية والمتاجرة بها، وحق الموقع في بيعها لشركات تسويق عالمية أو لجهات غير معلنة، وكذلك حقه في تتبع نشاط الأعضاء في المجالات والمدونات والمجموعات.

❖ إضاعة الوقت:

يُخلف الارتباط المتواصل بوسائل التواصل الاجتماعي أثارا سلبية على الذات الإنسانية، حيث أن الفيديوك وتوتيريو سهم في إضاعة الوقت في العمل والبيت. ووصف الدكتور "تيموثي فايكل" الارتباط بوسائل التواصل الاجتماعي بأنه "عالم جديد من إضاعة الوقت!.. مرحلة تكنولوجية جديدة من إضاعة الوقت"، ومن ثم يجعلنا لذلك أقل إبداعا وإنتاجا وحتى مهارة، والأكثر أهمية من ذلك أن الوقت الذي يقضيه الفرد في مواقع التواصل الاجتماعي "الافتراضية" يمكن أن يقوّض حياتنا الاجتماعية "الواقعية"، في حين أن الفيديوك كشركة قد أصبح وكما أشارت إلى ذلك صحيفة "الديلي ميل" البريطانية، من أكبر الشركات العالمية

استثمارا وبقدرة نقدية فاقت الـ 100 مليار وهي أرباحا تأتي على حساب جهد الكثير من الأشخاص الذين يضيعون ويخسرون الكثير من الوقت في تصفحه والغرق في صفحاته.

[http:// www.middle-east-online.com/?id=126735](http://www.middle-east-online.com/?id=126735)

❖ النرجسية:

النرجسية تعني النظر إلى الذات بتضخيم الصفات فيها من الذكاء، القوة، السيطرة.

(C.Nathan, dewall, and Laura, E.Buffardi, and Lan, campbell, 2011,p.51)

فالنرجسية هي شخصية تتميز بتعظيم التقدير الذاتي، والاهتمام الزائد بالذات وحب الظهور وقلة الخجل. وبالشدة والعصبية إذا تم عرقلة استراتيجياتهم في إظهار الذات، فهم أشخاص

يساعدون الآخرون بهدف الظهور الذاتي. (j.Carpenter, Christopher, 2012, p.1272)

وبالتالي النرجسيون هم أشخاص يركزون على كل النقاط التي تظهرهم بأجمل وأفضل وجه.

(S.Holtzman, Nicolas, and J. Strube, Micheal, 2010,p133)

فالنرجسيون يستخدمون علاقاتهم الاجتماعية لتعديل وتحسين صورتهم الايجابية على

أنفسهم مما يجعلهم غير محبين جدا من المقربين منهم بقدر ما هم محبين لمن يرونهم

ويتعاملون معهم عن بعد هذا ما فتح المجال للنرجسيين أكثر في عالم الفيس بوك وزيادة

النرجسية لديهم. (C.Nathan, dewall, and Laura, E.Buffardi, and Lan, campbell, 2011.p57)

حيث أن Facebook يساعد الناس على الظهور وإقامة علاقات اجتماعية متنوعة

وهذا عامل مهم يدفع للنرجسية عند الفرد أن تظهر كونه يمنح فرصة إبداء الرأي وإظهار

القدرات الشخصية وفرض الذات على الآخرين من خلال إضافة الأصدقاء. (j.Carpenter,

Christopher, 2012, 482)

كما أن النرجسيون داخل مواقع التواصل الاجتماعي يفرطون استعمال ضمائر

المتكلم وإظهار ايجابياتهم. (C.Nathan, dewall, and Laura, E.Buffardi, and Lan, campbell,

2011.p51)

حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي تسمح بإظهار الذات والتعبير عنها وهي النقطة

الأساسية لنشوء النرجسية عند مختلف الأفراد المستخدمين لهذا النوع من المواقع.

وتعمل هذه المواقع مع النرجسية كما يلي:

■ هذه المواقع تجمع كما كبيرا من الناس من أجل التواصل الاجتماعي وتساعدهم للظهور.

■ هذه المواقع تعمل بشكل افتراضي مما يوسع دائرة واستراتيجيات تضخيم الذات وبرزها.

الظهور الشخصي على المواقع تعتبر وسيلة للظهور لدى النرجسيين من أجل تضخيم ذاتهم وإظهار أنفسهم بشتى الطرق على هذه المواقع. (E.Buffardi, Laura, and Campbell, W.Keith, 2008,p.1304)

كما كشف متخصصون في علم النفس الاجتماعي أن موقع "فيسبوك" المخصص للتواصل يمثل بيئة خصبة لأصحاب الشخصيات النرجسية، وخاصة من بين المراهقين، الذين يوفر لهم الموقع منصة مثالية للحصول على نوعية العلاقات التي يرغبون بها، وإظهار أنفسهم بالشكل الذي يرضون عنه. وقال الباحثون الذين عملوا على الدراسة في جامعة تورنتو الكندية، إن "فيسبوك" يمثل قناة مثالية لنوعية العلاقات التي يرغب النرجسيون بها، لأنه يؤمن لهم القدرة على إظهار ارتباطهم بعدد كبير من الأصدقاء، رغم ضحالة الصلات الحقيقية التي تجمعهم، كما تتيح التحكم بالانطباع العام الذي يرغب النرجسي بإظهاره عن نفسه. بحسب وكالة أنباء السي ان ان.

وبحسب الدراسة، فإن النرجسيين يستخدمون "فيسبوك" أكثر من سواهم، ويميلون إلى التركيز على خدمات معينة فيه دون سواها، مثل التحديث المتواصل للحالة وإرسال التعليقات على الدوام وتزويد الصفحة بالصور الجديدة التي من شأنها إظهار أصحابها بشكل جيد.

<http://alapn.com/ar/news.php?cat=11&id=21493>

❖ انتحال الشخصيات (الشخصية المستعارة):

تبقى مجهولية المصدر الحقيقي خلف مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي دافعا أحيانا إلى استخدامها في الابتزاز وانتحال الشخصية ونشر المعلومات المضللة وتشويه السمعة أو في الجريمة كالدعارة أو السرقة أو الاختطاف أو الترويج لأفكار تستهدف تقويض

سلطة الدولة وسيادتها وحققها المشروع في استخدام القوة أو بالترويج إلى أفكار هدامة داخل المجتمع أو استخدامها في السب والقذف بين الأفراد.

<http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=858838&eid=501>

ومازالت عمليات انتحال شخصيات المشاهير تضرب أطنابها بقوة في الشبكة العنكبوتية، متخذة منها مكانا خصبا للتشويه والابتزاز وترويج الشائعات، وكسب المال، وحرف الحقائق عن مسارها. (فضل الله، 2012، ص.24)

❖ التأثير على الأفكار والمشاعر:

أظهرت دراسة حديثة أن منطقة الشرق الأوسط باتت تعتمد أكثر فأكثر على التواصل عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية بالمقارنة مع أشكال التواصل الشخصي الأخرى ومنها التواصل وجهاً لوجه، أو عبر البريد الإلكتروني أو الهاتف. وأشارت الدراسة التي أجرتها "يونيفيرسال ماكان" وهي شركة عالمية متخصصة في مجال تقديم الاستشارات الإعلامية والتسويقية، إلى أن هناك اتصال بين كل فرد في المنطقة، مع حوالي 38 شخصاً عبر شبكات الإعلام الاجتماعي بشكل منتظم...

كما كشفت عن دور مؤثر يلعبه بعض المستخدمين الناشطين والفاعلين للإنترنت والذين هم على اتصال مستمر مع عدد كبير من الأصدقاء على الشبكة وذلك بمعدل 345 صديقاً ومتابعاً مع العلم بأن متوسط عدد الأصدقاء للمستخدم الناشط هو 65 صديقاً ومتابعاً، ويظهر تأثير هؤلاء في كونهم قادرين على تقديم التوصيات التي من الممكن أن تؤدي إلى تغيير آراء المستخدمين الآخرين حول أي من مواضيع الساعة أو الشركات أو الخدمات وغيرها. وفي سياق تعليقه على النتائج التي استعرضتها الدراسة قال بول قطريب المدير العام الإقليمي لشركة "يونيفرسال ماكان" في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا "يواصل الإعلام الاجتماعي تغيير طريقة تواصلنا مع الآخرين ويؤثر بشكل أساسي على أفكارنا ومشاعرنا ومواقفنا وسلوكنا. وكخبراء اتصالات التسويق من المهم جداً أن نقوم بدراسة وفهم كيفية استخدام المستهلكين لشبكات الإعلام الاجتماعي وتأثيرها عليهم، بغية مساعدة

الشركات لتعزير حصة منتجاتها في الأسواق وزيادة المبيعات وتنمية الولاء لعلامتها التجارية وتعزير سمعتها".

<http://arabic.arabianbusiness.com/business/technology/2011/jan/21/49628>

❖ التحصيل الدراسي:

أكدت دراسة أمريكية حديثة أن الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات المدمنين شبكة الانترنت وتصفح موقع "الفيديوك" أكبر الشبكات الاجتماعية على الانترنت أدنى بكثير من تلك التي يحصل عليها نظراؤهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع. وذكر الباحث أرين كارينسكي من جامعة "أوهايو" الأمريكية في تصريحات صحفية نشرت بشبكة الأنترنت الدولية للمعلومات إن الدراسة التي أجرتها الجامعة أخيرا وشملت 219 طالبا جامعيًا أظهرت أنه كلما تصفح الطالب الجامعي هذا الموقع كلما تدنت درجاته في الامتحانات.

وأضاف أن الدراسة أظهرت أن الأشخاص الذين يقضون وقتًا أطول على الانترنت يخصصون وقتًا أقصر للدراسة مشيرًا إلى أن "كل جيل أشياء تجذبه"، وأن هذا الموقع يتيح للمستخدم "الدرشة" وحل الفوازير وإبداء رأيه في الكثير من الأمور والبحث عن أصدقاء جدد أو قدامى. وقال كارينسكي إن 79% من الطلاب الجامعيين الذين شملتهم الدراسة اعترفوا بأن إدمانهم على موقع الفيديوك أثر سلبًا على تحصيلهم الدراسي.

وأرجعت الشبكة في بيان رسمي أن الزيادة الهائلة في عدد المستخدمين ترجع إلى توفر الموقع في عدد من اللغات التي لم تكن متاحة من قبل، حيث تشير الإحصائيات إلى أن 70% من المستخدمين الجدد ينتمون لدول غير الولايات المتحدة. (هماش. 2012، ص. ص).

(83-82)

❖ العزلة الاجتماعية:

وصفت أستاذة علم الاجتماع "شيري تركل" الطريقة المحمومة للناس في التواصل عبر الإنترنت من خلال شبكات التواصل الاجتماعي كـ "التويتز" و"الفيديوك"، بشكل من أشكال الجنون الحديثة. وذكرت دراسة أعدتها تركل أستاذة علم الاجتماع في معهد

"ماساتشوستس" للتكنولوجيا، أن هذا السلوك الذي بات مقبولاً ونموذجياً يعبر عن مشكلة نفسية-اجتماعية، وتسبب كتاب "تركل" الذي نشر في بريطانيا، بضجة كبيرة في الولايات المتحدة التي تشهد إقبالا شديداً على شبكات التواصل الاجتماعية، وقد بات يشكل هاجساً أميركياً.

وتقوم أطروحة "تركل" على فكرة أن التكنولوجيا تهدد بأن تهيمن على حياتنا وتجعلنا أقل إنسانية، وأنه وتحت شعار "التواصل بشكل أفضل"، فإن هذه الشبكات تزيد من عزلة الناس، عبر إدمانهم في عالم افتراضي متخيل، وليس في عالم إنساني حقيقي.

<http://www.luxorlink.com/bank39.html>

لاسيما تلك العوارض النفسية وهي الانعزال في غرفة واحدة أمام شاشة، وان كانت صغيرة ولكنها تضع العالم بأكمله بين يدي المستخدمين وبسهولة كبيرة يصل إلى حيث يشاء فإنها وبحسب آراء بعض الأطباء النفسيين هي حالة من السكون والخمول لأن الشخص عندما يقوم بذلك فهو سيفقد متعة الحياة من مغامرة وتشويق وتعارف مباشر واطلاع اقرب وتجارب اكبر. <http://www.alapn.com/ar/news.php?cat=11&id=21493>

❖ الطلاق:

عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الحياة الزوجية ذكرت إحدى الدراسات التي أجريت في أمريكا أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت السبب وراء واحدة من كل خمس حالات طلاق في أمريكا وأكد المحامي المتخصص في شؤون الطلاق بنيويورك آلان مانتل: "فيس بوك وماي سبيس وتويتر تجعل من السهل إثبات خيانة شريك الحياة".

ولم يقف هذا التأثير فقط في الولايات المتحدة الأمريكية، بل إن هناك حالات طلاق وقعت في العالم العربي جراء الإفراط في استخدام شبكات التواصل والإدمان عليها ولربما أدانت بعض الزوجات أزواجهن بالخيانة الزوجية من خلال الفيس بوك أو غيره.

<http://www.al-madina.com/node/279930>

ووفقا لمسح قام به موقع ديفورس دوت كوم الأمريكي فإن الفيس بوك كان أحد أسباب 20% من حالات الطلاق.

<http://ik.ahram.org.eg/IK/Ahram/2011/2/28/INVE1.HTM>

6- نماذج شبكات التواصل الاجتماعي:

تعرف شبكات التواصل الاجتماعي كموقع ويب أو أي نوع آخر من التواصل عبر الانترنت والتي تسمح للأفراد بالتفاعل مع بعضهم البعض. (Mooney, Carala, 2009,p.6) حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، مايسبيس.....) ظاهرة في التواصل الاجتماعي ونماذج أو أنماط التفاعل التي لها أثر عميق في تواصل الناس والاتصال مع بعضهم البعض. ومن بين مواقع التواصل الاجتماعي:



1. فيسبوك: Facebook

هو المنبر الاجتماعي الأسرع نموا مع أكثر من 500 مليون مستخدم، وتولد أكثر من

1.6 مليار صفحات مشاهدة كل يوم. (Sana, Rouis, and Moes, Limayem, and Esmail, Sangari, 2011, p.2)

والفيديوك هو النموذج المعتمد في الدراسة الحالية.



2- تويتر: Twitter

موقع على الانترنت، يمثل شبكة تواصل اجتماعي، ويتيح للمستخدم فتح حساب يربطه بالآخرين من خلال خاصية التتبع، وبذلك يمكن للمستخدم بعث رسائل يتجاوز حجم كل منها 140 عنصرا إلى متابعيه، تصل إلى حساباتهم على الموقع، أو عن طريق رسالة نصية قصيرة إلى هواتفهم النقالة.

وقد بدأ هذا الموقع في بداية عام 2006 بصفته مشروعاً تطويرياً تابعاً لشركة **Obvious** الأمريكية في مدينة سان أفرنيسكو، وأتيح للعموم في أكتوبر من العام نفسه قبل أن تقوم الشركة بفصله عنها، ليكون نشاطاً خاصة بشركة تابعة لها تحمل اسم (تويتر) في أبريل من عام 2007. (المحارب، 2011، ص.ص. 117-118)

وقد ساعدت خدمة استخدام "تويتر" من خلال الرسائل القصيرة، وخدمات الهاتف الذكي على رفع عدد مستخدمي "تويتر" إلى 100 مليون مستخدم حول العالم في منتصف العام 2010. ومن أهم صفات هذا النوع من الإعلام هو قدرته على الوصول إلى عدد هائل من المستخدمين، وبالتالي الوصول إلى المعلومات، دون الحاجة إلى اللجوء إلى أدوات الإعلام التقليدي. (الغظافة، 2011، ص. 25)

ويوفر "التويتر" لمستخدميه إمكانيات عديدة منها: معرفة ما يقوم به أصدقائهم دائماً وفي أي وقت، كما أنه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء وتلقي الإجابات الفورية، بالإضافة إلى أنه يتيح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جداً والسريعة والمحيطة به كالاستغاثة أو الإخبار عن حادث مهم جداً، وفي الوقت ذاته يتيح للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم فور وقوعها، ويستطيع المستخدم أيضاً معرفة ما يفعله أصدقائه ومعارفه الذين يهتمهم أمرهم ومتابعة أخبارهم وشؤونهم. ويقدم موقع "تويتر" تعريفاً مقتضباً له بأنه: "خدمة تساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل وإدامة الاتصال بعضاً ببعض، عبر تبادل أجوبة سريعة ومعتادة لسؤال واحد بسيط هو: ماذا تفعل الآن؟". (المنصور، 2012، ص. 83)

تأسس موقع تويتر على يد جال درزي (Jak dorsey)، وبيرستون (biz stone) وايفان ويليامز (evan willians). كما يوفر تويتر التعامل بعدة لغات منها الإنجليزية واليابانية لكثرة عدد المستخدمين والمطورين اليابانيين. وتغلغل الموقع بشكل متزايد في الحياة اليومية للشعوب، وأصبح هناك اهتمام كبير بآثاره الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في حياة الناس. (العودة، 2012، ص. 46)



3- ماي سبيس: My Space

هو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية على الويب تقدم شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة بالإضافة إلى خدمات أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو والمجموعات البريدية وملفات الموصفات الشخصية للأعضاء المسجلين. يقع مقر الشركة في سانتا مونيكا في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية بينما يقع مقر الشركة الأم "نيوز كورب" في مدينة نيويورك. (حبة، 2012، ص. 528)

وقد تأسست خدمة "ماي سبيس" في يوليو 2003 بواسطة توم أندرسن **Anderson** و**Tom** و**كريس ديولف** **Chris Dewolfe** وفريق صغير من المبرمجين على خليفة تجربة سابقة تأسست في 1998 كانت أقرب لياهو، وهي حاليا جزء من إمبراطورية الشركة الإعلامية العملاقة "نيوزكوب" التي يملكها روبرت مردوخ.

على موقع ماي سبيس دوت كوم يستطيع الناس من جميع أنحاء العالم صنع ملفات الكترونية عن حياتهم، والالتحاق بمجتمع خاص وتحديد مواعيد للالتقاء، والتشابك المهني، والترويج للأعمال، ومشاركة الاهتمامات، والعثور على أصدقاء الدراسة القدامى والأصحاب، كما يمد الموقع مستخدميه بمساحة للخصوصية والاندماج الثقافي ويتحاور ملايين الشباب مع الإعلام من خلاله، ويعبرون عن قيمهم الشخصية والثقافية من خلال شبكة سبيس الاجتماعية. (صادق، 2008، ص. 217-218)

وطبقا لموقع اليكسا انترنت يعد موقع ماي سبيس هو سادس أكثر مواقع الويب المكتوبة بأي لغة في العالم شعبية، كما أنه يعد ثالث أكثر المواقع شعبية على الإطلاق في الولايات المتحدة. ارتفعت شعبية الموقع تدريجيا بنسبة أكبر من المواقع المشابهة الأخرى وحاز على (80%) تقريبا من عدد الزيارات المحسوبة لمواقع الشبكات الاجتماعية على

الانترنت، حتى صار يمثل جزءا مهما من الثقافة الشعبية المعاصرة، خاصة في البلاد الناطقة بالإنجليزية. (حبة، 2012، ص. 528)

وقد أصبح الموقع مؤخرا أشهر المداخل اجتماعية على الشبكة الالكترونية، ويقدم العديد من السمات المختلفة التي تسمح للمستخدمين بتعديل ملفاتهم، وإضافة رسوم الجرافيك، والموسيقى، والألوان. كما يستطيع المستخدمون أيضا وضع الملف بصورة خاصة تسمح فقط لمن دخلوا كأصدقاء بمشاهدة الصفحة، ولا يتطلب ذلك سوى معرفة المعلومات الأساسية للغة HTML، التي تستخدم في بناء صفحات الانترنت كما يقدم أيضا آلة بحث داخلية ونظام بريد الكتروني داخلي. (صادق، 2008، ص. 218)

لقد تعددت وتتنوع شبكات التواصل الاجتماعي، وأصبحت أكثر المواقع شعبية على الانترنت، حيث أن لكل موقع خصائص تميزه عن غيره من المواقع، وتبقى خاصية التواصل الاجتماعي بين الأفراد، هي الخاصية المشتركة والأساسية لهذه الشبكات.

ثانيا: الفيسبوك "Facebook"



لا يمكن الحديث عن فيسبوك كموقع عادي، بل يمكن القول أنه ظاهرة أذهلت العالم فزيادة على العدد الكبير من المستخدمين، يعد أكثر المواقع نموا في العالم، وقد قال عنه جون ولفورد "John Walford": "أنا أرى فيسبوك أحد الأدوات من بين أخرى التي يمكنها فتح الحوار بين الناس، ليس بديلا عن التواصل الشخصي، ولكن أكثر كآلية ربط فعالة للبقاء على اتصال دائم".

فقد يكون الصعود الصاروخي لمؤسسة فايبيوك الأمريكية وتعاضم شعبية شبكتها الاجتماعية أهم الأحداث التي شهدتها الانترنت في السنوات الأخيرة، فقد ساد الاعتقاد أن زمن النجاحات السريعة الخاطفة والثروات العملاقة بسبب الشبكة قد انتهى قبل أن يبدأ، وأن السوق الجديدة قد تقاسمتها الشركات الكبرى المؤسسة ومن الصعب بمكان الصمود إزاء تنامي إمبراطوريات المعلومات هذه بعد أن احتلت كل المواقع المتقدمة، لكن نجاح "فايبيوك" Facebook السريع وتحوله إلى ظاهرة ثقافية اتصالية على المستوى الكوني كذب هذه التوقعات وأثبت أنه لا يوجد كبير في السوق الجديدة للإنترنت وأن التميز التكنولوجي والإبداع هو السبب الرئيسي للتفوق والنجاح. (رمضان، 2012، ص.103)

1- تعريف الفيسبوك: Facebook

➤ فيسبوك: هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي الذي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة "فيس بوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها؛ فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم. ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم. (شعبان، وصبطي، 2012، ص.ص.179-180)

➤ يعرف أيضا على أنه: "مجتمع افتراضي يشير إلى "مكان أين يمكن أن يلتقي الأفراد ويتفاعلوا: تبادل صور، فيديو، ومعلومات أخرى، واتصالات عامة مع الأصدقاء، العائلة..."، المشاركة في أعمال مشتركة، والتفاعل حول اهتمامات متبادلة، والتواصل مع مجموعات الاهتمام والأفراد..." (رمضان، 2012، ص.102)

➤ يعرف كذلك على أنه: "منشور المنظمة، عادة ما تكون كلية أو تجارية، والذي يتضمن ملامح مثل: الأسماء وتواريخ الميلاد، والصور والاهتمامات، والتي تخدم غرض معرفة بعضنا البعض بشكل أفضل. وحسب تقليد في الولايات المتحدة، نبع اسم الفيسبوك من الاسم العامي لكتاب يعطى للطلبة في بداية العام الدراسي من قبل إدارات الجامعات بنية أن يكون الطلبة متآلفين مع بعضهم". (Sana, Rouis, and Moes, Limayem, and Esmail, Sangari, 2011, p.1)

➤ ويعرف أيضا بأنه: "وسيلة اجتماعية تساعد الناس كي يتشاركوا بالمعلومات والأخبار مع أناس آخرين في دوائرهم الاجتماعية والعالم بسرعة وفعالية فإن موقع "فيس بوك" يعتمد على شبكة حقيقية من الناس المستخدمين لنفس نطاق بريدهم الإلكتروني والراغبين في التعرف على زملائهم عن قرب ويعود للمستخدم القرار في نشر ما يرغب من أخباره الخاصة ومعلومات تتعلق بمعارفه من الأشخاص وخطط الإجازة والصور والأفلام المفضلة والمناسبات القادمة وأي معلومات أخرى عن حياته الشخصية". (الفيسبوك، 2011، ص.11)

➤ أما مكتشفه مارك زوكربيرج* "Mark zuckerberg": يرى أن "الفيسبوك حركة اجتماعية Social Movement وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوف يزيح البريد الإلكتروني من الطريق وأنه سوف يسيطر أو "يستعمر" ويحتل كل النشاط البشري على الشبكة الدولية؛ لذا فوصفه بأنه "دليل سكان العالم" وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يخلقوا من أنفسهم هويات عامة عن طريق الإدلاء بما يريدون من معلومات حول

* مارك زوكربيرج Mark zuckerberg من مواليد 14 مايو 1984، وهو من عائلة يهودية تقيم في نيويورك، يمتلك أبوه "ادوارد" Edward عيادة لطب الأسنان أما أمه "كارين" فتشتغل في مجال الفيزياء، برزت مواهبه في مجال البرمجة منذ وقت مبكر حتى أنه لفت أنظار ميكروسوفت "Microsoft" إليه ورغبت في انتدابه وضمه إلى قائمة مطوريها وهو لم ينته بعد دراسته الثانوية، لكنه اختار مواصلة الدراسة الجامعية في جامعة هارفارد الأمريكية وهناك أطلق شبكة التواصل الاجتماعي "Facebook"، والآن أصبح رجل أعمال ومبرمج أمريكي يعمل كرئيس تنفيذي لشركة فيسبوك التي تملك موقع فيسبوك الاجتماعي.

أنفسهم وتكوينهم الذهني والعاطفي ونشر صورهم الشخصية وأن الهدف منه هو أن يصبح العالم "مكانا أكثر انفتاح". (الفظافطة، 2011، ص. 22)

2 - نشأة الفيسبوك: Facebook

عندما جلس مارك جوكربيرج (23 عاما) أمام شاشة الكمبيوتر في حجرته بمساكن الطلبة في جامعة هارفارد الأمريكية العريقة، وبدأ يصمم موقعا جديدا على شبكة الانترنت، كان لديه هدف واضح، وهو تصميم موقع يجمع زملاءه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم.

لم يفكر جوكربيرج، الذي كان مشهورا بين الطلبة بولعه الشديد بالإنترنت، بشكل تقليدي، مثلا لم يسع إلى إنشاء موقع تجاري يجتذب الإعلانات، أو إلى نشر أخبار الجامعة. ولكن ببساطة فكر في تسهيل عملية التواصل بين طلبة الجامعة على أساس أن مثل هذا التواصل. إذا تم بنجاح، سيكون له شعبية جارفة. (الدليمي، 2011، ص. 184)

ومن مساكن الطلبة في جامعة هارفارد أطلق زوكربيرج موقع "فيس بوك" في فبراير عام 2004، ولقيت هذه الشبكة رواجاً سريعاً بين الطلبة في جامعة هارفارد، واكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي جعله يفكر في توسيع قاعدة الذين يحق لهم بالمشاركة في الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى وطلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف إلى الحياة الجامعية. (ناصر، 2009، ص. 29)

ثم قرر جوكربيرج أن يخطو خطوة أخرى للأمام، وهي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، إذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2007 إلى أكثر من 40 مليون مستخدم وفي نفس الوقت قرر أيضا أن يفتح أبواب الموقع أمام المبرمجين ليقدموا خدمات جديدة لزواره، وأن يدخل في تعاقدات مع معلنين يسعون للاستفادة من قاعدته الجماهيرية الواسعة. (عامر، 2011، ص.ص. 205-206)

وكان من الطبيعي أن يلفت النجاح السريع الذي حققه الموقع أن تلقى جوكربيرج عرضا لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار عام 2007 إلا أن جوكربيرج، وعمره 23 عاما، فقط فاجأ كثيرين من حوله برفض العرض.

وحسبما قال في مقابلة مع صحيفة فاينانشيال تايمز البريطانية فإنه: "ربما لم يقدر كثيرون قيمة الشبكة التي بنيناها بما يستحق. وأضاف إن عملية الاتصال بين الناس ذات أهمية بالغة، وإذا ما استطعنا أن نحسنها قليلا لعدد كبير من الناس فإن هذا سيكون له أثر اقتصادي هائل على العالم كله".

وأثبت واقع الحال أنه كان محقا في رفضه هذا العرض. فقد قامت صحيفة "وول ستريت جورنال" أبرز الصحف الاقتصادية الأمريكية، أن شركة ميكروسوفت تسعى لشراء 5% من قيمة "فيس بوك" بقيمة من 300 إلى 500 مليون دولار، الأمر الذي يعني أن قيمة فيسبوك الكلية تصل إلى مبلغ من ستة إلى عشر مليارات. (عمر، 2011، ص.ص. 206-207)

انطلق موقع الفيس بوك كنتاج غير متوقع من موقع (فيس ماش) بالإنجليزية (Face Match): التابع لجامعة هارفارد، وهو موقع من نوع Hot or Not يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية، وقد قام مارك زوكربيرج بابتكار الفيس ماش في 28 أكتوبر عام 2003 عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية. في هذه الأثناء، كان زوكربيرج يقوم بإنشاء مدونة حول إحدى الفتيات ويحاول التفكير في القيام بأمر ما قد يثنيه عن التفكير في هذه الفتاة.

ووفقا لما نشرته جريدة هارفارد كريمسون، فإن موقع "فيس ماش" استخدم صورا مجمعة من دليل الصور المتاح على الانترنت والخاص بتسعة من طلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص "الأكثر جاذبية" وكي يتمكن زوكربيرج من تأسيس الموقع، فإنه لجأ إلى اختراق مناطق محمية في

شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي. (شعبان، وصيبي، 2012، ص. 181)

"إن مبادرة جامعة هارفارد باتخاذ إجراء مضاد لذلك الفعل ربما يرجع لأسباب قانونية دون إدراك القيمة الحقيقية لذلك الانتهاك الذي ربما يحدث للعديد من الكليات الأخرى"، ورد ذلك على لسان زوكربيرج في مدونته الشخصية. يستطرد زوكربيرج قائلا: "ولكن هناك أمر واحد مؤكد، وهو أنني ارتكبت حماقة عندما أقدمت على إنشاء ذلك الموقع. على كل حال إن أي شخص آخر كان سيقوم بذلك في نهاية الأمر. وسرعان ما تم توجيه الموقع إلى العديد وحدات الخدمة الخاصة بالبحر الجامعي، ولكن تم إغلاقه بعد بضعة أيام من قبل إدارة جامعة هارفارد.

وقد قامت إدارة الجامعة باتهام زوكربيرج بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد، مما يعرضه للطرد من الجامعة؛ ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر.

وفي النصف الثاني من العام الدراسي نفسه قام زوكربيرج بتأسيس موقع "الفيديوك" على النطاق **The facebook.com** وتحديدا في 4 نوفمبر من عام 2004.

وقد أدلى زوكربيرج بتصريح لجريدة هارفارد كريمسون قائلا، "لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذ في جامعة هارفارد. أعتقد أنه من السخف أن تستغرق الجامعة عامين للقيام بمثل هذا العمل. يمكنني أن أقوم بالأمر على نحو أفضل منهم بكثير في غضون أسبوع واحد فقط". (دهيمي، 2012، ص. 256)

وبعد فترة وجيزة، انظم كل من إدوارد وسافرين (المدير التنفيذي للشركة) وداستين موسكوفيتز (مبرمج) وأندرو ماكولام (رسام جرافيك) وكريس هيوز إلى زوكربيرج لمساعدته في تطوير الموقع.

وفي شهر يونيو من عام 2004، تم نقل مقر الفيس بوك إلى مدينة بالو آلتو في ولاية كاليفورنيا. وفي 26 سبتمبر من عام 2006، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر والذين لديهم عنوان بريدي صحيح. وفي أكتوبر من عام 2008، أعلن القائمون على إدارة الفيس بوك أن اتخاذ مدينة دبلين عاصمة أيرلندا مقرا دوليا له.

ولا نستطيع أن ننكر أن الفيس بوك قدم لنا ثورة معلوماتية وثقافية استفدنا منها كثيرا وزاد عدد مستخدميه وغاز لهم بجعل الفيس بوك يتحدث بجميع اللغات فأصبح من المواقع القليلة التي تستطيع أن تحول جميع صفحاتها بلغتك ومنها العربية. فقد أصبح الفيس بوك عالم كبير ومختلف عالم جديد ومثير ومتغير ترى فيه الحقيقة والكذب، فأصبح الفيس بوك كالعالم ولكن عالم داخل موقع واحد تعرض أفكارك فيه عن أي شيء وفي أي وقت وبأي لغة. (عالم، 2011، ص. ص. 210-214)

3 - خصائص الفيديوك: Facebook

يتميز الفيس بوك بمجموعة خصائص تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض ويمكن ذكر هذه الخصائص كما يلي:

- خاصية لوحة الحائط Wall: وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.
- خاصية النكزة Pokes: التي تتيح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض (وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به).
- خاصية الصور Photos: التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع.

• خاصية الحالة Stauts: التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي. (دهيمي، 2012، ص. 258)

• خاصية الفيديو Video: وتوفر للمستخدم إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع، بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرساله كرسالة مرئية (صورة وصوت).

• خاصية الحلقات Groups: وتمكن المشتركين من إعداد مجموعات نقاش في موضوع ما.

• خاصية الأحداث الهامة Events: وتتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما جاري حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء به.

• خاصية الإعلان Market Place: وتمكن المشترك من الإعلان عن أي منتج يود الإعلان عنه، أو البحث عن أي منتج يرغب في شرائه.

• خاصية الإشعارات Notifications: تستخدم الإشعارات للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال بأخر التحديثات التي قام بالتعليق عليها سابقا. (الرعود، 2012، ص. 43)

في يوليو من عام 2007، أتاح الفيس بوك إمكانية إرسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء إلى لوحة الحائط الذي كان مقتصرا من قبل على المحتويات النصية فقط. وبمرور الوقت، بدأ الفيس بوك في إضافة العديد من الخصائص الجديدة إلى الموقع.

ففي 6 سبتمبر من عام 2006، تم الإعلان عن خاصية "News feed" أو التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المترتبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم في بداية الأمر، أثارت هذه الخاصية حالة من الاستياء بين مستخدمي الفيس بوك؛ حيث شكوا البعض من سوء التنظيم وكثرة البيانات غير المرغوب فيها، بينما عبر البعض الآخر عن مخاوفهم من أن يؤدي ذلك إلى سهولة تعقيب الآخرين

لأنشطتهم الشخصية (مثل التغييرات التي تطرأ على علاقاتهم والأحداث المختلفة والمحادثات التي يتبادلونها مع الآخرين).

وردا على تلك الحالة من الاستياء، قدم زوكربيرج اعتذارا عن إخفاق الموقع في تقديم خصائص مناسبة يمكن تخصيصها على نحو يحفظ خصوصية الأفراد. (دهيمي، 2012، ص.259)

ومن ذلك الحين، صارت لدى المستخدمين القدرة على التحكم في نوع البيانات التي يمكن تبادلها مع الأصدقاء بصورة تلقائية. فضلا عن ذلك، فإنه يمكن للمستخدمين منع أصدقائهم من مشاهدة التحديثات التي تطرأ على أنواع محددة من الأنشطة التي يقومون بها مثل التغيير في الملف الشخصي أو الرسائل المكتوبة على لوحات الحائط الخاص بهم والأصدقاء الذين تمت إضافتهم.

مؤخرا تم تقديم خاصية "Facebook Notes" أو تعليقات الفيس بوك في 22 من شهر أغسطس لعام 2006، وهي خاصية متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها. وقد تمكن المستخدمون في وقت لاحق من جلب المدونات من مواقع "زنجبا" و"لايف جورنال" و"بلوجر" وغيرها من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين وخلال الأسبوع الذي وافق 7 أبريل 2008، أصدر الفيس بوك تطبيق إرسال رسائل فورية إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج "comet" وأطلق عليه اسم "Chat" ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم، وهو يشبه في أداة وظيفته برامج إرسال الرسائل الفورية الموجودة على سطح المكتب.

20 يوليو من عام 2008، قدم الفيس بوك إمكانية "Facebook Beta" -نسخة تجريبية من الفيس بوك- عبارة عن إعادة تصميم مبتكرة لواجهات الاستخدام الخاصة بمستخدميه على شبكات محدودة.

كما تم دمج خاصيتي "Feed" و"Mini" - "Well"، وتم فصل الملفات الشخصية إلى أجزاء ذات علامات تبويب، كما تم بذل جهد بالغ من أجل التوصل إلى شكل أكثر تنظيما.

وبعد أن كانت حرية الانتقال إلى الإصدار الجديد متاحة للمستخدمين في بادئ، فإن الفيس بوك بدأ في إحالة المستخدمين إلى هذه النسخة الجديدة اعتبارا من سبتمبر 2008.

في 11 من شهر ديسمبر لعام 2008. تم الإعلان عن اختيار الفيس بوك لطريقة جديدة في تسجيل الدخول بشكل أبسط. (دهيمي، 2012، ص.ص. 260-259)

4- استخدامات الفيسبوك: Facebook

لاشك أن النمو السريع لموقع "فايسبوك" والشعبية المتزايدة لم تأت من فراغ، وإنما نتيجة ما يوفره للعضو من استخدامات متعددة، وذات أهمية بالغة، ومن بين أهم هذه الاستخدامات ما يلي:

- ❖ التواصل مع الناس.. التواصل مع الأصدقاء، التواصل مع العائلة...، التواصل مع الأصدقاء القدامى، وأعضاء العائلة المنتشرين حول العالم.
- ❖ تكوين أصدقاء جدد تقاسمهم اهتماماتك.
- ❖ متابعة نشاطات أصدقائك...
- ❖ المشاركة في الرسائل، الروابط، ألبومات الصور...
- ❖ التدوين مع ميزة مذكرات فايسبوك.
- ❖ دعوة الأصدقاء إلى حفلات، سهرات... وكل أنواع التجمعات.
- ❖ تصبح معجب بشخص مشهور، سياسي، فرقة موسيقية...
- ❖ التسلية مع الأصدقاء.
- ❖ إرسال هدايا افتراضية، تهاني ميلاد، وأشياء رقمية أخرى.
- ❖ صفقات وتجارة أعمال في "Facebook Marketplace"
- ❖ المشاركة بملخص، ايجاد وظيفة، أو موظف.
- ❖ تسويق منتجك، مؤسستك... (رمضان، 2012، ص.ص. 105-106)

5- إحصائيات متعلقة بالفيديوك: Facebook

يعتبر الفيديوك بوك الآن من أكبر وأشهر المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية والتعارف وبناء الصداقات. الموقع ليس حكرا على أحد فالتسجيل فيه مجانا وسهل ويستطيع أي شخص أن يستخدمه. (فضل الله، 2010، ص.14)

ويضم الموقع بين مستخدميه شريحة الكبار والصغار على السواء. ولا يقتصر استخدامه على الأفراد. بل هناك الكثير من الشركات والمنظمات والحكومات في مختلف أنحاء العالم التي تستخدم الموقع في إرسال الرسائل التسويقية وجمع التبرعات الخيرية والتواصل مع العملاء والأعضاء. (آن، ولاري، 2012، ص.4)

وهنا أرقام لبعض استخدامات الفيديوك بوك والتطبيقات لمتوسط نسبة المستخدمين بالإضافة إلى نسب التحديثات اليومية نشرها الموقع نفسه:

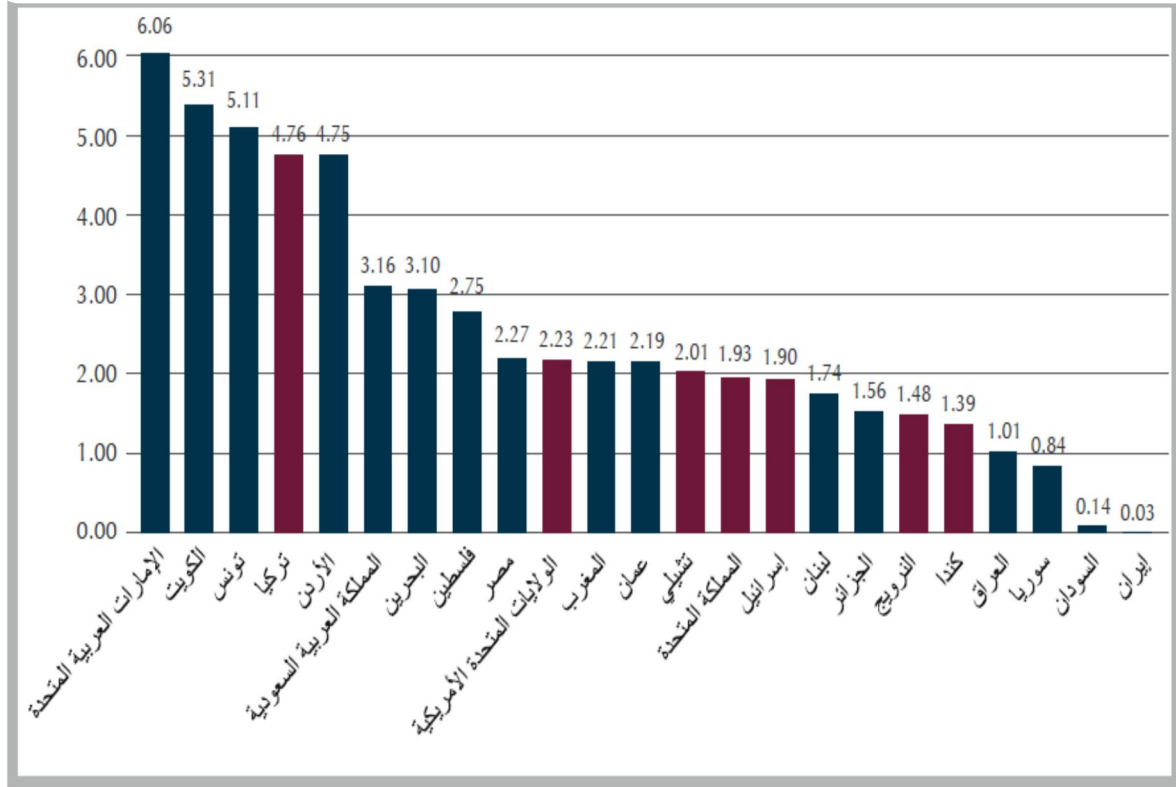
- ✓ أكثر من 500 مليون مستخدم فعال.
- ✓ متوسط الأصدقاء كل مستخدم ارتبط مع 130 صديق جديد.
- ✓ مجموع المستخدمين يقضون أكثر من 700 بليون دقيقة على Facebook شهريا.
- ✓ أكثر من 900 مليون نشاط للمستخدمين على Facebook.
- ✓ متوسط المستخدم الواحد مرتبط بحوالي 80 نشاط أو مجموعة.
- ✓ أكثر من 300 بليون ملف أو رابط تتم مشاركته شهريا بين الأعضاء.
- ✓ أكثر من 70 لغة عالمية مدعومة على Facebook.
- ✓ حوالي 70% من المستخدمين هم من خارج أمريكا.
- ✓ أكثر من 300.000 مستخدم يساعدون Facebook على الترجمة.
- ✓ أكثر من مليون مطور حول العالم يقومون بالمساعدة في تطوير Facebook.
- ✓ شهريا أكثر من 70% من مستخدمي Facebook يستخدمون الأدوات المساعدة من خلال حواسيبهم.
- ✓ أكثر من 550.000 أداة مساعدة للفيديوك بوك موجودة حاليا.

- ✓ أكثر من مليون موقع انترنت حول العالم مرتبط بالفيديوك بوك.
- ✓ أكثر من 150 مليون مستخدم شهريا يتواصلون مع خلال الفيديوك بوك بواسطة مواقع خارجية.
- ✓ أكثر من 150 مليون مستخدم شهريا يتواصلون مع الفيديوك بوك من خلال هواتفهم النقالة الذكية.
- ✓ لدى Facebook 1400 موظف منتشرين حول العالم !! (فضل الله، 2010، ص.21)

وفي تقرير الإعلام الاجتماعي العربي في إصداره الثاني يقارن بين عدد مستخدمي فيديوك في البلدان العربية وبعض البلدان التي تأتي ضمن "أعلى 10 دول" (من حيث انتشار فيديوك على مستوى العالم)، فنجد أن العديد من البلدان العربية قد تفوقت على تلك البلدان من حيث عدد المستخدمين الجدد لفيديوك في الربع الأول من 2011، كنسبة من عدد السكان.

ففي بداية أبريل 2011، تجاوز عدد المستخدمين الجدد لفيديوك في ثماني دول عربية (كنسبة من عدد السكان) عدد المستخدمين الجدد في الولايات المتحدة الأمريكية، التي تأتي ضمن أعلى دول العالم من حيث استخدام فيديوك. والشكل التالي يبين ذلك:

شكل رقم (7): يمثل مستخدمو فيسبوك الجدد في المنطقة العربية وعالميا (في الفترة من 5 يناير إلى 5 أبريل 2011) كنسبة من عدد السكان*



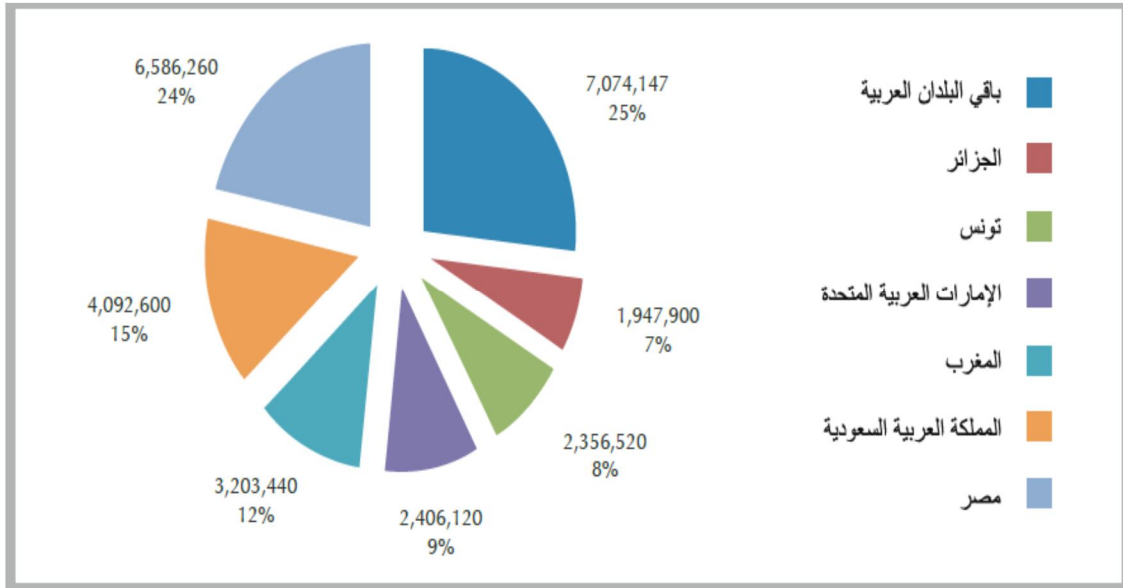
المصدر: (تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، 2011، ص.10)

كما يوضح أيضا تقرير الإعلام الاجتماعي العربي في إصداره الثاني، أعداد مستخدمي فيسبوك وانتشارهم كنسبة مئوية من إجمالي عدد مستخدمي فيسبوك في العالم العربي وذلك في أبريل 2011 والشكل التالي يبين ذلك:

* أعداد السكان لعام 2011، من إدارة الإحصاء بمنظمة العمل الدولية التابعة للأمم المتحدة. <http://laborsta.ilo.org/>

(أنظر ملحق "2")

شكل رقم (8): يوضح عدد مستخدمي فيسبوك ونسبة المستخدمين في المنطقة العربية (أبريل 2011)



المصدر: (تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، 2011، ص. 12)

وفي إصداره الثاني يبين تقرير الإعلام الاجتماعي العربي انتشار الفيديوك وعدد مستخدمييه في العالم العربي كما يلي:

الانتشار وعدد المستخدمين

فيسبوك في العالم العربي: نبذة

- وصل عدد مستخدمي فيسبوك الإجمالي في العالم العربي إلى 27,711,503 مستخدم (في 5 أبريل 2011) بعد أن كان 21,377,282 مستخدم (في 5 يناير 2011)، ما يعني أنه قد تضاعف تقريباً مقارنة بنفس الفترة العام الماضي (14,791,972 في أبريل 2010).
- في بداية أبريل 2011، جاوز متوسط انتشار مستخدمي فيسبوك لكل دولة في المنطقة العربية 7.5%. بعد أن كان أقل من 6% في نهاية 2010.
- زاد عدد مستخدمي فيسبوك في الوطن العربي بنسبة 30% في الربع الأول من 2011.
- ما زالت دول الخليج، إضافة إلى لبنان، تحتل المراكز الخمسة الأولى من حيث أعداد المستخدمين لفيسبوك مقارنة بعدد السكان. تواصل الإمارات العربية احتلال الصدارة في المنطقة العربية.
- ما زالت مصر تمتلك ربع العدد الإجمالي لمستخدمي فيسبوك في المنطقة العربية، وقد أضافت عدداً من المستخدمين الجدد في الربع الأول من عام 2011 أكثر من أي دولة عربية أخرى، وهو ما يقارب 2 مليون مستخدم في الفترة بين 5 يناير و5 أبريل 2011.

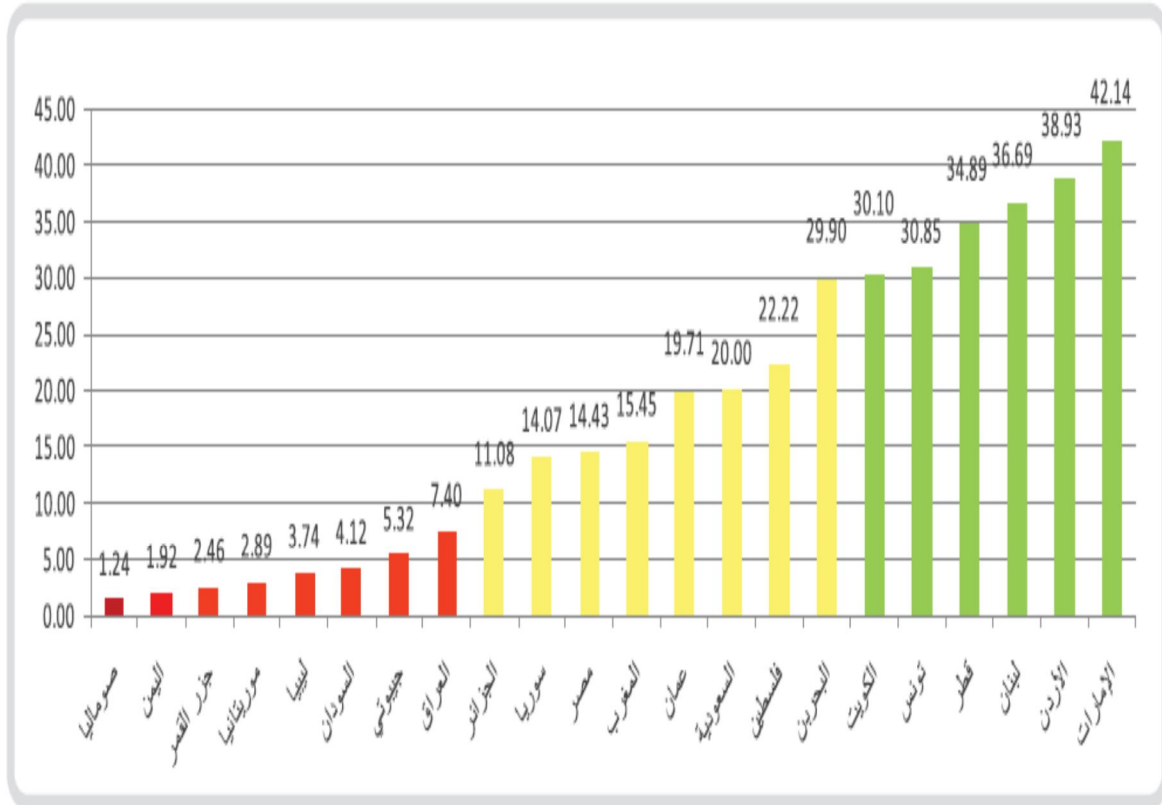
المصدر: (تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، 2011، ص. 9)

ولقد قال ألكسندر مكناب، المدير في شركة "سبوت أون" للعلاقات العامة: "لقد أصبح الفيس بوك بالنسبة للمستخدمين جزءاً قِيَم من حياتهم اليومية ولكن بالنسبة للمعلنين والمتخصصين في الاتصالات الإعلامية فإن هذا الموقع هو أداة رئيسية في مزيج التسويق بمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. في هذه المنطقة إذا أردت الذهاب إلى حيثما يذهب عملاؤك فالطريق لذلك هو حتماً عن طريق الشبكة".

<http://echo.hmsalgeria.net/article638.html>

كما يعرض التقرير الخاص أحدث نتائج البحث التي توصل إليها فريق عمل تقرير الإعلام الاجتماعي العربي خلال العام 2012. حيث يبين على المستوى الإقليمي، ترتيب البلدان العربية وفقاً لمعدلات انتشار استخدام فيسبوك فيها، والشكل التالي يوضح ذلك:

شكل رقم (9): يوضح انتشار استخدام فيسبوك في المنطقة العربية - نهاية عام 2012 (نسبة مئوية من عدد السكان)

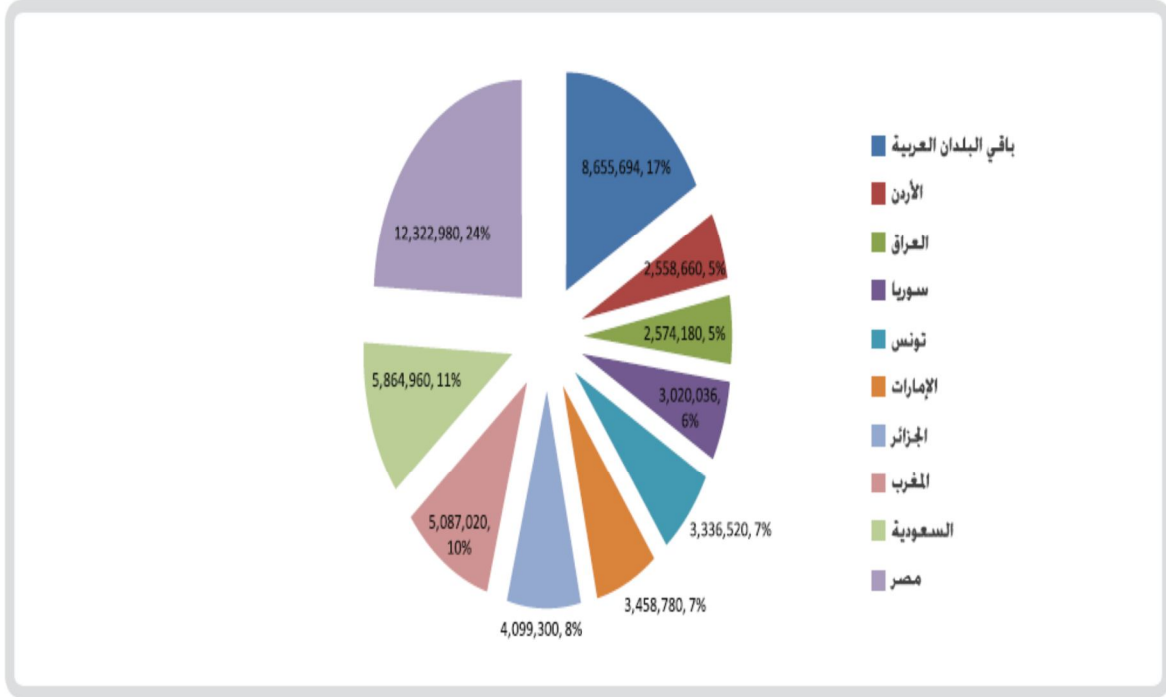


المصدر: تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، 2013، ص. 1

ويظهر أيضا هذا التقرير انتشار مستخدمي فيسبوك ونسبتهم المئوية من

إجمالي عدد مستخدمي فيسبوك في الوطن العربي، والشكل رقم (10) يوضح ذلك:

شكل رقم (10): يوضح نسب مستخدمي فيسبوك في المنطقة العربية (نهاية عام 2012)



المصدر: (تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، 2013، ص.1)

وفي إصداره الرابع يبين تقرير الإعلام الاجتماعي العربي انتشار الفيسبوك وعدد

مستخدميه في العالم العربي كما يلي:

الانتشار وعدد المستخدمين

نبذة: فيسبوك في العالم العربي

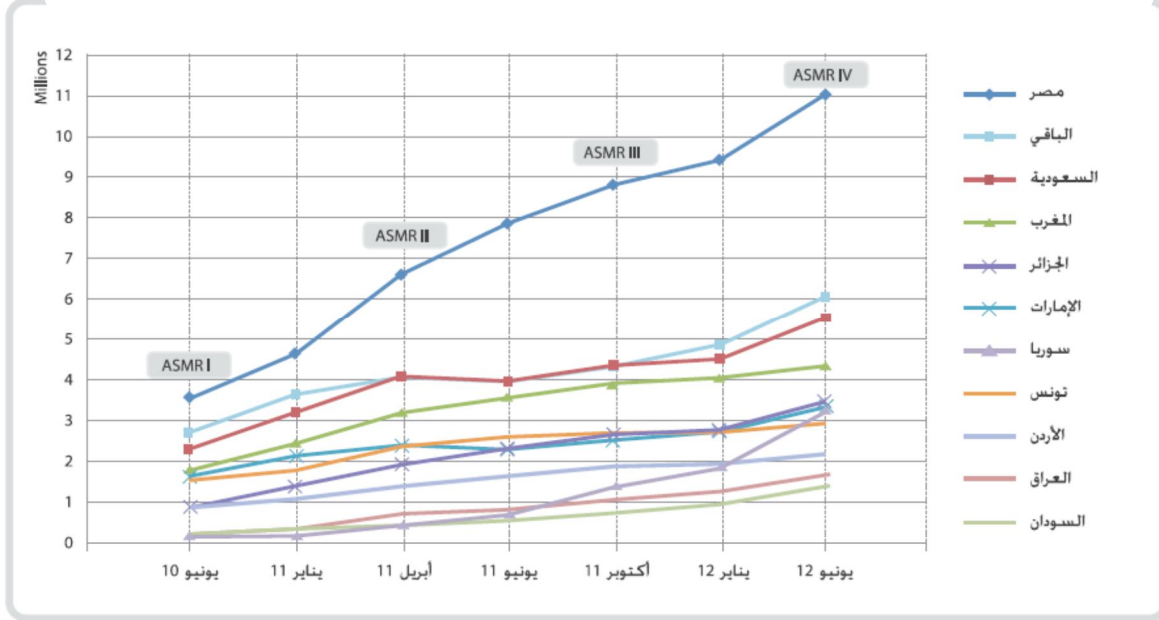
- وصل إجمالي عدد مستخدمي فيسبوك في العالم العربي إلى 45,194,542 مستخدم (في نهاية يونيو 2012). بعد أن كان 37,390,837 مستخدم في بداية العام (3 يناير 2012). ما يعني أنه قد ارتفع بنحو 50% مقارنة بالوقت نفسه في العام الماضي (29,845,871 في نهاية يونيو 2011).
- كان متوسط انتشار مستخدمي فيسبوك لكل دولة في المنطقة العربية في نهاية يونيو 2012 يزيد قليلاً عن 12%. بعد أن كان 10% في بداية العام. و8% في يونيو 2011.
- تضاعف عدد مستخدمي فيسبوك في العالم العربي ثلاث مرات تقريباً خلال العامين الماضيين (يونيو 2010 - يونيو 2012). بزيادة من 16 مليون مستخدم إلى 45 مليون مستخدم. وتبين الأشكال (5 و6 و7) النمو في الدول العربية الـ 22 جميعها خلال العامين الماضيين.
- وبقيت نسبة مستخدمي فيسبوك من النساء ثابتة تقريباً. بعد أن تراوحت قليلاً بين 33.5% و34% خلال العام الماضي (33.7% في حزيران 2012). وما يزال هذا أخفض بكثير من التوجه العالمي. حيث تشكل النساء نصف مستخدمي فيسبوك تقريباً.
- ما يزال الشباب (الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و29 عاماً) يشكلون نحو 70% من مستخدمي فيسبوك في المنطقة العربية. وهو العدد الذي حافظ على ثباته منذ أبريل 2011.
- تحتل دول مجلس التعاون الخليجي المراكز الخمسة الأولى من حيث مستخدمي فيسبوك كنسبة من عدد السكان. وتبقى الإمارات العربية المتحدة في المركز الأول في المنطقة العربية. تليها الكويت. في حين استعادت قطر موقعها في المراتب الخمس الأولى. ويحتل لبنان والأردن المركزين الباقين.
- ما زالت مصر تضم ربع إجمالي عدد مستخدمي فيسبوك في المنطقة العربية. وأضافت المزيد من المستخدمين في العام الماضي أكثر من أي دولة عربية أخرى. ليتجاوز عدد المستخدمين الجدد 1.6 مليون مستخدم جديد في الفترة ما بين يناير ويونيو 2012.
- ما زالت اللغات الإنجليزية والعربية والفرنسية أكثر اللغات استخداماً على فيسبوك. كما تعتبر اللغة العربية حالياً أسرع لغة نمواً على فيسبوك في المنطقة. بزيادة في عدد المستخدمين الذين يستخدمون واجهة الموقع العربية في أكثر الأحيان.

المصدر: (تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، 2013، ص.7)

كما يبين هذا التقرير أيضاً؛ أول عشر دول من حيث مستخدمي فيسبوك في العالم العربي وذلك في الفترة ما بين 2010 و2012 ، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (11): يوضح عدد مستخدمي فيسبوك في المنطقة العربية في الفترة ما بين يونيو 2010

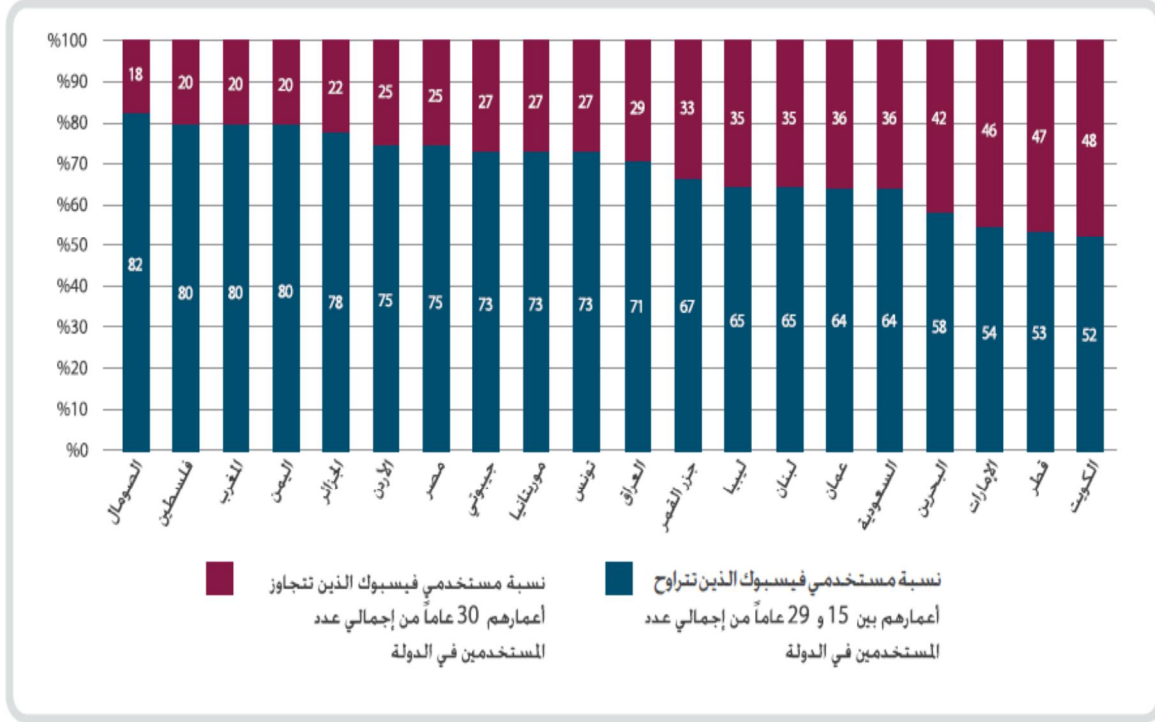
ويونيو 2012 (أول عشر دول من حيث عدد مستخدمي فيسبوك)



المصدر: تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، 2013، ص.7

ويظهر الشكل رقم (12) تقسيم مستخدمي فيسبوك من حيث السكان في المنطقة العربية، فحسب إحصائيات تقرير الإعلام الاجتماعي العربي في إصداره الرابع مازال الشباب (الذين تتراوح أعمارهم ما بين 15 و 29 عاماً) يشكلون نحو 70% من مستخدمي فيسبوك في المنطقة العربية، وقد بقي هذا الرقم ثابتاً منذ أبريل 2011، كما هو موضح في الشكل التالي:

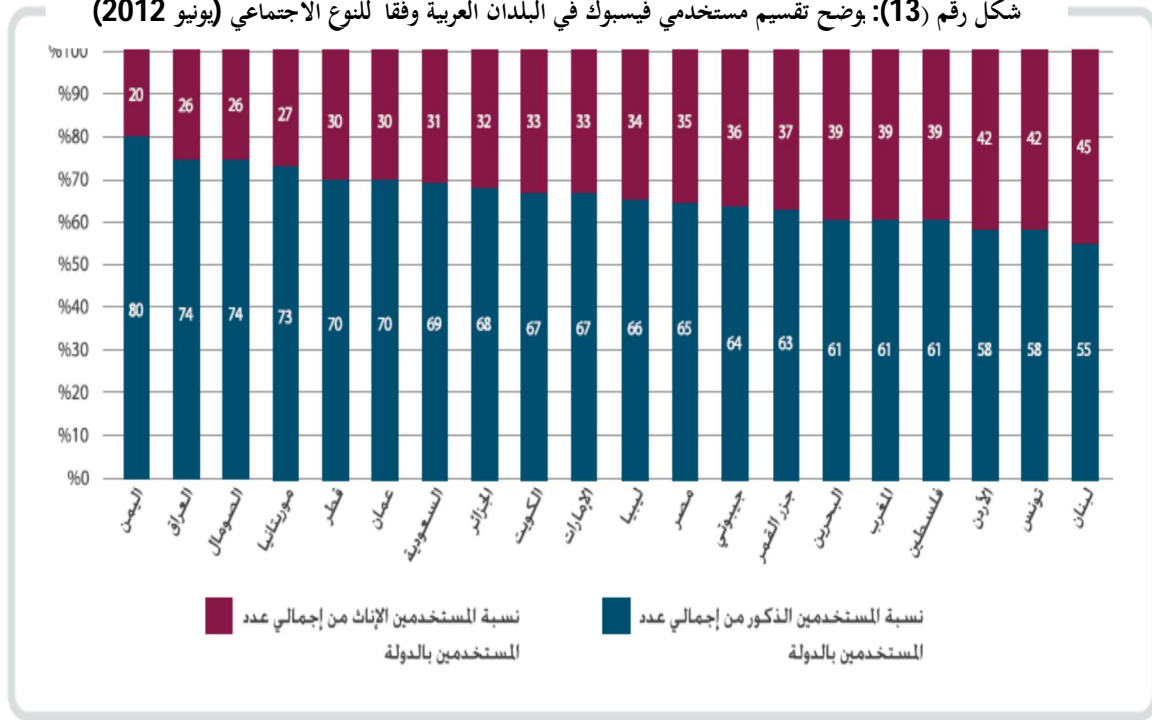
شكل رقم (12): بوضح التقسيم السكاني لمستخدمي فيسبوك في المنطقة العربية (يونيو 2012)



المصدر: (تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، 2013، ص. 12)

أما الشكل رقم (13) فيظهر تقسيم مستخدمي فيسبوك من حيث النوع الاجتماعي في البلدان العربية، فحسب إحصائيات تقرير الإعلام الاجتماعي العربي في إصداره الرابع، فقد تذبذبت نسبة المستخدمين الإناث تذبذباً ضئيلاً منذ أبريل 2011، لتتوقف عند 33.7% تقريباً، إلا أن هذه النسبة مازالت أقل بكثير من المعدل العالمي، والذي تشكل المرأة فيه نصف مستخدمي فيسبوك تقريباً، والشكل التالي يوضح ذلك:

شكل رقم (13): بوضح تقسيم مستخدمي فيسبوك في البلدان العربية وفقاً للنوع الاجتماعي (يونيو 2012)



المصدر: (تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، 2013، ص.12)

وحسب موقع "سوشال باكرز" المتخصص في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي عبر العالم أن عدد مستخدمي الفايسبوك في الجزائر لعام 2012 بلغ أربعة ملايين و23 ألف و940 مشترك ما يمثل 11.63% من العدد الإجمالي للسكان المقدر بحوالي 37 مليون نسمة، و90% من الجزائريين المربوطين بالإنترنت.

ووفق نفس الموقع فإن الجزائر احتلت حسب التصنيف الحديث المرتبة الرابعة عربيا بعد كل من مصر، السعودية والمغرب والمرتبة 42 عالميا مع نهاية العام الجاري حيث تقدمت بأربعة مراتب مقارنة بالعام 2011 أين احتلت المرتبة 46 عالميا، ويشير التصنيف العمري لمستخدمي الفايسبوك بالجزائر أن الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و34 يمثلون نسبة 68% أي ثلثي مستعملي هذه الشبكة بالجزائر، وتشير الإحصائيات أن نسبة

القصر الذين تقل أعمارهم عن 18 سنة بلغت 19%، وبالنسبة للتمثيل من حيث الجنس يمثلون الرجال ثلثي المستخدمين بـ 68% مقابل 32% للنساء.

وصنف موقع "سوشال باكرز" صفحة جريدة الشروق كأكبر وسيلة إعلامية على الفايديوك في الجزائر بـ قرابة 300 ألف مشترك لتحافظ على ريادتها بين صفحات وسائل الإعلام على الشبكة. <http://www.echoroukonline.com/ara/articles/149810.html>

وفي مقابلة تلفزيونية مع المدير التنفيذي لشركة فاين لاب "عبد الله آغا" يقول فيها: "الفيديوك لو وصل لمليار مستخدم بشك بمدة ثمانى سنوات رقم هائل؛ سأعطيك أمثلة كيف تقارن بين هذا الشيء بالراديو والتلفزيون كمثل: الراديو أخذ 36 سنة حتى وصل إلى 50 مليون مستخدم بالعالم على مدى الخمسين أو الستين السنة الماضية، والتلفزيون أخذ 13 سنة حتى وصل إلى 50 مليون مستخدم، أما الانترنت أخذ أربع سنوات، فيديوك أخذ سنة واحدة للوصول إلى 200 مليون. هذا يدل أن الناس متعطشة جدا للتواصل مع بعضها...". (آغا، د.ت.)

لقد أصبح مؤسس الفيس بوك أصغر ملياردير في العالم، وهو في السادسة والعشرين من عمره، وتقدر قيمة الفيس بوك أكثر من (خمسة عشر) مليار دولار، وهناك تقدير يشير إلى أن قيمته ارتفعت - ارتباطا بأحداث العالم الأخيرة وخصوصا ثورات (الربيع العربي) الآن - إلى (خمسة وستين) مليار دولار أمريكي - ونتيجة للشهرة والدور والمكانة التي احتلها الفيس بوك، فقد قامت إحدى شركات الإنتاج السينمائي بإنتاج فيلم يحمل اسم (الشبكة الاجتماعية **The Social Network**). (حميدي، ومالكي، 2012، ص. ص. 81-82)

والفيلم يروي قصة حياة مارك زوكربيرج مؤسس الموقع الاجتماعي الشهير (فيس بوك)، وتدور أحداثه حول مارك الشاب المنطوي، الذي يهوى التكنولوجيا بمختلف أنواعها، واستطاع أن يصمم موقع للتواصل مع أصدقائه في الجامعة، وتتقلب حياته رأسا على عقب

بعءما يتحول الموقع لشبكة عالمية تضم أكثر من 500 مليون شخص ويصبح من أثرياء العالم، بعءما كان يعيش في منزل متواضع لا يمتلك فيه جهاز تلفزيون، والفيلم مأخوذ من الرواية الشهيرة (مليارديرات بالصدفة) (Billionaires the Accidental) للكاتب (بن مزي تش).

ويتحدث "Kirkpatrick David" في كتابه "Facebook The Effect" عن هذه الشبكة التي ربطت بين أجزاء العالم المترامية وغيرت معالمه، ويلقي الضوء على كيفية تأثير الفيديوك على كل العالم وعلى الناس جميعا. (النصور، 2012، ص.ص. 76-77)

6- مناقب ومآخذ الفيديوك: Facebook

للفيديوك العديد من الايجابيات كما أنه لا يخلو في الوقت نفسه من عدة سلبيات كما يلي:

أولا: مناقب الفيديوك:

✦ الفيديوك يقدم منصة عبر الانترنت التي يكتب فيها المستخدمون صفحاتهم، وينتجون ويشاركون محتويات ومعلومات، ويتفاعلون مع من يعرفون ومع من لا

يعرفون. (Sana, Rouis, and Moes, Limayem, and Esmail Salehi, 2011,p965)

الفيديوك هو فضاء الشبكات الاجتماعية على الانترنت التي من خلالها ينشئ أعضاؤها ويحافظون على هويتهم، من خلال تتابع المعلومات الشخصية عن طريق ملفهم الشخصي والتحديثات الخاصة بهم. هذه الهوية أو الشخصية التي يعرضها العضو تشكل الوجه الايجابي. حيث يعرض الأفراد أنفسهم بشكل ايجابي ليحوز على الإعجاب والاحترام من باقي الأعضاء. (Mooney, Carala, 2009,p.1)

- ✦ الفيديوك أداة* تستخدم للتواصل الإنساني والفكري والأدبي والثقافي والاجتماعي. إذ أنها أسرع من البرق في توصيل الأخبار والمعلومات من فرد إلى آخر، ومن جماعة إلى أخرى، باختلاف أفكارهم وأعمارهم ولهجاتهم ومستوياتهم التعليمية.
- ✦ يتخطى الفيديوك الحدود الجغرافية، والضرائب المالية ليجمع العالم كله بين يديك وليجعلك تتعرف على حياة الشعوب وما يفعلونه يوميا. أو بالأحرى لحظة بلحظة من دون أن يكثرثوا كثيرا بالعادات والتقاليد. (إبراهيم، 2012، ص. 10)
- ✦ يدعم الفيديوك البنية التحتية للأنشطة اليومية دائمة التغير لمئات الملايين من المستخدمين طوال اليوم وعلى مدار الأسبوع. وكأنه شبكة إمداد بالطاقة، ولا يمكن في الغالب حصر الأنشطة التي تجرى عبر موقع الفيديوك. ففي كل شهر يضيف المستخدمون أكثر من 30 مليار محتوى (سواء تعليقات وصور وروابط على الشبكة ومدونات ومقاطع فيديو... وغير ذلك إلى الموقع).
- ✦ يعد موقع الفيديوك مركزا للعديد من التطبيقات أو البرامج الصغيرة التي تعمل من خلال الخدمة، حيث ينزل مستخدمو الموقع ما يزيد على 20 مليون تطبيق يوميا. تشمل هذه التطبيقات الألعاب أو خدمات الموسيقى أو المصادر الإخبارية أو المسابقات أو أي شيء آخر يمكن برمجته على الكومبيوتر.
- ✦ الفيديوك يعد مرآة ومنبرا لطرح الأفكار والأفعال والإبداع والتعلم لشريحة كبيرة من البشر. (آن، ولاري، 2012، ص. ص. 5-40)
- ✦ الفيديوك يمثل منصة قوية للتنظيم الاجتماعي والسياسي، والحشد للأحداث أو الأحزاب، وتوزيع المعلومات، والتعبير عن حرية الرأي، باعتباره طريقة فعالة للنشر الفوري للمعلومات لعدد كبير من الأفراد الذين لديهم اهتمام بنفس الموضوع أو القضية. (القطاظة، 2011، ص. 22)

*الفيديوك يطلق عليه في بعض الأحيان "أداة للتواصل الاجتماعي"

✦ الفيس بوك فرصة للاتصال بالدعاة وطلبة العلم والأدباء والإعلاميين والمؤثرين في المجتمع مباشرة دون وسائط. وجد مجتمع الشباب في الفيس بوك نافذة مطلعة على العالم وساحة للتعبير وإبداء الرأي والتواصل ومشاركة أصدقائك تفاصيل حياتهم. (فضل الله، 2010، ص.23)

✦ يسمح Facebook للفرد أن يكتب الأخبار التي سمع بها وينقلها للجمهور، بحيث أصبح الشخص العادي وسيلة علام مستقلة تناقش وسائل الإعلام الكلاسيكية المعروفة. (اللبان، 2011، ص.89)

✦ يتشارك الشباب على الفيسبوك، ويلعبون ألعاب الفيديو الجماعية، ويراسل بعضهم بعضا برسائل نصية بلا توقف، ويتبادلون الملفات لأهداف الدراسة أو العمل أو التسلية. (تابسكوت، 2012، ص.73)

✦ مكن الفيسبوك من ربط التكنولوجيا بالسياسة، حيث أصبح مقصدا للعديد من المشتركين الذين وجدوا فيه متنفسا للتعبير عن آرائهم السياسية التي لا يستطيعون الجهر بها. (الرعود، 2012، ص.43)

✦ أصبح الفيسبوك البداية الأمثل لكل من يريد أن يعلن عن فكرة له أو مشروع أو منتج بين أكبر عدد من مستخدمي شبكة الانترنت في أقل زمن... وأثبت أنه أفضل وسيلة للترويج عما تريده.

✦ الفيسبوك وسيلة للتواصل بين الأهل والأصدقاء.

✦ يساعد الفيسبوك على الالتقاء بالأصدقاء القدامى.

✦ الفيسبوك يساهم في التعاون بين طلبة الجامعة.

✦ الفيسبوك وسيلة اقتصادية توفر تكلفة وسائل الاتصال الأخرى.

✦ الفيسبوك يساعد على إنشاء علاقات اجتماعية جديدة بعيدا عن أماكن العمل والدراسة والأسرة. (فضل الله، 2010، ص.33)

ثانيا: مآخذ الفيديوك:

الفيديوك بوك حاله حال الكثير من الاختراعات والتقنيات التي أثرت في حياة البشر، فالإ الجانب المضيء له، هناك الكثير من الآثار السلبية على مستخدميه منها:

- ✦ الفيديوك بوك يهدر الكثير من وقت الشباب دون فائدة تجنى. فهناك أعداد كبيرة من طلاب الجامعات يقضون أكثر مكن 10 ساعات في تصفح الفيديوك بوك فقط.
- ✦ الفيديوك يعتبره بعضهم مثل وكالة إعلامية كبرى تنشر الفضائح من دون أن تكثر بمشاعر الآخرين.
- ✦ الإدمان ما يؤدي إلى العزلة الاجتماعية وفقد مهارة التواصل المباشر مع المجتمع.
- ✦ الفيديوك يؤدي إلى الكسل والتراخي.
- ✦ الفيديوك يؤثر على التحصيل الدراسي للطلاب.
- ✦ استغلال موقع Facebook في العمل الدعائي أو التخريبي. (إبراهيم، 2012، ص.ص. 23-

(24)

- ✦ تعرض الفيديوك بوك للكثير من الانتقادات على مدار السنوات القليلة الماضية. ففي أكتوبر من عام 2005 قامت نيومكسيكو بحظر الدخول إلى الموقع من أجهزة الكمبيوتر والشبكات الخاصة بالحرم الجامعي، وقد أشارت الجامعة إلى أن السبب وراء ذلك الحظر يتمثل في انتهاك سياسة الاستخدام المقبول للإنترنت والخاصة بالجامعة وذلك فيما يتعلق بإساءة استخدام الموارد المتاحة على الإنترنت، علاوة على أن الموقع يفرض استخدام وثائق التفويض الخاصة بالجامعة في أنشطة لا تتعلق بالجامعة. وفي وقت لاحق، قامت الجامعة بإلغاء الحظر الذي فرضته من قبل على استخدام الموقع وذلك بعد أن تمكن القائمون على إدارة الموقع من معالجة الموقف من خلال عرض إخطار على صفحة الدخول ينص على أن وثائق التفويض التي تستخدم على الموقع ليس لها علاقة بوثائق التفويض المستخدمة في الحسابات الخاصة بالكلية.

✦ علاوة على ما سبق، قامت حكومة أونتاريو بحظر دخول الموظفين إلى الموقع في مايو من عام 2007، حيث ذكرت أن الموقع "لا يمت لمكان العمل بصلة مباشرة في 1 يناير عام 2008". (دهيمي، 2012، ص. 262)

✦ قامت إحدى المجموعات على الفيس بوك بالإفصاح عن هوية ستيفاني رينجيل؛ تلك الفتاة التي قتلت في ولاية تورونتو بعد نشر اسمها أو أسماء المتهمين في القضية إلى وسائل الإعلام وذلك على الرغم من أنه يحظر نشر أسماء القصر الذين تتم إدانتهم في إحدى القضايا بموجب قانون العدالة الجنائية للأحداث. وعلى الرغم من محاولات الشرطة وكذلك القائمين على الموقع الالتزام بقواعد الخصوصية عن طريق حذف اسم الفتاة، فإنهم قد لاحظوا صعوبة القيام بذلك حيث تتم إعادة البيانات مرة أخرى كلما تم حذفها.

✦ نظرا لطبيعة الفيس بوك التي تتيح أي فرد إليه، فإن العديد من الدول قامت بحظر الدخول إلى الموقع ومن بينها سوريا وإيران، وقد ذكرت الحكومة السورية أن قرار الحظر جاء استنادا إلى قيام البعض بالتحريض على شن هجمات ضد السلطات من خلال الموقع إضافة إلى ذلك، فإن الحكومة السورية تخشى التسلل الإسرائيلي للشبكات الاجتماعية في سوريا من خلال الفيس بوك. وفي إيران، تم حظر استخدام الموقع بسبب مخاوف من أن يتم استغلال الموقع في تنظيم حركات معارضة للحكومة. (دهيمي، 2012، ص. ص. 261-262)

من خلال ما سبق نتوصل إلى أن الفيسبوك من جهة يستهوننا توظيف الفضاء الافتراضي للتبادل الثقافي والتواصل الاجتماعي وتعزيز فاعلية المشترك الإيجابية، ومن جهة أخرى نحترز من "تسليع" المعلومات الشخصية، وبين هذين الموقفين عديد المواقف الأخرى تدور في فلك الرفض والقبول، بينما تتزايد شعبية الموقع ويرتفع عدد مشتركيه يوميا وتتدفق

في شرايينه مليارات النصوص والروابط والصور والتفاصيل في كل ساعة من ساعات النهار. (رمضان، 2012، ص. ص. 105-106)

خلاصة

في هذا الفصل تم التعرف أولا على شبكات التواصل الاجتماعي وهذا من خلال التطرق إلى تعريفها ونشأتها وأبرز تأثيراتها النفسية الاجتماعية، وأهم نماذجها. وثانيا تسليط الضوء على نجم شبكات التواصل الاجتماعي فيسبوك (النموذج المعتمد في الدراسة الحالية) وفيه تم التعرف على الفيسبوك وبدايته أو نشأته وخصائصه وأهم استخداماته والإشارة إلى بعض الإحصائيات المتعلقة بمدى انتشاره وعدد مستخدميه في العالم ليختتم الفصل بمناقبة ومآخذ الفيسبوك.

الفصل الرابع: الإجراءات التطبيقية للدراسة ونتائجها

- تمهيد

أولاً: الإجراءات التطبيقية للدراسة

ثانياً: عرض ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء تساؤلاتها

ثالثاً: تفسير نتائج الدراسة

- خلاصة

تمهيد

يعالج هذا الفصل الشق التطبيقي للدراسة، والموسوم بعنوان "الإجراءات التطبيقية للدراسة ونتائجها"، حيث يضم الدراسة الاستطلاعية، ثم التفصيل في مضامين الدراسة الأساسية من حيث تحديد مجالات الدراسة والمنهج والعينة وإعداد أدوات الدراسة، خطوات تصميمها، فضلا عن أبرز المعالجات الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات، تمهيداً للجزء اللاحق المتعلق بعرض ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء تساؤلاتها، وتحليل عام للنتائج في ظل الخلفية النظرية للدراسة.

أولاً: الإجراءات التطبيقية للدراسة

1- الدراسة الاستطلاعية:

1-1- تعريف الدراسة الاستطلاعية:

تعتبر الدراسة الاستطلاعية من الخطوات الأولى في البحوث الاجتماعية والإنسانية كونها تساعد الباحث على استطلاع الظروف المحيطة بالظاهرة والتي يرغب بدراستها، وجمع بيانات ومعلومات عنها من أجل فهمها، والتعرف على العقبات التي قد تقف في طريق إجرائها، للتحكم فيها في الدراسة الأساسية، ومن ثم صياغة مشكلة البحث صياغة دقيقة تمهيدا لدراستها دراسة متعمقة. وهذا ما حاولت الباحثة القيام به في الدراسة الحالية.

1-2- أهداف الدراسة الاستطلاعية:

لقد سعت الباحثة من خلال دراستها الاستطلاعية إلى تحقيق الأهداف التالية:

التعرف على خصائص مجتمع الدراسة الأصلي والمتمثل في طلبة جامعة محمد

خضير بسكرة.

تحديد حجم عينة الدراسة الأساسية.

بناء مقياس للاتجاهات النفسية الاجتماعية على طريقة ليكرت في ضوء متغيرات معينة.

تحديد الخصائص السيكومترية لمقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية المستخدم في الدراسة الحالية، وبالتالي استخدام أداة جمع بيانات تتوفر فيها القدر الكافي من الصدق والثبات.

1-3- مجالات الدراسة الاستطلاعية:

تتحدد الدراسة الاستطلاعية في المجالات التالية:

✦ المجال المكاني: وفيه تم:

✓ تطبيق مقياس الدراسة في صورته الأولية على أفراد عينة الدراسة الاستطلاعية بالقطب الجامعي الجديد شتمة.

✓ تحديد خصائص مجتمع الدراسة الأصلي وتحديد حجم عينة الدراسة الأساسية بكل كليات جامعة محمد خيضر بسكرة.

✦ المجال البشري: تم تطبيق مقياس الدراسة في صورته الأولية على طلبة السنة الثالثة تخصص علم النفس العيادي نظام LMD، بغية تحديد الخصائص السيكومترية للمقياس.

✦ المجال الزمني: لقد دامت الدراسة الاستطلاعية في مدة زمنية تتراوح من أوائل مارس 2013 إلى أوائل ماي 2013 للسنة الجامعية 2012-2013.

1-4- عينة الدراسة الاستطلاعية:

بلغ عدد أفراد العينة التي خضعت للدراسة الاستطلاعية (30) طالبا مستخدما لشبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، وقد تم اختيارهم بطريقة عرضية، ويمكن توضيح توزيع أفراد العينة كما يلي:

جدول رقم (3): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة الاستطلاعية

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
30%	9	ذكور
70%	21	إناث
100%	30	المجموع

يتضح من خلال هذا الجدول أن عدد الذكور بلغ (9) طالبة، ما نسبته 30%، وعدد الإناث قدر بـ (21) طالبة، بنسبة 70%، وهذه العينة كافية لحساب الخصائص السيكومترية لمقياس الدراسة.

5-1- إجراءات الدراسة الاستطلاعية:

التعرف على خصائص مجتمع الدراسة الأصلي:

قامت الباحثة بالاتصال بجميع كليات جامعة محمد خيضر بسكرة والبالغ عددها (6) كليات موزعة كما يلي:

جدول رقم (4): يوضح توزيع كليات جامعة محمد خيضر - بسكرة

المجموع	مكان تواجدها	اسم الكلية
(6) كليات	جامعة محمد خيضر بسكرة.	الآداب واللغات
	جامعة محمد خيضر بسكرة.	العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة.
	جامعة محمد خيضر بسكرة.	العلوم والتكنولوجيا.
	جامعة محمد خيضر بسكرة.	العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
	القطب الجامعي الجديد شتمة.	العلوم الإنسانية والاجتماعية.
	القطب الجامعي الجديد شتمة.	الحقوق والعلوم السياسية.

وقد تحصلت الباحثة على إحصائيات طلبة التدرج (الليسانس والماستر) وفق نظام LMD للسنة الجامعية 2012-2013 من مصلحة الإحصائيات والتوجيه على مستوى كل

كلية بجامعة محمد خيضر بسكرة، بالإضافة إلى توثيق رئاسة الجامعة لهذه الإحصائيات*
كما هو مبين في الجدول التالي:

المجموع	طلبة الماستر	طلبة الليسانس	الأقسام	الكلية
2513	459	2054	آداب ولغة عربية	الآداب واللغات
3203	662	2541	الآداب واللغات الاجنبية	
5716	1121	4595	المجموع	
505	140	365	الاعلام الآلي	العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعية والحياة
1609	150	1459	الرياضيات والاعلام الآلي	
912	184	728	علوم المادة	
2057	457	1600	علوم الطبيعة والحياة	
161		161	العلوم الزراعية	
351	18	333	علم الأرض والكون	
5595	949	4646	المجموع	
479	305	174	الهندسة الكهربائية	العلوم والتكنولوجيا
211	112	99	الكيمياء الصناعية	
1345	147	1198	الهندسة المعمارية	
860	343	517	الهندسة المدنية والري	
108	75	33	الهندسة الميكانيكية	
1896		1896	علوم وتقنيات	
4899	982	3917	المجموع	
467	202	265	العلوم الاقتصادية	العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
631	208	423	العلوم التجارية	
407	180	227	علوم التسيير	
746		746	مجال العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير	
2251	590	1661	المجموع	
1325	294	1031	التربية الرياضية والنشاطات البدنية	العلوم الإنسانية والاجتماعية
1002	179	823	العلوم الاجتماعية	
1951	231	1720	العلوم الانسانية	
4278	704	3574	المجموع	
1492	457	1035	الحقوق	الحقوق والعلوم السياسية
395	127	268	العلوم السياسية	
1887	584	1303	المجموع	
24626	4930	19696	المجموع الكلي	

جدول رقم (5): يوضح إحصائيات طلبة التدرج LMD للسنة الجامعية 2012-2013

* أنظر الملحق رقم (1)

⇒ تحديد حجم عينة الدراسة الأساسية:

بناء على الإحصائيات المتحصل عليها والتي أوضحت أن طلبة التدرج (الليسانس والماستر) وفق نظام LMD للسنة الجامعية 2012-2013 قد بلغ (24626) طالبا. وعليه تم تحديد حجم عينة الدراسة الأساسية والتي قدرت بـ (379) طالبا، وذلك باستخدام أحد الجداول الإحصائية كما هو موضح في الجدول التالي: جدول رقم (6): يوضح تحديد حجم العينة

N	S	N	S	N	S
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108	750	254	15000	376
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	3000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382
210	136	1100	285	1000000	384

N: تمثل المجتمع الأصلي.
S: تمثل عينة الدراسة

يبين هذا الجدول حجم العينة المناسب عند مستويات مختلفة من مجتمع الدراسة الأصلي، وبناءا عليه تم تحديد حجم عينة الدراسة الأساسية الحالية؛ وكما هو موضح في الجدول فإن نسبة المجتمع الأصلي والتي قدرت بـ (30000) أقرب النسب إلى المجتمع الأصلي للدراسة الحالية والتي بلغت (24626) طالبا، وعليه تم اختيار عينة الدراسة الأساسية وفق هذا الجدول، والتي قدرت بـ (379) من أصل (30000) كعينة ممثلة للمجتمع الأصلي. وقد تم اختيار هذا الجدول الإحصائي لأنه أنسب الجداول الإحصائية لتحديد الحجم المناسب لعينة الدراسة الحالية.

⇒ بناء مقياس للاتجاهات النفسية الاجتماعية على طريقة ليكرت:

قامت الباحثة بالاطلاع الدقيق للتراث النظري المتعلق بالاتجاهات النفسية الاجتماعية وشبكة التواصل "فيسبوك" والدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع، وكذا الاطلاع على عدة مقاييس تقيس الاتجاهات النفسية الاجتماعية على طريقة ليكرت، لتتمكن بعدها من بناء مقياس وفق سلم ليكرت ذو التدرج الخماسي تمثلت بدائله في (أوافق بشدة، أوافق، محايد، أعارض، أعارض بشدة) ومكوناً من (36) بنداً مصنفة تحت ثلاثة أبعاد أو مكونات ويضم كل مكون أو بعد (12) عبارة مقسمة إلى (6) عبارات موجبة و(6) عبارات سالبة. في ضوء متغيرات هي (الجنس، سنوات الاستخدام، وساعات الاستخدام لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك). للكشف عن الاتجاهات النفسية الاجتماعية لطلبة جامعة محمد خيضر بسكرة نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك. (سيتم التعرف بالتفصيل على خطوات بناء مقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية في هذا الفصل عنصر أدوات الدراسة 166)

⇒ حساب الخصائص السيكومترية لمقياس الدراسة:

مراعاة لشروط القياس النفسي والتي تلزم معد المقياس بتحديد خصائصه السيكومترية،

قامت الباحثة بما يلي:

* صدق المقياس:

يمكن تعريف الصدق بشكل عام على أنه - قدرة المقياس على قياس ما صمم لأجله-
(الصمادي، والدرايع، 2004، ص.169)

وقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على الصدق الظاهري (أو ما يعرف بصدق المحكمين) والذي يشتمل على المظهر العام للمقياس أو الصورة الخارجية له، من حيث نوع البنود، وكيفية صياغتها ومدى وضوحها ومدى دقتها وموضوعيتها، وكذلك مطابقة المقياس للموضوع الذي يقيسه.

وبعد أن تم إعداد بنود المقياس البالغ عددها في البداية (81) بند، قامت الباحثة بتصنيفها في البعد الذي أعدت لقياسه، ثم عرضت على مجموعة من الأساتذة المحكمين* في كل من تخصصي علم النفس وعلم الاجتماع بجامعة محمد خيضر بسكرة والبالغ عددهم (9) محكمين، للحكم على صدق بنود المقياس من حيث أنها تقيس موضوع الدراسة "الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكات التواصل الاجتماعي فيسبوك"، وفق التساؤلات التي طرحتها الدراسة. وذلك بهدف التأكد من صلاحية المقياس من حيث ما يلي:

- ◆ مدى تغطية بنود المقياس للأبعاد الثلاثة.
- ◆ مدى وضوح بنود المقياس ومدى توافقها وترابطها مع البعد الذي تقع فيه.
- ◆ مدى ملائمة البدائل الخمسة للإجابة عن كل بند من بنود المقياس.
- ◆ مدى سلامة البنود لغويا، ومدى مناسبتها للمستجيب.
- ◆ مدى مطابقة هذه البنود لمعايير صياغة عبارات الاتجاهات النفسية الاجتماعية.
- ◆ التأكد مما إذا كانت البنود تقيس فعلا ما أعدت لقياسه.

*أنظر الملحق رقم (3) والملحق رقم (4)

وقد أبدى المحكمون ملاحظاتهم حول البنود واقترحوا ما يلي:

↔ إعادة صياغة بعض العبارات لغويا، وهي العبارات التي تحمل الأرقام التالية:

(1، 2، 7، 8، 9، 16، 24، 26، 32، 34، 35، 36، 37، 38، 39، 42، 51)

↔ حذف بعض العبارات إما لأنها متكررة أو لا تقيس ما وضعت لقياسه، وهي العبارات

التي تحمل الأرقام التالية: (3، 8، 9، 10، 13، 16، 19، 21، 22، 23، 25،

27، 29، 30، 32، 36، 39، 56، 72، 78).

↔ تقليص عدد بنود المقياس نظرا لكثرتها.

↔ تغيير موضع بعض العبارات كأن تكون مثلا تقع في بعد لكنها أنسب لقياس بعد

آخر، وهي العبارات التي تحمل الأرقام التالية: (1، 2، 8، 22، 23، 28، 31،

32، 50، 56، 58، 61، 62، 68).

وعلى العموم فقد حصلت أغلب البنود على درجة اتفاق بين المحكمين، وقد قامت

الباحثة بأخذ ملاحظاتهم بعين الاعتبار وتعديل بنود المقياس ليصبح عددها في الأخير (36)

بند، وبناء عليه تم طبع المقياس لتطبيقه على أفراد عينة الدراسة الاستطلاعية للتأكد من

ثباته.

* ثبات المقياس:

قامت الباحثة بتطبيق مقياس الدراسة في صورته الأولية على أفراد عينة الدراسة

الاستطلاعية (طلبة السنة الثالثة تخصص علم النفس العيادي وفق نظام LMD والذي بلغ

عددهم (30 طالبا)، وتم اختيار هذا العدد بناء على شروط الإحصاء البارامتري بأن لا يقل

عدد أفراد العينة عن (30) فردا.

بعدها تم حساب معامل الاتساق الداخلي ألفا كرونباخ للمقياس ككل ولكل بعد من

أبعاد المقياس على حده، حيث بلغ معامل ثبات ألفا كرونباخ للمقياس ككل (0,84) فحين

بلغ معامل الثبات لكل عامل على حده على التوالي: (0,60)، (0,66)، (0,47) وهو ما

يشير إلى أن المقياس يتمتع بدرجة عالية من الثبات.

1-6- نتائج الدراسة الاستطلاعية:

- من خلال إجراءات الدراسة الاستطلاعية تم تحقيق ما يلي:
- ✓ توصلت الباحثة إلى تحديد خصائص مجتمع الدراسة الأصلي بدقة والتي تمثلت في: طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة من مختلف الكليات والأقسام والتخصصات في إحدى سنوات التدرج (الليسانس أو الماستر) وفق نظام LMD للسنة الجامعية 2012-2013 والمستخدمين لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.
 - ✓ تم التوصل إلى تحديد حجم عينة الدراسة الأساسية والتي قدرت بـ (379) طالبا من أصل (24626) طالبا.
 - ✓ تم بناء مقياس للاتجاهات النفسية الاجتماعية على طريقة ليكرت ذو التدرج الخماسي في ضوء متغيرات هي (الجنس، سنوات الاستخدام، وساعات الاستخدام لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك).
 - ✓ تم تحديد الخصائص السيكومترية لمقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية على طريقة ليكرت ذو التدرج الخماسي يتوفر فيه القدر الكافي من الصدق وبمعامل ثبات عالي بلغ (0.84).

2- الدراسة الأساسية:

2-1- مجالات الدراسة:

تحددت الدراسة في المجالات التالية:

- ✦ **المجال المكاني:** بما أن الدراسة تتناول بالبحث الطلبة الجامعيين فقد تم إجرائها في جامعة محمد خيضر بسكرة بجميع كلياتها الموزعة على الجامعة المركزية والقطب الجامعي بالحاجب والقطب الجامعي الجديد بشتمة. وقد تم اختيار الجامعة كميدان للدراسة كونها مكان تواجد المجتمع الأصلي للدراسة، وكذا تمتعها بوجود العديد من التخصصات وتحتوي على طلبة من مختلف الفئات والثقافات والطبقات الاجتماعية والمستويات العلمية.

✦ **المجال البشري:** يتمثل المجال البشري في طلبة التدرج (الليسانس والماستر) وفق النظام الجديد LMD المسجلين للعام الدراسي 2012-2013 بجامعة محمد خيضر بسكرة، حيث بلغ عددهم (24626) طالبا. (أنظر الجدول رقم (5) الذي يوضح إحصائيات طلبة التدرج LMD للسنة الجامعية 2012-2013، ص138).

✦ **المجال الزمني:** لقد أجريت الدراسة الحالية خلال السنة الجامعية 2012-2013،

ويمكن تقسيمها على مراحل زمنية أساسية كما يلي:

جدول رقم (7): يوضح المجال الزمني للدراسة بسكرة

المرحلة الأولى	المرحلة الثانية	المرحلة الثالثة	المراحل الثلاث للدراسة
التراث الأدبي للدراسة	الدراسة الاستطلاعية	الدراسة الأساسية	
<p>- وفيها تم الاطلاع على خلفية الموضوع المدروس وجمع أكبر قدر من المادة النظرية للدراسة (مصادر ومراجع مختلفة ومتنوعة) متعلقة بالموضوع.</p> <p>- وأهم ما يميز هذه المرحلة، أنها متداخلة مع المرحلتين التاليتين (حيث يتم الرجوع إليها في المراحل التالية)، كما أن فيها تحيين مستمر للمعلومات فكلما وجدت الباحثة ما يخدم دراستها نظريا وعلميا استخدمته، خاصة وأنها تعالج موضوعا حديثا تمثل في شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك".</p>	<p>- وفيها تم إجراء الدراسة الاستطلاعية، حيث حددت خصائص مجتمع الدراسة الأصلي وحجم عينة الدراسة الأساسية وبناء مقياس على طريقة ليكرت ذو التدرج الخماسي يتوفر فيه القدر الكافي من الصدق والثبات.</p>	<p>- وفيها تم تطبيق مقياس الدراسة على أفراد عينة الدراسة الأساسية وجمع البيانات الخام وتفريغها وتحليلها إحصائيا، وعرض ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء تساؤلاتها، وتفسير نتائج الدراسة.</p> <p>- كما تم فيها مراجعة الدراسة من الناحية اللغوية والشكلية لتتم في الأخير طباعتها.</p>	
من جوان 2012 إلى أوائل ديسمبر 2013.	من أوائل مارس 2013 إلى أوائل ماي 2013.	من أوائل ماي 2013 إلى أوائل جانفي 2014.	الفترة الزمنية لكل مرحلة

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن الدراسة الحالية قد مرت بثلاث مراحل أساسية، وأن هذه المراحل متداخلة ومرتبطة ببعضها البعض، بحيث كل مرحلة تعتمد على سابقتها، وهذا ما يميز البحث العلمي فهو سلسلة من الحلقات المتصلة ببعضها البعض.

2-2- منهج الدراسة:

يقول ديكرت: "لا نستطيع أن نفكر في بحث حقيقة ما إذا كنا سنبحثها بدون منهج، لأن الدراسات والأبحاث بدون منهج تمنع العقل من الوصول إلى الحقيقة". (إبراهيم، 2000، ص. 60) فمنهج البحث هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة للعلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العمل وإجراءاته لتصل بالباحث إلى نتيجة محددة. (العتيبي، 2006، ص. 146)

على هذا النحو وسعياً من الباحثة إلى محاولة الكشف عن الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك فقد اعتمدت المنهج الوصفي. الذي يهدف إلى رصد موضوع محدد بهدف فهم مضمونه.

فهو عبارة عن طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها.

وأهم ما يميز المنهج الوصفي أنه يوفر بيانات مفصلة عن الواقع الفعلي للظاهرة أو موضوع الدراسة كما أنه يقدم في الوقت نفسه تفسيراً واقعياً للعوامل المرتبطة بموضوع الدراسة تساعد على قدر معقول من التنبؤ لمستقبلي الظاهرة. (عبيدات، وأبو نصار، ومبييضين، 1999، ص. 46-47) أي أنه يهتم بدراسة حاضر الظواهر والأحداث. (عليان، ونسيم، 2000، ص. 42)

ولأن خطوات هذا المنهج وركائزه تخدم أهداف الدراسة الحالية وتحققها، فقد اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي بأسلوبه المقارن لأنه يمكن من:

✓ الكشف عن نوع الاتجاهات النفسية الاجتماعية التي يحملها طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

✓ الكشف عن درجات الطلبة على مقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك .

✓ إمكانية الكشف عن دلالة الفروق إحصائياً بين درجات الطلبة في استجاباتهم على بنود المقياس تبعاً لجملة من المتغيرات هي (الجنس، سنوات الاستخدام، وساعات الاستخدام).

✓ يسمح بالمقارنة بين عينات البحث في الاتجاهات النفسية الاجتماعية نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك على ضوء متغيرات (الجنس، سنوات الاستخدام، عدد ساعات الاستخدام).

2-3 - عينة الدراسة:

يتمثل المجتمع الأصلي للدراسة الحالية في طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة، ومنه فدراسة جميع أفراد مجتمع البحث يستحيل على الباحثة لأنه يفوق إمكانياتها من حيث الوقت، الجهد، والتكاليف. وعندما يستحيل على الباحث القيام بأسلوب المسح الاجتماعي لمجتمع الدراسة لظرف من الظروف يلجأ إلى استخدام ما يسمى "بأسلوب العينة"، التي تفرض نفسها كأسلوب لجمع البيانات عندما يكون الباحث غير قادر على إجراء دراسته على جميع مفردات مجتمع البحث. (غربي، 2006، ص.174)

فالعينة مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين. (أنجس، 2006، ص.301) ومن أهم شروطها أن تكون ممثلة للمجتمع الذي سحبت منه والا فلا يصدق على المجتمع ما صدق على تلك العينة. (إبراهيم، 2000، ص.157)، ولتحقيق هذا الشرط تم في الدراسة الحالية إتباع الخطوات التالية:

➔ تحديد حجم العينة:

لقد تم تحديد حجم عينة الدراسة الأساسية في مرحلة الدراسة الاستطلاعية. (أنظر جدول رقم (6) يوضح تحديد حجم العينة، ص.139)

طريقة اختيار العينة:

يترتب على سلامة اختيار العينة تمثيل المجتمع الذي أخذت منه تمثيلا صحيحا، وبالتالي يمكن تعميم ما نحصل عليه من نتائج على المجتمع. ويتوقف الحصول على بيانات قريبة من قيم المجتمع على أسلوب الباحث في اختيار عينة بحثه. (أبو علام، 2004، ص. 147)

لذا يعتبر نوع العينة من الأمور الهامة التي يجب على الباحث أن يوليها اهتماما خاصا. وهناك أكثر من طريقة يمكن استخدامها لاختيار العينة، وما قد يفضل طريقة على أخرى هو طبيعة البحث وظروف الباحث وطبيعة مجتمع الدراسة. (عبيدات، وأبو نصّار، ومبيضين، 1999، ص. ص. 86-87)

وأفضل طريقة لاختيار العينة هي الطريقة العشوائية لأن استخدامها يعني أن لكل فرد من أفراد المجتمع فرصة متساوية لاختياره في العينة، كما أن احتمال تمثيل العينة أعلى في الطريقة العشوائية من الطرق غير عشوائية. إذ يترتب على هذه الطريقة الحصول على فروق ضئيلة وغير منتظمة بين خصائص المجتمع وخصائص العينة، وما يحصل عليه الباحث من فروق بين خصائص العينة وخصائص المجتمع هي فروق وليدة الصدفة، وليست راجعة إلى أي تحيز سواء كان مقصود أو غير مقصود.

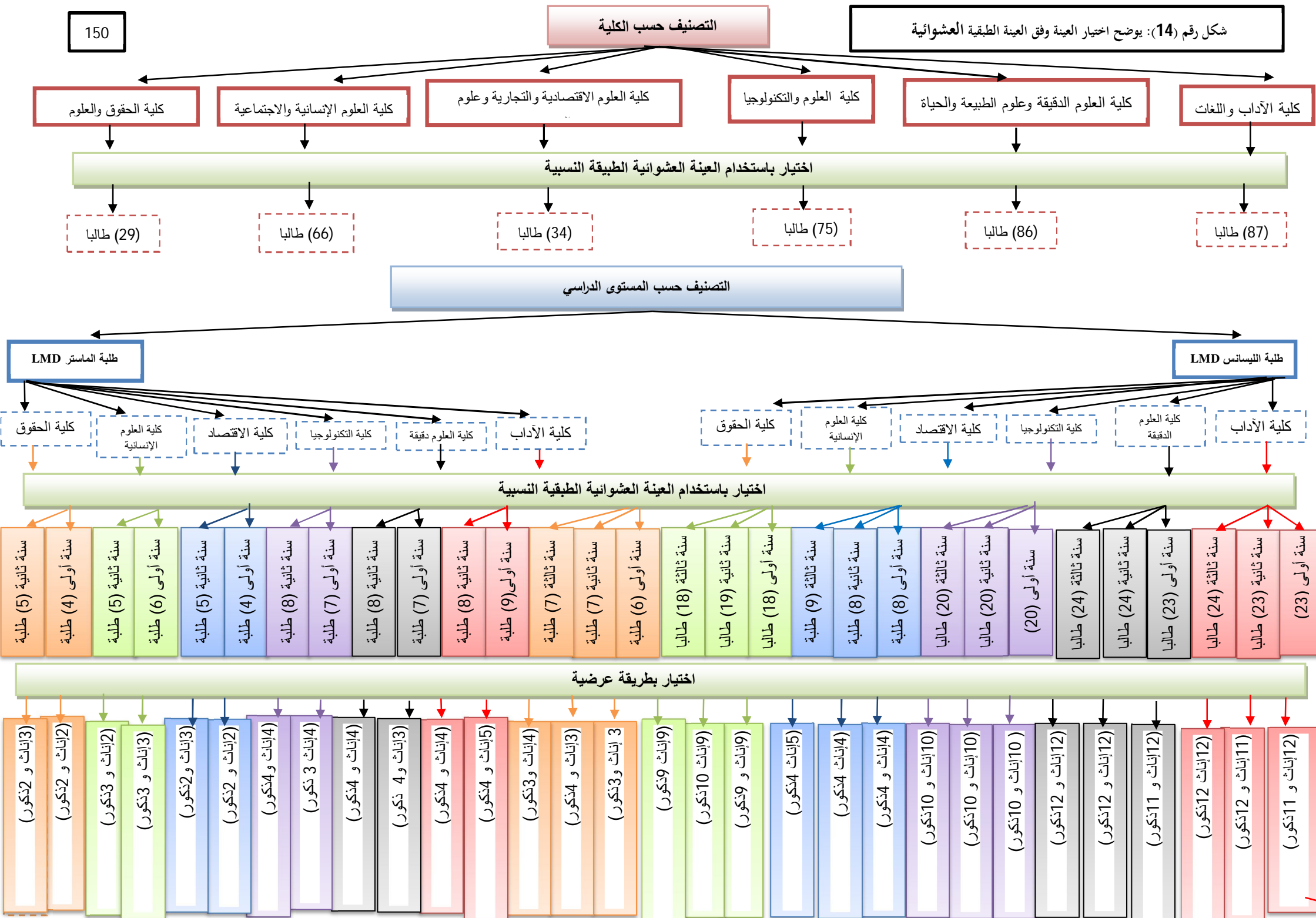
والمعاينة العشوائية مهمة أيضا لأنها تتطلب ضروري في الإحصاء الاستدلالي الذي يمكن الباحث من تعميم نتائج العينة على المجتمع. وإذا لم يتم اختيار العينة بطريقة عشوائية فإننا بذلك نقص مسلما أساسيا من مسلمات الإحصاء الاستدلالي، ولن تكون تعميماتنا من العينة على المجتمع صادقة. (أبو علام، 2004، ص. 158)

وبناء على هذه الاعتبارات فقد تم اعتماد الطريقة العشوائية في الاختيار. وبحكم كون مجتمع البحث مقسم إلى طبقات حسب خاصية المستوى الدراسي لكل مبحوث المنتمي لأحد الكليات الست للجامعة. كان أنسب نوع في الطريقة العشوائية هي العينة العشوائية الطبقيّة التي تعتمد على تقسيم مجتمع الدراسة الأصلي إلى طبقات أو فئات معينة وفق معيار معين.

بعد ذلك يتم اختيار العينة من كل فئة أو طبقة بشكل عشوائي وبشكل يتناسب مع حجم تلك الفئة في مجتمع الدراسة الأصلي. (عبيدات، وأبو نصّار، ومبييضين، 1999، ص.91)

وتتمتاز العينة الطبقية بأنها أكثر دقة وأكثر تمثيلا لمجتمع الدراسة إلى جانب إمكانية استعمالها في حالة المقارنة بين طبقات مختلفة. (عليان، ونسيم، 2000، ص.147)

والمخطط التالي يوضح كيفية اختيار العينة وفق هذا النوع من المعاينة.



وكما هو موضح في الشكل رقم (14) فقد اعتمدت الباحثة عند سحب العينة من كل طبقة على واحدة من أسلوبين المتمثل في العينة العشوائية الطبقية النسبية، التي من خلالها نسحب من كل طبقة عددا يتناسب مع نسبة أفراد الطبقة إلى المجتمع. وفي النهاية نحصل على عينة طبقية عشوائية تتمثل فيها خصائص المجتمع وفقا لنسبة أعدادها في كل خاصية. (أبو علام، 2004، ص. ص. 163-167)

وقد تم تحديد نسبة كل طبقة وفق الخطوات التالية:

1- إيجاد "نسبة" كل كلية بالنسبة للجامعة:

حيث تم قسمة العدد الكلي لأفراد كل كلية على عدد أفراد المجتمع الأصلي مضروبة

في (100)، كما توضحها المعادلة التالية:

$$أ = ن / ج \times 100.$$

أ = نسبة كل كلية بالنسبة للجامعة.
 ن = العدد الكلي لأفراد كل كلية.
 ج = عدد أفراد المجتمع الأصلي.

2- إيجاد "نسبة" طلبة "الليسانس" بالنسبة لكل كلية:

حيث يتم قسمة العدد الكلي لأفراد طلبة الليسانس في كل كلية على العدد الكلي لأفراد

الكلية مضروبة في (100)، كما توضحها المعادلة التالية:

$$ب = ن / 1 \times 100.$$

ب = نسبة طلبة الليسانس بالنسبة لكل كلية.
 ن = العدد الكلي لأفراد طلبة الليسانس في كل كلية.
 1 = العدد الكلي لأفراد الكلية.

3- إيجاد "نسبة" طلبة "الماستر" بالنسبة لكل كلية:

تم قسمة العدد الكلي لأفراد طلبة الماستر في كل كلية على العدد الكلي لأفراد الكلية

مضروبة في (100)، كما توضحها المعادلة التالية:

ج = ن/2 × 100 .

ج = نسبة طلبة الماستر بالنسبة لكل كلية .

ن = 2 = العدد الكلي لأفراد طلبة الماستر في كل كلية .

ن = العدد الكلي لأفراد الكلية .

4- إيجاد "عدد" طلبة كل كلية بالنسبة للجامعة:

وهي حاصل ضرب نسبة كل كلية بالنسبة للجامعة وعدد أفراد عينة الدراسة مقسومة على (100) كما توضحها المعادلة التالية:

د = أ × ن' / 100 .

د = عدد طلبة كل كلية بالنسبة للجامعة .

أ = نسبة كل كلية بالنسبة للجامعة .

ن' = عدد أفراد عينة الدراسة .

5- إيجاد "عدد" طلبة "الليسانس" في كل كلية:

وهي حاصل ضرب نسبة طلبة الليسانس وعدد طلبة كل كلية بالنسبة للجامعة على (100)، كما توضحها المعادلة التالية:

هـ = ب × د / 100 .

هـ = عدد طلبة الليسانس في كل كلية .

ب = نسبة طلبة الليسانس بالنسبة لكل كلية .

د = عدد طلبة كل كلية بالنسبة للجامعة .

6- إيجاد عدد طلبة "الماستر" في كل كلية:

تم طرح عدد طلبة الليسانس في كل كلية من العدد الكلي لطلبة كل كلية وفق المعادلة

التالية:

و = د - هـ .

و = عدد طلبة الماستر .

د = عدد طلبة كل كلية بالنسبة للجامعة .

هـ = عدد طلبة الليسانس في كل كلية .

7- تحديد "عدد" طلبة كل "مستوى دراسي" بالنسبة لكلية:

وتم فيها قسمة كل من عدد طلبة الليسانس وعدد طلبة الماستر على (3) و(2) على التوالي وذلك لوجود ثلاث مستويات في الليسانس (سنة أولى، سنة ثانية، سنة ثالثة) ومستويين في الماستر (ماستر 1، ماستر 2) وفق المعادلتين التاليتين:

$$ك = \text{عدد طلبة كل مستوى دراسي (ليسانس).}$$

$$هـ = \text{عدد طلبة الليسانس في كل كلية.}$$

$$3 = \text{المستويات الدراسية في الليسانس (سنة أولى، سنة ثانية، سنة ثالثة).}$$

المعادلة رقم (1): $ك = هـ/3$.

المعادلة رقم (2): $ك = 1 = و/2$.

$$ك1 = \text{عدد طلبة كل مستوى دراسي (ماستر).}$$

$$و = \text{عدد طلبة الماستر في كل كلية.}$$

$$2 = \text{المستويات الدراسية في الماستر (ماستر 1، ماستر 2).}$$

والجدول التالي يوضح الأعداد كم تم الإشارة لها بالخطوات السابقة:

جدول رقم (8): يوضح نسبة وعدد كل طبقة من الطلبة وفق العينة العشوائية الطبقيّة النسبية

المستوى الدراسي		عدد طلبة الماجستير كل كلية بالنسبة للجامعة	عدد طلبة الليسانس كل كلية بالنسبة للجامعة	عدد طلبة كل كلية بالنسبة للجامعة	المجموع	طلبة الماجستير	طلبة الليسانس	الكلية	
في عينة الدراسة									
70	23	L.M.D الأولى	16.87	71.09	87.96	5716	1121	4595	الآداب واللغات
	23	L.M.D الثانية							
	24	L.M.D الثالثة							
17	9	الأولى ماجستير	87	71.09	87.96	5716	1121	4595	الآداب واللغات
	8	الثانية ماجستير							
المجموع									
71	23	L.M.D الأولى	14.61	71.46	86.07	5595	949	4646	العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة
	24	L.M.D الثانية							
	24	L.M.D الثالثة							
15	7	الأولى ماجستير	86	71.46	86.07	5595	949	4646	العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة
	8	الثانية ماجستير							
المجموع									
60	20	L.M.D الأولى	15.12	60.26	75.38	4899	982	3917	العلوم و التكنولوجيا
	20	L.M.D الثانية							
	20	L.M.D الثالثة							
15	7	الأولى ماجستير	75	60.26	75.38	4899	982	3917	العلوم و التكنولوجيا
	8	الثانية ماجستير							
المجموع									
25	8	L.M.D الأولى	9.09	25.55	34.64	2251	590	1661	العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم
	8	L.M.D الثانية							
	9	L.M.D الثالثة							
9	4	الأولى ماجستير							

	5	الثانية ماستر								التسيير
	34	المجموع								
55	18	L.M.D الأولى	11.28	54.55	65.83	4278	704	3574		العلوم الإنسانية والاجتماعية
	19	L.M.D الثانية								
	18	L.M.D الثالثة								
11	6	الأولى ماستر								
	5	الثانية ماستر								
	66	المجموع								
20	6	L.M.D الأولى	8.99	20.04	29.03	1887	584	1303		الحقوق والعلوم السياسية
	7	L.M.D الثانية								
	7	L.M.D الثالثة								
9	4	الأولى ماستر								
	5	الثانية ماستر								
	29	المجموع								
						24626	4930	19696		المجموع الكلي

➤ كيفية الوصول إلى عينة الدراسة:

بعدها قامت الباحثة بتحديد حجم عينة الدراسة الأساسية ونوعها وبناء مقياس الدراسة توجهت إلى مكتبة كل كلية بالجامعة لتوزيع مقياس الدراسة على أفراد العينة. وقد اختارت المكتبة باعتبارها تضم الطلبة على اختلاف مستوياتهم الدراسية وتخصصاتهم العلمية حسب الكليات التي ينتمون إليها محققة بذلك المعيار الذي اعتمده في تقسيم مجتمع الدراسة الأصلي إلى طبقات حسب خاصية المستوى الدراسي لكل مبحوث المنتمي لأحد الكليات الست بجامعة محمد خيضر بسكرة.

➤ خصائص عينة الدراسة:

تتميز عينة الدراسة الأساسية بما يلي:

➤ عينة تم اختيارها بطريقة العينة العشوائية الطبقية، حيث قسمت إلى طبقات حسب معيار المستوى الدراسي لكل مبحوث المنتمي لأحد الكليات الست بالجامعة.

➤ شمولها لطلبة من مختلف المستويات الدراسية، والكليات والأقسام والتخصصات العلمية بالجامعة.

➤ أفراد العينة من جنس مختلف (ذكور، إناث) وأعمار مختلفة.

➤ أفراد العينة من طلبة التدرج (الليسانس والماستر) وفق نظام LMD للسنة الجامعية 2012-2013.

➤ استخدام أفراد العينة لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك على اختلاف سنوات الاستخدام وساعات الاستخدام لهاته الشبكة.

وسوف نتعرض ببعض التفصيل إلى العينة حسب خصائصها كما يلي:

1- توزيع أفراد العينة حسب متغير (الجنس):

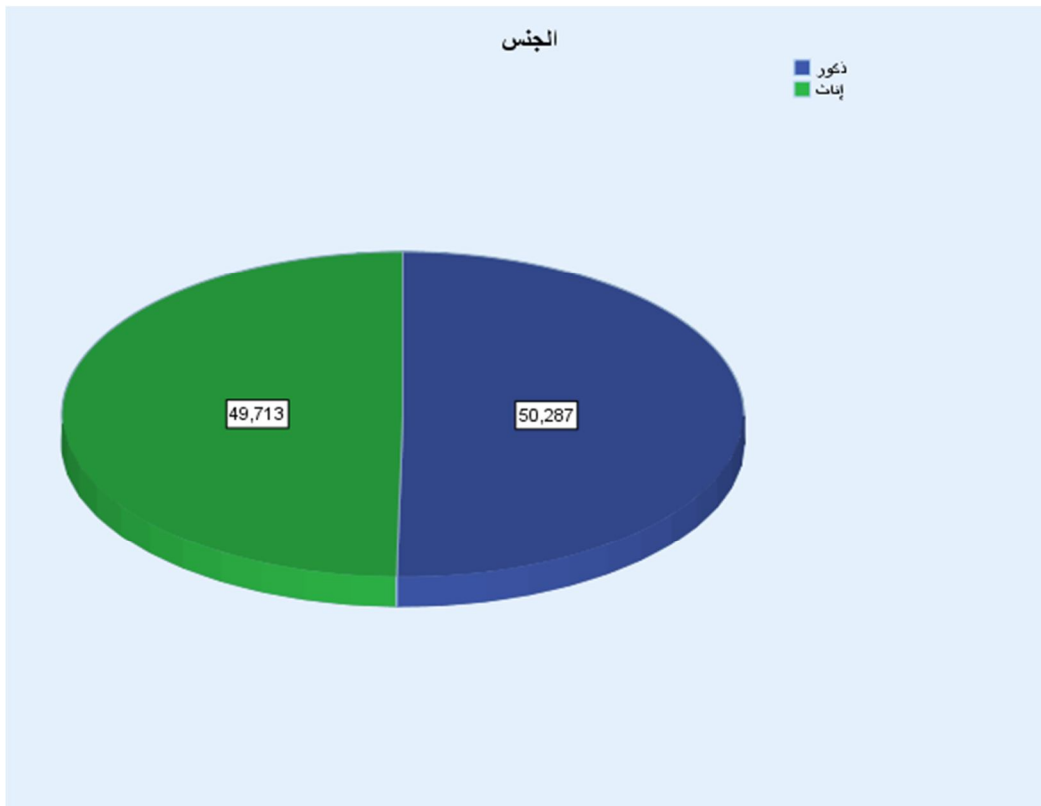
تضم العينة الطلبة من الجنسين (ذكور، إناث) وكان توزيعها حسب هذه الخاصية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (9): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرارات	النسب المئوية
ذكور	175	50,3%
إناث	173	49,7%
المجموع	348	100%

يتضح من خلال الجدول أن عدد الذكور بلغ 175 طالبا، ما نسبته 50,3%، وعدد الإناث قدر بـ 173 طالبة، بنسبة 49,7%، وعليه فالنسبتان متقاربتان إلى حد بعيد، ويمكن أن نوضح ذلك من خلال الرسم البياني الموضح أدناه:

شكل رقم (15): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس



2- توزيع أفراد العينة حسب سنوات الاستخدام وساعات الاستخدام لشبكة التواصل

الاجتماعي فيسبوك:

قامت الباحثة بتصنيف اجابات الطلبة حسب متغيري (سنوات الاستخدام وساعات الاستخدام لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك) إلى فئات.
وبالنسبة لكيفية تكوين فئات كل من متغيري (سنوات الاستخدام وساعات الاستخدام) كانت وفقا لما يلي:

1-2- حساب طول الفئة:

ويتم حساب طول الفئة من خلال قسمة المدى العام على عدد الفئات وفقا للمعادلة

التالية:

$$\begin{aligned} 1 &= \text{طول الفئة} = \frac{\text{المدى العام}}{\text{عدد الفئات}}. \\ 2 &= \text{المدى العام} = \text{أكبر قيمة} - \text{أقل قيمة} + 1 \\ 3 &= \text{عدد الفئات} = \text{اختارت الباحثة العدد (5) وذلك لأنه الأنسب في احتواء كافة الإجابات المتحصل عليها.} \end{aligned}$$

2-2- تحديد الفئات:

حيث تم تحديد الفئة الأولى من خلال إضافة طول الفئة إلى أصغر قيمة لتتوالى هذه بالإضافة مع بقية الفئات.

مع العلم أنه تم تشكيل الفئات بالأشهر تم تحويلها إلى السنوات بالنسبة، بالنسبة لسنوات الاستخدام. وبالنسبة لساعات الاستخدام فقد تم تشكيل الفئات بالدقائق ثم تحويلها إلى الساعات وذلك حسب عدد ساعات الاستخدام في اليوم، أما عدد ساعات الاستخدام في الأسبوع والشهر فقد تم تكوين الفئات بالساعات. ويمكن توضيح ذلك من خلال الخطوات التالية:

أ/ بالنسبة لسنوات الاستخدام:

1- حساب المدى العام = أكبر قيمة - أصغر قيمة + 1.

7(سنوات) - 1 (شهر) + 1.

84(شهر) - 1(شهر) + 1.

إذن: المدى العام = 84(شهر)

2- حساب طول الفئة = المدى العام / عدد الفئات

$5/84 = 16(شهر)$

إذن: طول الفئة = 16(شهر)

3- تحديد فئات سنوات الاستخدام:

جدول رقم (10): يوضح فئات سنوات استخدام الفيسبوك

رقم الفئة	الفئات بالأشهر	الفئات بالسنوات
1	[من 1 شهر إلى 17 شهر]	[من شهر إلى سنة و 4 أشهر]
2	[من 18 شهر إلى 34 شهر]	[من سنة و 5 أشهر إلى عامين و 8 أشهر]
3	[من 35 شهر إلى 51 شهر]	[من عامين و 9 أشهر إلى أربع سنوات وشهرين]
4	[من 52 شهر إلى 68 شهر]	[من أربع سنوات و 3 أشهر إلى خمس سنوات و 6 أشهر]
5	[من 69 شهر إلى 85 شهر]	[من خمس سنوات و 7 أشهر إلى سبع سنوات]

الفئات التي تم اعتمادها في هذه الدراسة هي (فئات السنوات) لأنها تتوافق مع إجابات أفراد عينة الدراسة.

ب/ بالنسبة لساعات الاستخدام:

ب1: عدد ساعات الاستخدام في اليوم:

1- حساب المدى العام = أكبر قيمة - أقل قيمة + 1.

$(15) ساعة - (15) دقيقة + 1.$

$$= (900) \text{ دقيقة} - (15) \text{ دقيقة} + 1.$$

المدى العام = 886 دقيقة

$$\text{طول الفئة} = \text{المدى العام} / \text{عدد الفئات} = 5/886 = 177 \text{ دقيقة}.$$

طول الفئة = 177 دقيقة.

3- تحديد عدد ساعات الاستخدام في اليوم:

جدول رقم (11): يوضح فئات ساعات استخدام الفيسبوك في اليوم

رقم الفئة	الفئات بالدقائق	الفئات بالساعات
1	[من 15 دقيقة إلى 192 دقيقة]	[من 15 دقيقة إلى 3 ساعات و 3 دقائق]
2	[من 193 دقيقة إلى 370 دقيقة]	[من 3 ساعات و 21 دقيقة إلى 6 ساعات و 16 دقيقة]
3	[من 371 دقيقة إلى 548 دقيقة]	[من 6 ساعات و 18 دقيقة إلى 9 ساعات و 13 دقيقة]
4	[من 549 دقيقة إلى 726 دقيقة]	[من 9 ساعات و 15 دقيقة إلى 12 ساعة و 12 دقيقة]
5	[من 727 دقيقة إلى 904 دقيقة]	[من 12 ساعة و 11 دقيقة إلى 15 ساعة و 6 دقائق]

الفئات التي تم اعتمادها في هذه الدراسة هي (فئات الساعات) لأنها تتوافق مع إجابات عينة الدراسة.

ب2: عدد ساعات الاستخدام في الأسبوع:

1- حساب المدى العام:

$$\text{المدى العام} = \text{أكبر قيمة} - \text{أقل قيمة} + 1.$$

$$= 90 - (1 \text{ ساعة}) + 1.$$

المدى العام = 90 ساعة

2- طول الفئة:

$$\text{طول الفئة} = \text{المدى العام} / \text{عدد الفئات}$$

$$= 5/90 = 18 \text{ ساعة}.$$

طول الفئة = 18 ساعة.

3- تحديد فئات عدد ساعات الاستخدام في الأسبوع:

جدول رقم (12): يوضح فئات ساعات استخدام الفيسبوك في الأسبوع

رقم الفئة	فئات عدد ساعات الاستخدام في الأسبوع
1	[من 1 ساعة إلى 19 ساعة]
2	[من 20 ساعة إلى 38 ساعة]
3	[من 39 ساعة إلى 57 ساعة]
4	[من 58 ساعة إلى 76 ساعة]
5	[من 77 ساعة إلى 95 ساعة]

ب3: عدد ساعات الاستخدام في الشهر:

1- حساب المدى العام:

المدى العام = أكبر قيمة - أقل قيمة + 1.

$$= 510 \text{ (ساعة)} - 3 \text{ (ساعات)} + 1.$$

المدى العام = 508 ساعة

2- طول الفئة:

طول الفئة = المدى العام / عدد الفئات

$$= 508 / 5 = 101 \text{ ساعة.}$$

طول الفئة = 101 ساعة.

3- تحديد فئات عدد ساعات في الشهر:

جدول رقم (13): يوضح فئات ساعات استخدام الفيسبوك في الشهر

رقم الفئة	فئات عدد ساعات الاستخدام في الشهر
1	[من 3 ساعات إلى 104 ساعة]
2	[من 105 ساعة إلى 206 ساعة]
3	[من 207 ساعة إلى 308 ساعة]
4	[من 309 ساعة إلى 410 ساعة]
5	[من 411 ساعة إلى 512 ساعة]

2- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير (سنوات الاستخدام الفيسبوك):

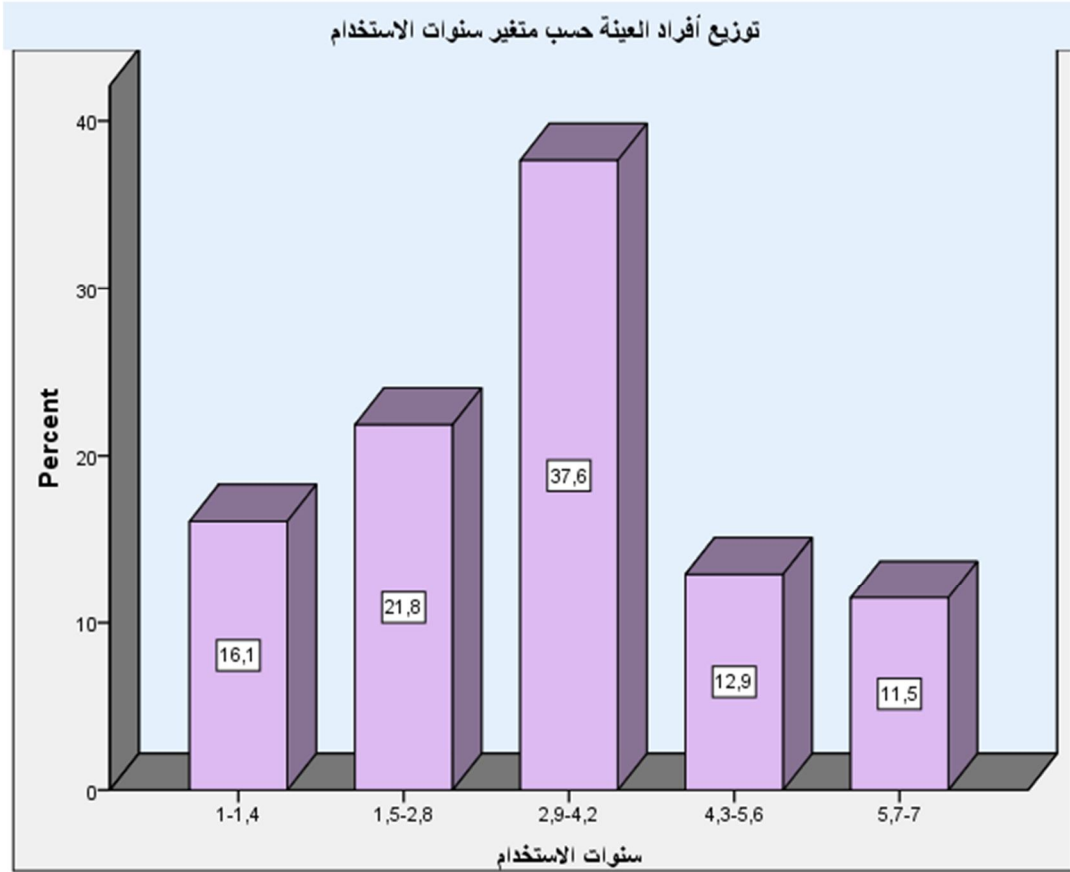
جدول رقم (14): يوضح توزيع أفراد العينة حسب سنوات استخدام الفيسبوك

النسب المئوية	التكرارات	الفئات
16,1%	56	[1 شهر - سنة و 4 أشهر]
21,8%	76	[سنة و 5 أشهر - سنتين و 8 أشهر]
37,6%	131	[سنتين و 9 أشهر - أربع سنوات وشهرين]
12,9%	45	[أربع سنوات و 3 أشهر - خمس سنوات و 6 أشهر]
11,15%	40	[خمس سنوات و 7 أشهر - 7 سنوات]
100%	348	المجموع

يتضح من الجدول أن الفئة الأكثر تكرارا هي (سنتين و 9 أشهر - أربع سنوات وشهرين)، حيث بلغ تكرارها 131، وبنسبة مئوية قدرت بـ 37,6%، تليها في النسبة الفئة (سنة و 5 أشهر - سنتين و 8 أشهر)، حيث بلغ تكرارها 76 وبلغت نسبتها 21,8%، وكذا الفئة (1 شهر - سنة وأربعة أشهر) الذي بلغ تكرارها 56 ونسبتها 16,1%، لتكون آخر فئتين على التوالي (أربع سنوات و 3 أشهر - 5 سنوات و 6 أشهر) ثم (خمس سنوات و 7

أشهر - 7 سنوات) حيث بلغ تكرارها على التوالي (45 - 40) ونسبتها (12,9%-
 11,15%). وهذا ما يشير إلى أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك لأكثر من سنتين
 و 9 أشهر ، وكما هو موضح في الرسم البياني التالي:

شكل رقم (16): يوضح توزيع أفراد العينة حسب سنوات استخدام الفيسبوك



4- توزيع أفراد العينة حسب متغير (ساعات الاستخدام):

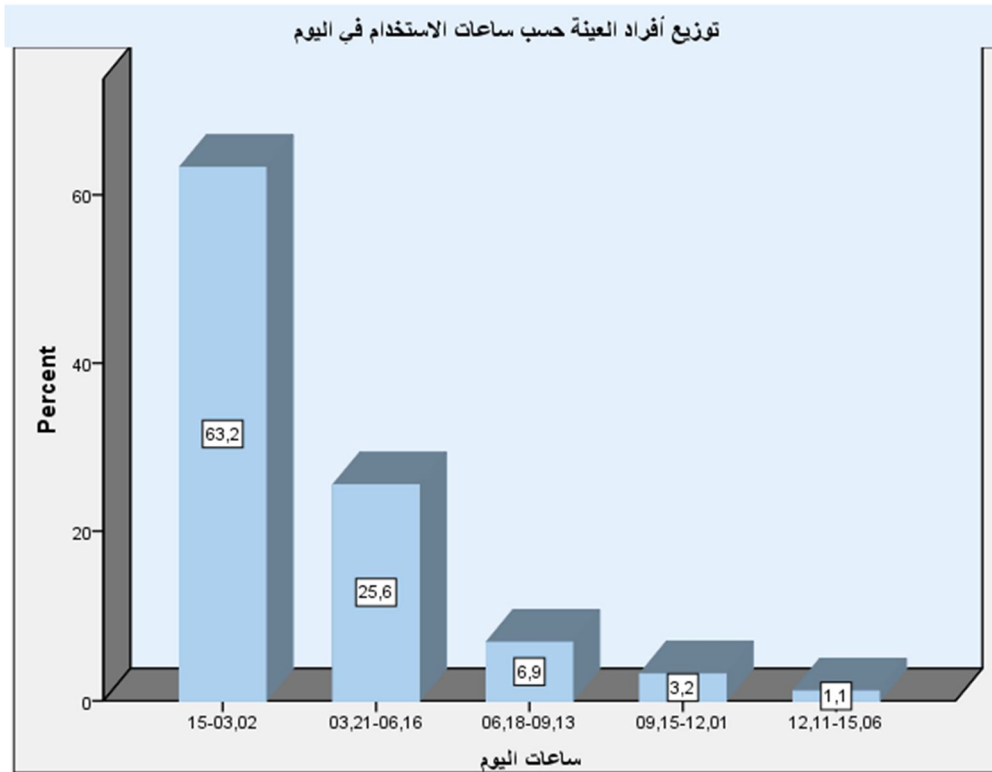
جدول رقم (15): يوضح توزيع أفراد العينة حسب ساعات استخدام الفيسبوك في اليوم

النسب المئوية	التكرارات	الفئات
63,2%	220	[15 دقيقة - 3 ساعات ودقيقتين]
25,6%	89	[3 ساعات و 21 دقيقة - 6 ساعات و 16 دقيقة]
6,9%	24	[6 ساعات و 18 دقيقة - 9 ساعات و 13 دقيقة]

9 ساعات و15 دقيق - 12 ساعة ودقيقة]	11	3,2%
[12 ساعة و11 دقيقة - 15 ساعة و6 دقائق]	4	1,1%
المجموع	348	100%

يتضح من الجدول أن الفئة الأكثر تكرارا هي (15 دقيقة - 3 ساعات ودقيقتين)، حيث بلغ تكرارها 220، ونسبة مئوية قدرت بـ 63,2%، تليها في النسبة الفئة (3 ساعات و21 دقيقة - 6 ساعات و16 دقيقة)، حيث بلغ تكرارها 89 وبلغت نسبتها 25,6%، وكذا الفئة (6 ساعات و18 دقيقة - 9 ساعات و13 دقيقة) الذي بلغ تكرارها 24 ونسبتها 6,9%، لتكون آخر فئتين على التوالي (9 ساعات و15 دقيق - 12 ساعة ودقيقة) ثم (12 ساعة و11 دقيقة - 15 ساعة و6 دقائق) حيث بلغ تكرارها على التوالي (11 - 4) ونسبتها (3,2% - 1,1%). وهذا ما يشير إلى أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك لأكثر من 15 دقيقة، وكما هو موضح في الرسم البياني التالي:

شكل رقم (17): يوضح توزيع أفراد العينة حسب ساعات استخدام الفيسبوك في اليوم

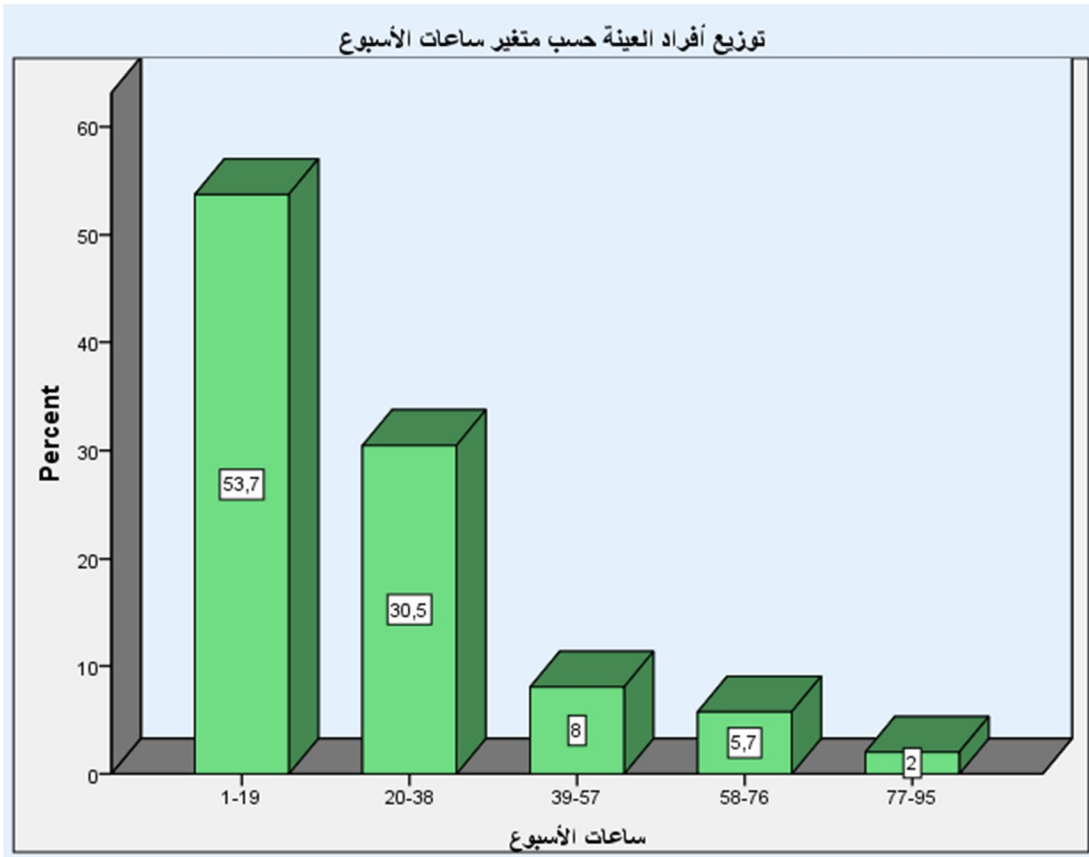


جدول رقم (16): يوضح توزيع أفراد العينة حسب ساعات استخدام الفيسبوك في الأسبوع

النسب المئوية	التكرارات	الفئات
53,7%	187	[1 ساعة - 19 ساعة]
30,5%	106	[20 ساعة - 38 ساعة]
8%	28	[39 ساعة - 57 ساعة]
5,7%	20	[58 ساعة - 76 ساعة]
2%	7	[77 ساعة - 95 ساعة]
100%	348	المجموع

يتضح من الجدول أن الفئة الأكثر تكرارا هي (1 ساعة - 19 ساعة)، حيث بلغ تكرارها 187، ونسبة مئوية قدرت بـ 53,7%، تليها في النسبة الفئة (20 ساعة - 38 ساعة)، حيث بلغ تكرارها 106 وبلغت نسبتها 30,5%، وكذا الفئة (39 ساعة - 57 ساعة) الذي بلغ تكرارها 28 ونسبتها 8%، لتكون آخر فئتين على التوالي (58 ساعة - 76 ساعة) ثم (77 ساعة - 95 ساعة) حيث بلغ تكرارها على التوالي (20 - 7) ونسبتها (5,7% - 2%). وهذا ما يشير إلى أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك لأكثر من ساعة، وكما هو موضح في الرسم البياني التالي:

شكل رقم (18): يوضح توزيع أفراد العينة حسب ساعات استخدام الفيسبوك في الأسبوع



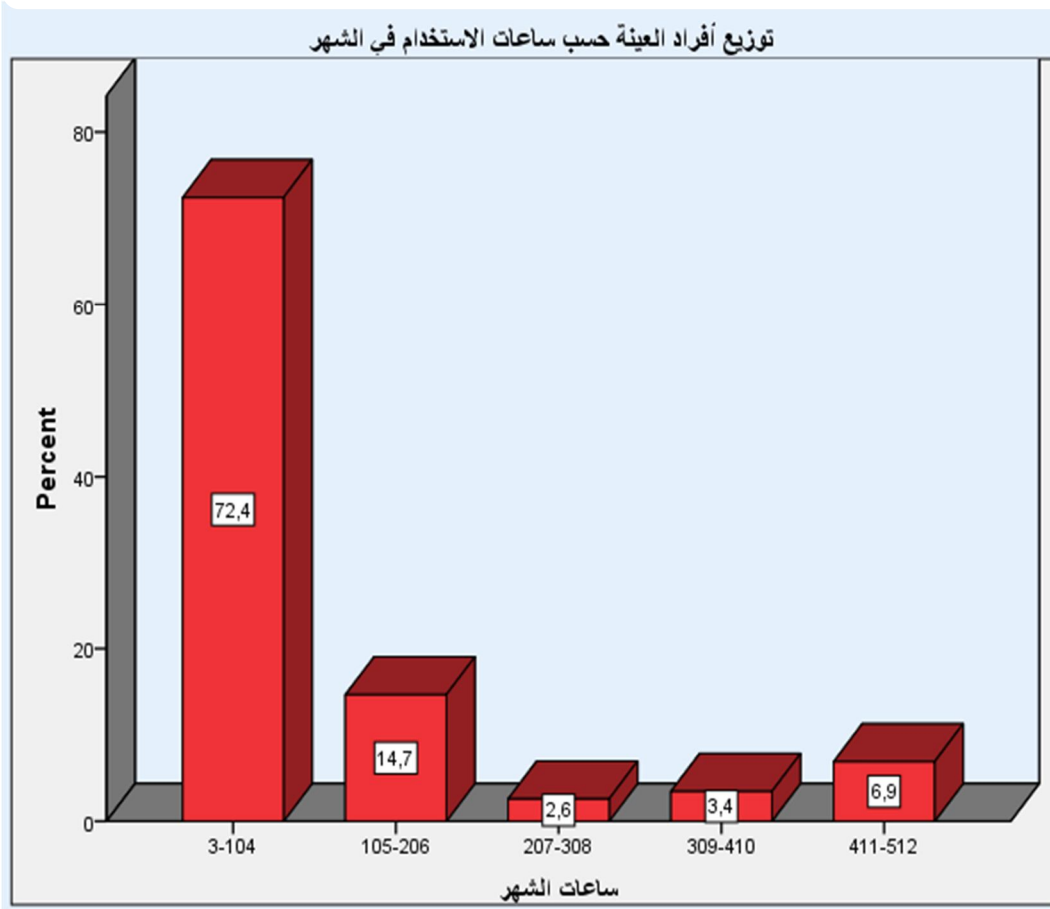
جدول رقم (17): يوضح توزيع أفراد العينة حسب ساعات استخدام الفيسبوك في الشهر

النسب المئوية	التكرارات	الفئات
72,4%	252	[3 ساعات - 104 ساعة]
14,7%	51	[105 ساعة - 206 ساعة]
2,6%	9	[207 ساعة - 308 ساعة]
3,4%	12	[309 ساعة - 410 ساعة]
6,9%	24	[411 ساعة - 512 ساعة]
100%	348	المجموع

يتضح من الجدول أن الفئة الأكثر تكرارا هي (3 ساعات - 104 ساعة)، حيث بلغ تكرارها 252، وبنسبة مئوية قدرت بـ 72,4%، تليها في النسبة الفئة (105 ساعة - 206 ساعة)، حيث بلغ تكرارها 51 وبلغت نسبتها 14,7%، وكذا الفئة (207 ساعة - 308 ساعة)، حيث بلغ تكرارها 9 وبلغت نسبتها 2,6%، وكذا الفئة (309 ساعة - 410 ساعة)، حيث بلغ تكرارها 12 وبلغت نسبتها 3,4%، وكذا الفئة (411 ساعة - 512 ساعة)، حيث بلغ تكرارها 24 وبلغت نسبتها 6,9%.

ساعة) الذي بلغ تكرارها 9 ونسبتها 2,6%، لتكون آخر فئتين على التوالي (309 ساعة - 410 ساعة) ثم (411 ساعة - 512 ساعة) حيث بلغ تكرارها على التوالي (12 - 24) ونسبتها (3,4% - 6,9%). وهذا ما يشير إلى أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك لأكثر من 3 ساعات، وكما هو موضح في الرسم البياني التالي:

شكل رقم (19): يوضح توزيع أفراد العينة حسب ساعات استخدام الفيسبوك في الشهر



2-4- أدوات الدراسة:

إن نجاح أي بحث علمي في تحقيق أهدافه يرتبط بمدى فاعلية الأداة أو الأدوات التي تستخدم في جمع البيانات، والتي هي الوسيلة التي يستعين بها الباحث لجمع البيانات اللازمة والمتعلقة بموضوع الدراسة.

وتطبيق هذه الأداة بطريقة علمية وموضوعية يؤدي إلى التوصل إلى نتائج علمية تحيط بجميع جوانب الظاهرة المدروسة.

وبالنسبة للدراسة الحالية التي تسعى للكشف عن الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، فإن الأداة الملائمة هي مقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية؛ الذي هو وسيلة لمعرفة استجابة المبحوث لعبارات المقياس المعد من قبل الباحث نحو موضوع معين، ويقدر هذا الاتجاه بالدرجة التي يحصل عليها المبحوث في هذا المقياس.

وكما أشرنا في الفصل الثاني لهذه الدراسة أن هناك عدة طرق وأساليب لقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية كمقاييس التقرير الذاتي التي تعد من أكثر أدوات قياس الاتجاهات شيوعاً، كمقياس "ليكرت" R.Likert (طريقة التقديرات المجمعة)، حيث يطلب فيه من الفرد أن يعبر عن درجة اتجاهه في العبارات التي يتضمنها المقياس، والذي يحمل ميزان متدرج من حيث الموافقة الشديدة إلى المعارضة الشديدة وتأخذ كل استجابة منها درجة معينة وفقاً لمجموعة بدائل.

وقد اعتمدت الباحثة في بناءها لمقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك أسلوب ليكرت المتدرج للأسباب التالية:

- ◆ أنه من أكثر الأساليب شيوعاً واستخداماً في قياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية نحو شتى المواضيع.

- ◆ أنه أكثر شمولاً ودقة وثباتاً.

- ◆ سهل في بنائه وتطبيقه.

- ◆ يستخدم مقياس ليكرت مع عينة كبيرة وهذا ما يتوفر في عينة الدراسة الأساسية.

- ◆ يتيح للفرد بالتعبير عن اتجاهه لكل عبارة.

- ◆ اعتماده على بدائل ترتيبية مختلفة في عددها وألفاظها، وفي دراستنا الحالية فقد تم

- اعتماد خمسة بدائل هي (أوافق بشدة، أوافق، محايد، أعارض، أعارض بشدة) حيث

أن وجود خمس بدائل في مقياس ليكرت يعطى تقديرا دقيقا لاتجاه الفرد ويسمح له بالتعبير عن شدة اتجاهه على كل بند.

✦ يأخذ بمبدأ التدرج فهو عامل مساعد للباحثة للتمييز بين الاتجاهات النفسية الاجتماعية التي يحملها طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

✦ يسمح مقياس ليكرت بتكوين أو إنشاء عدد من العبارات أو البنود ذات الصلة بموضوع الاتجاهات النفسية الاجتماعية المراد قياسها، تشمل مدى متسعا من حيث النوع والشدة وتوزيع العبارات الموجبة والسالبة توزيعا معتدلا.

✦ يسمح مقياس ليكرت بالحصول على نتائج تعتبر استجابة فعلية لكل المبحوثين.

✦ تسمح وحدات مقياس ليكرت بالتعبير باستخدام درجات مختلفة من الموافقة والمعارضة.

✦ أنه أقل تكلفة وجهدا ووقتا مقارنة بغيره من الأساليب.

✍ إعداد بنود المقياس:

حتى تتمكن الباحثة من بناء مقياس على طريقة ليكرت **R.Likert** التدريجي لقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، قامت بما يلي:

✍ الاطلاع الدقيق على التراث النظري المتعلق بموضوع الاتجاهات النفسية الاجتماعية من جهة، وشبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة والفيسبوك بصفة خاصة من جهة أخرى.

✍ مراجعة الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع الدراسة الحالية.

✍ الاعتماد على عدد من مقاييس الاتجاهات النفسية الاجتماعية المبنية وفق سلم ليكرت التدريجي والمستخدمة في بعض الدراسات التي توفرت لدى الباحثة.

✍ الاستفادة من ملاحظات الأستاذ المشرف على هذه الدراسة في كيفية بناء المقياس على طريقة ليكرت وهذا في سنوات التدرج (الليسانس) وما بعد التدرج (الماجستير).

الاستفادة من بعض الحصص التلفزيونية وأفلام الفيديو التي ساعدت في تكوين بعض العبارات المتعلقة بشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

بعد ذلك قامت الباحثة باستخلاص جميع الأفكار التي ورد ذكرها وإعداد أكثر من (100) عبارة، تعكس مضامينها المكونات الثلاث للاتجاهات النفسية الاجتماعية وهي المكون المعرفي (يصف تصور وأفكار ومعارف الطالب الجامعي لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك) والمكون الوجداني (يصف شعور الطالب الجامعي اتجاه شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك)، المكون السلوكي (يصف سلوك الطالب الجامعي المستخدم لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك). (أنظر مكونات الاتجاهات النفسية الاجتماعية في الفصل الثاني للدراسة ص.32)

وعند صياغة الباحثة لعبارات المقياس أخذت بعين الاعتبار محكات الصياغة الجديدة لبنود مقياس يقيس الاتجاهات النفسية الاجتماعية وفق سلم ليكرت المتدرج وهي المحكات المتعارف عليها في مجال قياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية لعل أهمها:

- ♦ أن تكون العبارة معبرة عن جدل لا حقيقة.
- ♦ أن تعبر كل عبارة عن موضوع الاتجاه.
- ♦ أن تكون العبارة قابلة لتفسير واحد فقط.
- ♦ أن تكون العبارة بسيطة غير مركبة.
- ♦ أن تكون العبارة قصيرة.
- ♦ أن تحتوي العبارة على فكرة واحدة فقط.
- ♦ أن تكون العبارة واضحة تماما ومباشرة.
- ♦ أن تبني العبارة في صيغة المعلوم وليس صيغة المجهول.
- ♦ أن تحتوي العبارة على مصطلح موضوع الاتجاه. (أبو علام، 2004، ص. 349-

بعد صياغة العبارات المختلفة التي تتصل بموضوع الاتجاهات النفسية الاجتماعية نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، والمقسمة بين العبارات الموجبة والسالبة، قامت الباحثة بحذف مجموعة من البنود أو العبارات لأنها لا تستوفي أحد شروط الصياغة الجيدة السابق ذكرها، لتصبح بعد ذلك عدد بنود المقياس (81) مصنفة في البعد الذي أعدت لقياسه، وعرضت على مجموعة من الأساتذة المحكمين بغية التقويم الموضوعي لمدى صلاحية كل بند من البنود والحكم على صدقها في قياس ما وضعت لأجله، وكذا الاستفادة من ملاحظاتهم الوجيهة، وبعد مناقشة مضامين العبارات مع الأساتذة المحكمين قامت بتعديل صياغة بعض العبارات، وحذف بعضها ودمج بعضها الآخر ليصبح المقياس مكونا في الأخير من (36) عبارة موزعة على المكونات الثلاثة للاتجاهات النفسية الاجتماعية بشكل متساوي أي تضمن كل مكون (12) عبارة منها (6) عبارات موجبة و(6) عبارات سالبة، ورتبت بنود المقياس الست والثلاثين (36) في قائمة بشكل منتظم بحيث تأتي العبارة الأولى من البعد الأول موجبة والعبارة الثانية من البعد الثاني موجبة، والعبارة الثالثة من البعد الثالث موجبة ثم يقلب الترتيب فتؤخذ عبارة سالبة من البعد الأول تليها عبارة سالبة من البعد الثاني تليها عبارة سالبة من البعد الثالث، ثم يتم البدء في دورة جديدة في الترتيب، وهكذا حتى استكمال ترتيب جميع بنود المقياس. وحدد نمط الاستجابة عليها وفق أسلوب ليكرت بتدرج خماسي على النحو التالي: (أوافق بشدة، أوافق، محايد، أعارض، أعارض بشدة) تحمل أوزانا هي (5-4-3-2-1)، وتحسب الدرجات بالترتيب التنازلي 5،4،3،2،1 للعبارات الموجبة والعكس بالنسبة للعبارات السالبة.

وقد قسم المقياس إلى قسمين*:

❖ **القسم الأول:** يخص البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة والتي تمثلت في (الجنس، الكلية، القسم، المستوى الدراسي، عدد سنوات الاستخدام وساعات الاستخدام لشبكة

* أنظر الملحق رقم (5)

التواصل الاجتماعي (فيسبوك) من أجل التعرف على خصائص أفراد العينة وتبرير إجاباتهم.

❖ **القسم الثاني:** اشتمل على مقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية مكونا من (36) عبارة موزعة بالتساوي على المكونات الثلاث للاتجاهات النفسية الاجتماعية.

☞ **الخصائص السيكومترية للمقياس:**

تم عرضها في الدراسة الاستطلاعية (أنظر هذا الفصل، ص. 140)

☞ **مفتاح تقدير الاستجابات على المقياس:**

يتكون مقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك من (36) بند، ويتم تقدير استجابات الأفراد على المقياس تبعا لبدائل الاستجابة المحددة تدريجيا ووفق أسلوب ليكرت ذو التدرج الخماسي، حيث تقدر استجابة (أوافق بشدة) بخمس درجات و(أوافق) بأربع درجات و(محايد) بثلاث درجات و(أعارض) بدرجتان، واستجابة (أعارض بشدة) بدرجة واحدة، كل ذلك بالنسبة للعبارات الموجبة والمحددة أرقامها في المقياس بالأرقام التالية:

(1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30,31,32,33,34,35,36).

بينما تقدر استجابات الطلبة على العبارات السالبة كالتالي:

حيث تعطي استجابة (أوافق بشدة) درجة واحدة، (أوافق) درجتين، و(محايد) ثلاث درجات و(أعارض) أربع درجات، واستجابة (أعارض بشدة) خمس درجات، وذلك تبعا لعبارات المقياس السالبة والتي تحمل الأرقام التالية:

(1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30,31,32,33,34,35,36).

لهذه البدائل الخمسة كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (18): يوضح البدائل الخمسة لمقياس الدراسة ودرجاتها

الدرجات		درجات البدائل بدائل الاستجابة
العبارات السالبة	العبارات الموجبة	
01	05	أوافق بشدة
02	04	أوافق
03	03	محايد
04	02	أعارض
05	01	أعارض بشدة

أما درجة الطالب على كل بعد من أبعاد المقياس فتحسب بحاصل جمع التقديرات المقابلة لأرقام العبارات المشكلة للبعد على النحو الذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (19): يوضح توزيع أرقام البنود المشكلة لكل بعد من أبعاد مقياس الدراسة

المجموع	أرقام العبارات لكل بعد في المقياس		أبعاد المقياس	رقم البعد
	أرقام العبارات السالبة	أرقام العبارات الموجبة		
12	28،22،16،10،4 .34	.31،25،19،13،7،1	المكون المعرفي للاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.	01
12	،5،23،17،11،29 .35	.32،26،20،14،8،2	المكون الوجداني للاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.	02
	.30،24،18،12،6،33	.36،27،21،15،9،3	المكون السلوكي للاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.	03
36	18	18		المجموع

➔ توزيع المقياس على أفراد العينة:

بعدما قامت الباحثة ببناء مقياس الدراسة وتحديد خصائصه السيكمترية والتي أشارت إلى ارتفاع معامل ثباته، تمت مراجعته شكلا ومضمونا ثم طباعته وتوزيعه على أفراد عينة الدراسة.

حيث تم توزيع (379) مقياس بمعدل 100% عدد أفراد العينة (طلاب جامعة محمد خيضر بسكرة للسنة الجامعية 2012-2013 من مختلف الكليات والأقسام والتخصصات العلمية والمستويات الدراسية (ليسانس- ماستر) وفق نظام LMD، والمستخدمين لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك). وذلك في الفترة الممتدة من (04) ماي 2013 م إلى (12) ماي 2013م، (قراءة أسبوعين). وقد تم توزيع مقياس الدراسة بطريقتين:

- **الأولى:** طريقة مباشرة؛ حيث حرصت الباحثة على تواجدها أثناء توزيع المقياس على أفراد عينة الدراسة بهدف تشجيع الطلبة (المبحوثين) على الإجابة بصورة صادقة وموضوعية، والتأكد من كتابة البيانات الشخصية لكل طالب وطالبة وكذا التأكد من الإجابة على جميع بنود المقياس، وشرح كيفية الإجابات على البنود إذا تطلب الأمر ذلك. وقد تم توزيع المقياس بطريقة مباشرة بنسبة (80%).
- **أما الثانية** فتمثلت في الطريقة غير المباشرة، حيث استعانة الباحثة بمساعدة بعض الأفراد محل ثقة (أستاذة، وعامل بالجامعة، وبعض الطلبة) لتوزيع المقياس نظرا لتعذر ذلك على الباحثة حيث أن تطبيق دراستها الأساسية تزامن مع أواخر السنة الدراسية وكان لزاما عليها استكمال ما بقي من توزيع المقياس على الطلبة قبل بداية امتحانات السداسي الثاني للسنة الدراسية 2012-2013. وقد تم توزيع المقياس وفق الطريقة غير المباشرة بنسبة (20%).

وكما تم الإشارة إليه سابقاً فقد وُجِّع مقياس الدراسة في مكتبة كل كلية من الكليات الست بجامعة محمد خيضر بسكرة. وقد التزمت الباحثة قبل تقديمها للمقياس بمجموعة شروط أساسية هي:

- 1- أن يكون الطالب (المبحوث) مستخدماً لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك بغض النظر عن عدد سنوات الاستخدام، وعدد ساعات الاستخدام لهاته الشبكة. باعتبار أن الدراسة الحالية تقوم أساساً على المستخدمين للفيسبوك.
- 2- رغبة* الطالب (المبحوث) في الإجابة على بنود المقياس وهذا من شأنه أن يضيف مسحة الجدية على الإجابة.
- 3- أن ينتمي الطالب (المبحوث) للكلية التي تقوم الباحثة فيها بتوزيع مقياس الدراسة.
- 4- أن يكون الطالب المبحوث مازال يتلقى تكوينه الأكاديمي وفق نظام LMD في أحد سنوات التدرج (الليسانس أو الماستر) بجامعة محمد خيضر بسكرة، بغض النظر عن تخصصه العلمي.

وقد التزمت الباحثة بهذه الشروط، لتجعل من مقياس الدراسة أداة فاعلة في جمع بيانات ميدانية تمكن من التوصل لنتائج موضوعية معبرة عن الواقع وبالتالي تصبح هذه الدراسة مرآة عاكسة للاتجاهات النفسية الاجتماعية التي يحملها طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

بعدما قامت الباحثة بجمع نسخ المقياس التي وُزعت على أفراد العينة، وسهرت الباحثة على استرجاعها كلها، وبعد الفرز واستبعاد نسخ المقياس الناقصة الإجابة من حيث بنود المقياس أو البيانات الشخصية، استقر العدد على (348) نسخة. أما العدد الناقص فقد

* لقد شد مقياس الدراسة انتباه الطلبة (المبحوثين) وتركيزهم باعتباره يعالج موضوعاً حديثاً هو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، وهذا من شأنه أن يضيف نوعاً من المصداقية على استجابات الطلبة.

بلغ (31) نسخة. ليتم تفريغ معطيات الاستجابات في صورة كمية وإدخالها التحليل الإحصائي.

2-5- كيفية جمع البيانات الخام وتفريغها:

عقب جمع نسخ المقياس التي تم توزيعها على أفراد العينة، صممت الباحثة جدولاً لتفريغ البيانات الخام في صورة كمية تسمح بإجراء مختلف التحليلات الإحصائية اللازمة للدراسة، وأفردت الباحثة صفاً لكل فرد من أفراد العينة، بينما تضمنت الأعمدة الأولى من الجدول البيانات الخاصة بالخصائص الشخصية لأفراد العينة ويتعلق الأمر بكل من متغير (الجنس، عدد سنوات الاستخدام، وعدد ساعات الاستخدام) بالإضافة إلى المستوى الدراسي من أجل تصنيف المجتمع الأصلي إلى طبقات، وتم التعبير عن هذه المتغيرات بقيم كمية من النوع الاسمي والترتيبي مثل ما توضحه البيانات الواردة في الجدولين التاليين:

جدول رقم (20): يوضح تحويل المعطيات إلى بيانات كمية اسمية

المتغيرات	التقدير الكمي	دلالة التقدير
الجنس	1	ذكر
	2	أنثى

جدول رقم (21): يوضح تحويل المعطيات إلى بيانات كمية ترتيبية

المتغيرات	التقدير الكمي	دلالة التقدير
المستوى الدراسي	1	سنة أولى ليسانس LMD.
	2	سنة ثانية ليسانس LMD.
	3	سنة ثالثة ليسانس LMD.
	4	سنة أولى ماستر LMD.
	5	سنة ثانية ماستر LMD.
عدد سنوات الاستخدام	1	من شهر إلى سنة و 4 أشهر.
	2	من سنة و 5 أشهر إلى سنتين و 8 أشهر.
	3	من سنتين و 9 أشهر إلى أربع سنوات وشهرين.

من أربع سنوات و3 أشهر إلى خمس سنوات و6 أشهر.	4	
من خمس سنوات و7 أشهر إلى 7سنوات.	5	
من 15 دقيقة إلى 3 ساعات ودقيقتين	1	عدد ساعات
من 3 ساعات و21 دقيقة إلى ست ساعات و16 دقيقة	2	الاستخدام
من 6 ساعات و16 دقيقة إلى 9 ساعات و13 دقيقة	3	في اليوم
من 9 ساعات و15 دقيقة إلى 12 ساعة ودقيقة.	4	
من 12 ساعة و11 دقيقة إلى 15 ساعة و6 دقائق.	5	
من ساعة إلى 19 ساعة	1	عدد ساعات
من 20 ساعة إلى 38 ساعة	2	الاستخدام
من 39 ساعة إلى 57 ساعة	3	في الأسبوع
من 58 ساعة إلى 76 ساعة	4	
من 77 ساعة إلى 95 ساعة	5	
من 3 ساعات إلى 104 ساعة	1	عدد ساعات
من 105 ساعة إلى 206 ساعة	2	الاستخدام
من 107 ساعة إلى 308 ساعة	3	في الشهر
من 309 ساعة إلى 410 ساعة	4	
من 411 ساعة إلى 512 ساعة	5	

أما بقية الأعمدة فخصصت للتقديرات المقابلة لاستجابة على بنود المقياس (36)، وتضمنت الأعمدة اللاحقة درجة الفرد على المقياس ككل، وهي القيمة التي تعبر عن الاتجاه النفسي الاجتماعي للطالب الجامعي نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، وتحسب بجمع التقديرات المقابلة للأعمدة الخاصة ببنود المقياس، يلي ذلك عمود يشير إلى متوسط التقديرات التي تعطى للطالب (المبحوث) مقابل استجاباته على عبارات المقياس، وهو العمود الذي يسمح بتقدير نوع الاتجاه النفسي الاجتماعي للطالب الجامعي نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، وخصصت بقية الأعمدة لدرجة الطلبة من أفراد العينة على كل بعد من أبعاد المقياس، وهو الإجراء الذي يسمح بتقديم تحليلات معمقة عن استجابات الأفراد على المقياس، ويمثل الجدول التالي نموذجاً مصغراً توضيحياً لجدول تفرغ البيانات الذي اعتمده الباحثة:

جدول رقم (22): يوضح نموذج لجدول تفرغ البيانات

درجة البعد الثالث	درجة البعد الثاني	درجة البعد الأول	نوع الاتجاه	متوسط التقديرات	الدرجة على المقياس	بنود المقياس						عدد ساعات الاستخدام في الشهر	عدد ساعات الاستخدام في الأسبوع	عدد ساعات الاستخدام في اليوم	عدد سنوات الاستخدام	المستوى الدراسي	الجنس	أفراد العينة
						بند رقم 36	بند رقم 35	بند رقم 2	بند رقم 1								
تتراوح بين 60-12	تتراوح بين 60-12	تتراوح بين 60-12	موجب تماما أو موجب أو محايد أو سالب أو سالب تماما	تتراوح بين 5-1	تتراوح بين 180-36	4	1	3	1	4	2	1	2	1	5	1	1	01
						5	1	2	2	4	4	1	1	1	1	1	1	02
						2	1	2	1	4	5	1	1	1	2	1	2	06
						4	4	4	3	5	4	2	1	1	3	1	2	07
						1	5	5	3	2	1	2	2	3	2	5	1	...
						2	1	3	2	2	2	4	4	5	2	4	2	...
						4	2	2	1	3	4	2	3	3	5	4	1	...
						1	2	3	3	1	2	1	1	1	1	3	1	...
						5	2	5	5	3	3	2	4	4	2	3	2	335
						4	1	4	5	5	4	1	1	1	1	4	1	336
						4	3	2	4	2	3	1	1	1	2	5	1	347
						3	3	3	5	1	2	1	1	1	2	5	1	348

كيفية معالجة البيانات المفقودة:

يقصد بالبيانات المفقودة تلك البيانات غير المكتملة، وبالرغم من أن الباحثة قامت بمجموعة من الاجراءات للتقليل من وجود البيانات المفقودة والتي تمثلت في:

☞ الحرص على تقديم نسخ المقياس من قبل الباحثة دون الاعتماد الكبير على مساعدين للبحث.

☞ الحرص على تقديم نسخة المقياس لمن يرغب في الاجابة بجدية.

☞ التوضيح الكافي للمبحوث حول طريقة الاجابة عند استلامه نسخة المقياس مع التأكيد عليه على أهمية اجابته لكل عبارات المقياس.

إلا أن البيانات المفقودة وجدت في هذه الدراسة وتمثلت في عدم إجابة الطلبة محل البحث على بعض عبارات المقياس، لذلك اعتمدت الباحثة في معالجة هذه البيانات طريقة

التعويض بمتوسط الفرد، والتي تعني جمع تقدير العبارات المُجاب عليها وقسمتها على عددها ومثال ذلك: أنه اذا أجاب المبحوث على 34 عبارة وترك عبارتين، فيتم جمع تقديرات 34 عبارة وقسمتها على 34، والعلامة المتحصل عليها هو تقدير الفرد على العبارتين غير المكتملتين، والجدول التالي يبين العبارات المتروكة من قبل أفراد عينة الدراسة:

جدول رقم (23): يوضح البيانات المفقودة

رقم العبارة	تكرارات الاجابات المتروكة	رقم العبارة	تكرارات الاجابات المتروكة	رقم العبارة	تكرارات الاجابات المتروكة
4	1	131	1	258	2
5	1	134	2	263	1
6	1	137	1	265	1
9	1	141	1	269	1
20	1	151	1	271	1
23	1	154	2	275	1
42	2	155	1	276	1
47	1	156	1	278	2
48	1	158	1	279	1
51	1	159	2	281	3
61	1	160	1	284	2
65	1	161	2	285	2
69	1	168	1	286	1
73	1	171	1	287	1
76	1	172	1	297	1
79	3	173	2	300	1
86	6	175	4	303	1
87	1	185	1	304	3
89	1	215	1	305	2
91	1	216	1	306	2
97	1	217	1	310	1
100	2	220	1	312	1
101	1	225	1	313	1
102	5	226	2	317	1
103	1	229	1	319	2
105	1	230	4	325	2
108	3	237	4	330	1
111	1	240	1	333	3
123	3	242	1	338	1
128	1	245	1	339	6
129	2	246	1	341	1
130	1	251	1	348	1

2-6- أساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

اعتمدت الباحثة باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Packge for)

(Social Sience) جملة من الأساليب الإحصائية تمثلت فيما يلي:

أولاً: الإحصاء الوصفي:

الإحصاء الوصفي هو ذلك النوع من الإحصاء الذي يستخدمه الباحث لوصف الأفراد في ضوء خصائصهم المرتبطة ببيانات معينة، من خلال تنظيم البيانات وعرضها بجداول إحصائية أو رسوم بيانية أو بمؤشرات كالوسط الحسابي والانحراف المعياري، وقد استخدمت الباحثة هذا النوع من الإحصاء لاختبار التساؤل الأول وذلك لأنه يهدف إلى التعرف على طبيعة الاتجاهات النفسية الاجتماعية لطلبة جامعة محمد خيضر بسكرة نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك. حيث استخدمت الباحثة في توصيف البيانات كل من:

☞ التكرارات والنسب المئوية: لوصف خصائص العينة ووصف طبيعة الاتجاهات النفسية الاجتماعية من حيث كونها موجبة أو سالبة أو محايدة، قوية أو ضعيفة لأفراد العينة.

☞ الوسط الحسابي كقياس للنزعة المركزية، والانحراف المعياري كقياس للتشتت.

☞ المدى: يعرف على أنه الفرق بين أكبر قيمة في الظاهرة المدروسة وبين أصغر قيمة لظاهرة لنفسها. كما يسمى بالمدى العام: ليعطي فكرة عن مدى انتشار أو تباعد قيم الظاهرة المدروسة.

☞ طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي: وذلك لتقدير نوع الاتجاهات النفسية الاجتماعية التي يحملها أفراد العينة نحو الفيسبوك، ويتم حساب الطول الحقيقي لخلايا مقياس ليكرت بحساب حاصل قسمة المدى على عدد التقديرات، حيث أن أعلى تقدير يحصل عليه الطالب (المبحوث) في الفقرة هو (5) وأدنى تقدير هو (1) لذا فالمدى يساوي $(5-1=4)$ ، وبعد تقسيم قيمة المدى على عدد التقديرات نحصل على طول الخلايا الصحيح للمقياس أي $(0.8=5/4)$ ، ثم نضيف حاصل القسمة لأقل تقدير على الفقرة وهو واحد صحيح لتحديد الحد الأدنى للخلية، وهكذا دواليك حتى نصل

إلى أعلى تقدير وهو خمسة، ويعرف نوع الاتجاه النفسي الاجتماعي الذي يحمله الطالب (المبحوث) بقسمة درجته الكلية على عدد فقرات المقياس (36) فنحصل على قيم تتراوح كلها بين (1 و5)، وتبعاً للسلم الموضح في الجدول أدناه يتحدد نوع الاتجاه النفسي الاجتماعي الذي يحمله أفراد عينة الدراسة نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

ولتوضيح ذلك نضرب المثال التالي: (لو أن طالبا من أفراد العينة تحصل على درجة كلية على المقياس قدرها (107) فحاصل قسمة هذه الدرجة على عدد الفقرات يساوي $(2,97=36/107)$ أي أن الطالب يحمل اتجاها نفسيا اجتماعيا محايدا). والجدول التالي يوضح ذلك بصورة جلية: جدول رقم (24): يوضح كيفية تحديد نوع الاتجاه النفسي الاجتماعي الذي يحمله الطالب الجامعي (المبحوث)

طول خلايا المقياس	الدرجات المقابلة لطول الخلايا	تقدير نوع الاتجاه	التقديرات المعتمدة في الدراسة
1.8 – 1.0	64,8 – 36	اتجاه سالب تماما	اتجاه سالب (غير مرغوب)
2.6 – 1.8	93.6 – 64.8	اتجاه سالب	
3.4 – 2.6	122.4 – 93.6	اتجاه محايد	اتجاه محايد
4.2 – 3.4	151.2 – 122.4	اتجاه موجب	اتجاه موجب (مرغوب)
5.0 – 4.2	180 – 151.2	اتجاه موجب تماما	

ثانيا: الإحصاء الاستدلالي:

الإحصاء الاستدلالي هو ذلك النوع من الإحصاء الذي يبحث في مبادئ وطرق تسمح للباحث بتعميم نتائجه إلى مجموعة أكبر تكون العينة جزءا منها. وهناك نوعين من الطرق هي طرق معلمية وأخرى لامعلمية، وقد اختارت الباحثة في تحليل البيانات المتوصل إليها الطرق المعلمية (البارامترية) لاختبار كل من التساؤل الثاني والثالث والرابع، والتي تهدف لبحث الفروق بين أفراد العينة في طبيعة الاتجاهات النفسية الاجتماعية، وقد تم اختيار الطرق المعلمية للاعتبارات التالية:

1. كون عدد أفراد العينة أكبر من 30 مفردة (عينة كبيرة).

2. التوزيع النظري للمجتمع: ويقصد بها اعتدالية التوزيع التي يتوقف عليها استخدام الطرق المعلمية والتي تعني أن تكون عينة الدراسة مسحوبة من مجتمع تتبّع بياناته التوزيع الطبيعي، حيث تم اختبارها باستخدام كل من اختباري (كلومجروف- سيمرنوف)، و(شابيرو- ويليك)، والجدول التالي يوضح نتائج الاختبارين:

جدول رقم (25): يوضح نتائج اختبار اعتدالية التوزيع الاحتمالي لدرجات الطلبة على مقياس

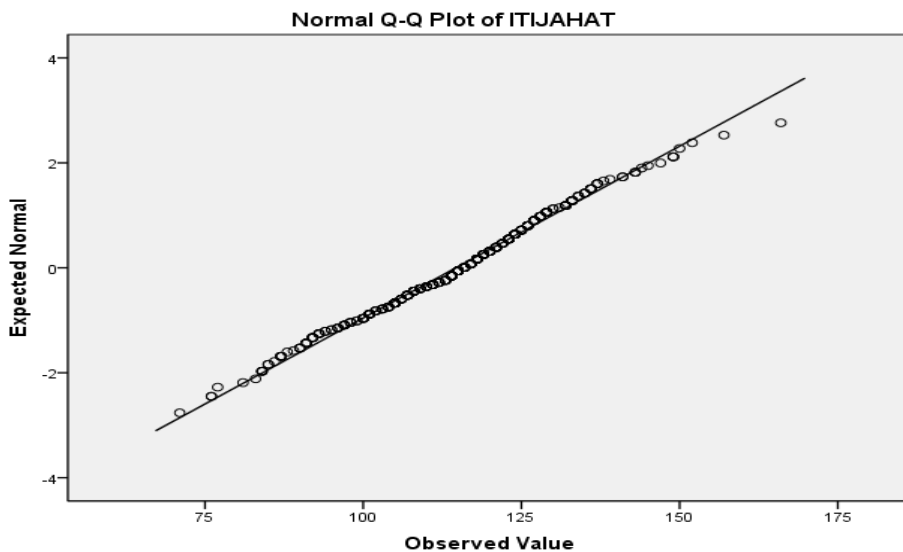
الاتجاهات النفسية الاجتماعية نحو الفيسبوك

اختبار الاعتدالية

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
درجات الطلبة على مقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية	,070	348	,000	,993	348	,117

يتضح من نتائج التحليل الاحصائي لكل من اختباري (كلومجروف- سيمرنوف)، و(شابيرو- ويليك) أن مستوى الدلالة والتي بلغت قيمته على كلا الاختبارين على التوالي (0.07، 0.11) وهي أكبر من 0.05، وبالتالي نقبل الفرض الصفري القائل بأن بيانات العينة المسحوبة من مجتمع تتبّع بياناته التوزيع الطبيعي أو الاعتدالي، والشكل التالي يبين ذلك:

شكل رقم (20): يوضح اعتدالية توزيع بيانات العينة المسحوبة من المجتمع



وما يؤكد على اعتدالية التوزيع هو شبه تطابق كل من قيم الوسيط والمتوسط والمنوال حيث بلغت قيمها كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (26): يوضح قيم كل من المتوسط والوسيط والمنوال

المقياس	
المتوسط	114,6178
الوسيط	116,0000
المنوال	114,00

- اختبار التجانس باستخدام **Levene's Test**: يقصد بالتجانس أن "التباينات أو الانحرافات المعيارية للمجتمعات المسحوب منها العينات تكون متساوية"، واختبار **Levene's Test** تم اعتماده كونه لا يتم اجراؤه الا في حالة العينات المستقلة، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (27): يوضح درجات الذكور والإناث على مقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية

Test of Homogeneity of Variances
درجات الذكور والإناث على مقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,965	4	343	,427

يوضح الجدول أن مستوى الدلالة قدرت قيمته بـ 0.42 وهي أكبر من 0.05، وبالتالي فإننا نقبل الفرض الصفري القائل بأن تباين درجات الطلبة الذكور والإناث على مقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية متساوية (أي هناك تجانس).
أما عن نوع الطرق المعلمية المناسبة لمعالجة بيانات البحث فقد تم اختيارها بناء على الاعتبارات التالية:

1. كون كل من التساؤل الثاني والثالث والرابع يبحث في الفروق الموجودة بين أفراد عينة الدراسة (حسب الجنس، سنوات الاستخدام، وساعات الاستخدام).
2. كون المجموعات حسب الجنس مستقلة وليست مترابطة.

3. كون المجموعات المقارنة حسب متغيري سنوات الاستخدام وساعات الاستخدام عددها يتجاوز المجموعتين، حيث تضم خمس مجموعات مقارنة. وبناء على هذه الاعتبارات تمثلت الطرق المعلمية المستخدمة في:

✍ اختبار (T Student test): لبيان دلالة الفرق بين متوسطي مجموعتين مستقلتين (Independent samples t test) على مقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، وقد استخدم هذا الاختبار لاختبار الفرضية الثانية التي تبحث في دلالة الفرق بين الذكور والإناث.

✍ تحليل التباين أحادي الاتجاه (one way Anova): لبيان دلالة الفرق بين درجات أكثر من مجموعتين على مقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك. وقد استخدم هذا الاختبار لاختبار الفرضية الثالثة والرابعة التي تبحث في دلالة الفرق بين عدة مجموعات (حسب متغيري سنوات الاستخدام وساعات الاستخدام).

✍ ودلالة الفرق بين المتوسط الحسابي للمجموعة والمتوسط الفرضي للمقياس (one sample t test)، وقد أُستخدم الاختبار في الدراسة لمعرفة دلالة الفرق بين المتوسط الحسابي لدرجات الأفراد على المقياس والمتوسط الفرضي.

ثانيا: عرض ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء تساؤلاتها

2-1- نتائج التساؤل الأول ومناقشتها:

ومفاده: "ما طبيعة الاتجاهات النفسية الاجتماعية لطلبة جامعة محمد خيضر بسكرة نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك؟".

ولاختبار هذا التساؤل اعتمدت الباحثة على عدد من الأساليب الاحصائية (كما تم الإشارة إليها مسبقا) مكملة لبعضها البعض انطلاقا من نوع البيانات المعالجة، ويمكن أن نوضح ذلك كما يلي:

جدول رقم (28): يوضح نوع الاتجاه لدى الطلبة على مقياس الاتجاهات

النفسية الاجتماعية نحو الفيسبوك والأبعاد منفصلة

نوع الاتجاه	الانحراف المعياري	متوسط المتوسطات	
محايد	3.23	3.16	المقياس
محايد	1.08	3.24	البعد الأول
محايد	1.05	3.09	البعد الثاني
محايد	1.10	3.16	البعد الثالث

وفقا للجدول أعلاه فقد تم تحديد نوع الاتجاه لدى الطلبة الجامعيين (أفراد عينة الدراسة) تبعا للمقياس ككل ولكل بعد من أبعاده الثلاث (المعرفي، الوجداني، والسلوكي) من خلال مقارنة قيمة المتوسط بطول خلايا المقياس الموضحة في الجدول رقم (23)، وقد تم التوصل إلى قيم المتوسطات بالنسبة لكل من الأبعاد الثلاث من خلال قسمة مجموع متوسطات عبارات كل محور على عددها والمقدر بـ 12 عبارة، أما المقياس ككل فكان من خلال قسمة مجموع متوسطات الأبعاد الثلاث على عددها، وهذا ما توضحه الجداول أدناه التي تحمل الأرقام (32،،34،33).

أما عن نوع أو طبيعة الاتجاه النفسي الاجتماعي بالنسبة للمقياس ككل، فكما هو مبين في الجدول رقم (27) كان محايدا وهذا ما يؤكد متوسط درجات الطلبة والذي قدر بـ 114,6178، حيث يقع ضمن الفئة 93.6 – 122.4 حسب الجدول رقم (23). بمعنى أن درجات أغلب أفراد العينة تعبر عن اتجاهات نفسية اجتماعية محايدة نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، وهو ذات الاستنتاج المعبر عنه من خلال نوع أو طبيعة الاتجاه وفق كل بعد من أبعاد المقياس. إضافة إلى قيمة الميئين (60)، التي تشير إلى أن (60%) من درجات أفراد العينة أقل من 122.4 والتي تمثل الحد الأعلى للدرجات التي تعبر عن اتجاه نفسي اجتماعي محايد نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك. وبحكم كون قيمة الميئين (10) والتي تشير بدورها إلى أن (10%) من درجات أفراد العينة أقل من

93.6 والتي تمثل الحد الأعلى للدرجات التي تعبر عن اتجاه نفسي اجتماعي غير مرغوب نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، نجد أن ما يعادل (50%) من درجات أفراد العينة تحمل الاتجاه النفسي الاجتماعي المحايد. ويمكن أن نوضح قيمتي كل من المئين 10 و 60 من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (29): يوضح قيمتي المئين 10 و 60

		المقياس
العينة	القيم	348
	المتوسط	114,6178
المئين	10	92,9000
	20	101,0000
	25	105,0000
	30	107,0000
	40	113,0000
	50	116,0000
	60	119,0000
	70	123,0000
	75	124,0000
	80	126,0000
90	133,0000	

وهذا ما يتطابق مع ما تم التوصل اليه من خلال حساب تكرارات ونسب أفراد العينة وفقاً لنوع الاتجاه، حيث تم تحديد نوع أو طبيعة اتجاه كل فرد من أفراد العينة من خلال قسمة الدرجة الكلية التي تحصل عليها في مقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية على عدد عبارات المقياس (36 عبارة)، ثم تتم مقارنة النتيجة وفقاً لمتوسط التقديرات، فلو تحصل طالب على درجة كلية (107) فحاصل قسمة هذه الدرجة على عدد الفقرات يساوي $(2,97 = 36/107)$ أي أن الطالب يحمل اتجاهها نفسياً اجتماعياً محايداً. ويمكن أن نوضح ما تم التوصل اليه من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (30): يوضح تكرارات ونسب أفراد العينة تبعا لنوع الاتجاه النفسي الاجتماعي بطريقة المتوسط الموزون لكل فقرة

النسبة	التكرارات	الاتجاه نحو الفيسبوك	التكرارات	تقدير نوع الاتجاه	متوسط التقديرات
11.2	39	اتجاه غير مرغوب (سلبى)	1	اتجاه غير مرغوب تماما	1,8 — 1
			38	اتجاه غير مرغوب (سلبى)	2.6 — 1.8
58.6	204	اتجاه محايد	204	اتجاه محايد	3.4 — 2.6
30.2	105	اتجاه مرغوب (ايجابى)	102	اتجاه مرغوب (ايجابى)	4.2 — 3.4

اذن يتضح من خلال الجدول أن حوالي 204 من أفراد العينة ذوي اتجاهات نفسية اجتماعية محايدة وهو ما قدر بأعلى نسبة 58.6%، وهذا ما تعبر عنه قيمة المنوال التي تشير الى الدرجة الأكثر تكرارا والتي بلغت 114 وهي وفقا للجدول رقم (23) تعني الاتجاه المحايد. ليليها الاتجاه الايجابى (المرغوب) بعدد 105 من أفراد العينة وبنسبة 30.2%. أما الاتجاه السلبى (غير المرغوب) فقد بلغ عدد الأفراد الحاملين له بـ 39 ما شكل أقل نسبة مقارنة بالنوعين الآخرين والتي قدرت بـ 11.2%.

أما بالنسبة لتشتت الدرجات فتشير النتائج إلى تشتت شديد في درجات الأفراد ما يدل عن اختلاف في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، حيث كانت قيم الانحرافات المعيارية مرتفعة وهو ارتفاع تبرره الفروق بين أعلى قيمة وأدنى قيمة أي المدى. ويمكن أن نوضح هذه القيم في الجدول التالي:

جدول رقم (31): يوضح قيمة الانحراف المعياري والمدى لدرجات أفراد العينة

		البعد الوجداني	البعد المعرفي	البعد السلوكي	المقياس ككل
أفراد العينة	القيم	348	348	348	348
	القيم المفقودة	0	0	0	0
الانحراف المعياري		6,111	6,245	5,349	15,26728
المدى		33	39	31	95,00
أدنى قيمة		23	20	20	71,00
أعلى قيمة		56	59	51	166,00

اذن حسب ما تقدم من عرضنا للنتائج حول الفرضية الأولى فهي تشير الى كون أغلب أفراد العينة هم ممن يحملون الاتجاه النفسي الاجتماعي المحايد نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، لكن بالنظر الى التكرارات والنسب الواردة في الجداول أدناه، والتي تشير الى أن استجابة "أوافق" هي الأكثر تكرارا مقارنة مع بقية الأوزان، وهو ما يحيل بدوره إلى خطأ الاعتماد احصائيا على المجموع الكلي لدرجة الفرد للتعبير عن نوع أو طبيعة الاتجاه الذي يحمله الفرد، وهي ذات الملاحظة التي توجه لأسلوب ليكرت في قياس الاتجاهات وعدم اعتماده على أوزان متوسطات التقديرات. حيث يمكن أن يحصل الأفراد على نتيجة واحدة رغم اختلاف تقديراتهم على فقرات المقياس، ويمكن أن نوضح ذلك من خلال الجداول التالية:

جدول رقم (32): يوضح نوع الاتجاه النفسي الاجتماعي وفقا لتكرار عدد الفقرات

متوسط التقديرات	تقدير نوع الاتجاه	عدد الفقرات	الاتجاه نحو الفيسبوك	عدد الفقرات	النسبة
1,8 — 1	اتجاه غير مرغوب تماما	1	اتجاه غير مرغوب (سلبى)	7	19.44
2.6 — 1.8	اتجاه غير مرغوب (سلبى)	6			
3.4 — 2.6	اتجاه محايد	11	اتجاه محايد	11	30.55
4.2 — 3.4	اتجاه مرغوب (ايجابى)	18	اتجاه مرغوب (ايجابى)	18	50
5.0 — 4.2	اتجاه مرغوب تماما	0			

جدول رقم (33): يوضح تكرارات بدائل الاستجابة والمتوسط والانحراف المعياري لكل عبارة من

عبارات البعد الأول للمقياس

العبارة	المقياس	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض	أعارض بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة
المحور الأول									
1	التكرار	61	196	55	26	10	3.78	0.90	أوافق
		17,5	56,3	15,8	7,5	2,9			
4	التكرار	41	83	100	92	32	2.97	1.16	محايد
		11,8	23,9	28,7	26,4	9,2			
7	التكرار	127	154	27	28	12	4.02	1.03	أوافق
		36,5	44,3	7,8	8,0	3,4			
10	التكرار	77	105	87	67	12	2.51	1.13	أعارض
		22,1	30,2	25,0	19,3	3,4			
13	التكرار	74	129	68	40	37	3.47	1.24	أوافق
		21,3	37,1	19,5	11,5	10,6			
16	التكرار	112	107	75	31	23	2.27	1.19	أعارض
		32,2	30,7	21,6	8,9	6,6			
19	التكرار	119	163	47	14	5	4.08	0.87	أوافق
		34,2	46,8	13,5	4,0	1,4			
22	التكرار	56	91	69	96	36	2.90	1.26	محايد
		16,1	26,1	19,8	27,6	10,3			
25	التكرار	80	188	58	16	6	3.92	0.85	أوافق
		23,0	54,0	16,7	4,6	1,7			
28	التكرار	97	109	75	43	24	2.39	1.20	أعارض
		27,9	31,3	21,6	12,4	6,9			
31	التكرار	70	163	63	38	14	3.68	1.04	أوافق
		20,1	46,8	18,1	10,9	4,0			
34	التكرار	44	76	130	53	45	2.94	1.18	محايد
		12,6	21,8	37,4	15,2	12,9			
نتيجة المحور	التكرار	958	1564	854	544	256	3.24	1.08	محايد
		22.94	37.44	25.70	13.1	6.10			

جدول رقم (34): يوضح تكرارات بدائل الاستجابة والمتوسط والانحراف المعياري لكل عبارة من

عبارات البعد الثاني للمقياس

العبارة	المقياس	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض	أعارض بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة
المحور الثاني									
2	التكرار	82	205	39	17	5	3.98	0.82	أوافق
		23,6	58,9	11,2	4,9	1,4			
5	التكرار	37	71	123	90	27	3	1.09	محايد
		10,6	20,4	35,3	25,9	7,8			
8	التكرار	107	173	48	12	8	4.03	0.89	أوافق
		30,7	49,7	13,8	3,4	2,3			
11	التكرار	109	121	55	40	23	2.27	1.20	أعارض
		31,3	34,8	15,8	11,5	6,6			
14	التكرار	56	147	105	26	14	3.59	0.97	أوافق
		16,1	42,2	30,2	7,5	4,0			
17	التكرار	18	57	108	113	52	0.36	1.08	أعارض بشدة
		5,2	16,4	31,0	32,5	14,9			
20	التكرار	38	96	134	52	28	3.18	1.07	محايد
		10,9	27,6	38,5	14,9	8,0			
23	التكرار	12	30	100	133	73	3.65	1.01	أوافق
		3,4	8,6	28,7	38,2	21,0			
26	التكرار	99	152	57	33	7	3.87	0.99	أوافق
		28,4	43,7	16,4	9,5	2,0			
29	التكرار	88	107	80	48	25	2.47	1.21	محايد
		25,3	30,7	23,0	13,8	7,2			
32	التكرار	52	142	85	53	16	3.46	1.06	أوافق
		14,9	40,8	24,4	15,2	4,6			
35	التكرار	48	76	97	71	56	3.03	1.27	محايد
		13,8	21,8	27,9	20,4	16,1			
نتيجة المحور	التكرار	746	1377	1031	688	334	3.09	1.05	محايد
		17.85	32.96	24.68	16.47	8.05			

جدول رقم (35): يوضح تكرارات بدائل الاستجابة والمتوسط والانحراف المعياري لكل عبارة من

عبارات البعد الثالث للمقياس

العبارة	المقياس	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض	أعارض بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة
المحور الثالث									
3	التكرار	16	68	83	125	56	2.61	1.10	محايد
		4,6	19,5	23,9	35,9	16,1			
6	التكرار	36	161	22	82	47	2.84	1.27	محايد
		10,3	46,3	6,3	23,6	13,5			
9	التكرار	67	135	70	60	16	3.51	1.12	أوافق
		19,3	38,8	20,1	17,2	4,6			
12	التكرار	47	87	114	83	17	2.82	1.09	محايد
		13,5	25,0	32,8	23,9	4,9			
15	التكرار	11	74	94	127	42	2.67	1.04	محايد
		3,2	21,3	27,0	36,5	12,1			
18	التكرار	10	50	74	150	64	3.60	1.03	أوافق
		2,9	14,4	21,3	43,1	18,4			
21	التكرار	52	173	65	43	15	3.59	1.02	أوافق
		14,9	49,7	18,7	12,4	4,3			
24	التكرار	57	137	64	68	22	2.60	1.15	أعارض
		16,4	39,4	18,4	19,5	6,3			
27	التكرار	116	158	36	28	10	3.98	1.01	أوافق
		33,3	45,4	10,3	8,0	2,9			
30	التكرار	91	155	48	40	14	2.23	1.08	أعارض
		26,1	44,5	13,8	11,5	4,0			
33	التكرار	6	18	64	126	134	4.05	0.96	أوافق
		1,7	5,2	18,4	36,2	38,5			
36	التكرار	72	122	89	47	18	3.53	1.11	أوافق
		20,7	35,1	25,6	13,5	5,2			
نتيجة المحور	التكرار	581	1338	823	979	455	3.16	1.10	محايد
		13.90	32.05	19.71	23.44	10.9			

إذن نلاحظ من خلال الجداول التي تم عرضها أن استجابة "أوافق" وجدت بنسبة 50% في العبارات وبنسبة 37.44% في المحور الأول، ونسبة 32.96% في المحور الثاني، ونسبة 32.05% في المحور الثالث. وهي النسب الأكثر ارتفاعاً مقارنة بباقي بدائل الاستجابة، ما يتصادم مع نتيجة كل بعد من أبعاد المقياس على حده ونتيجة المقياس ككل. وهذا ما تؤكدته نتيجة المتوسط الفرضي للمقياس وفق أسلوب (one sample t test)، الذي يعتمد على مبدأ يشير إلى انشاء فترة ثقة للفرق بين متوسط المجتمع والقيمة الافتراضية بناءً على بيانات العينة، وبذلك فإنه إذا كانت هذه الفترة لا تحتوي الصفر فإن ذلك يدل على وجود فرق جوهري بين وسط المجتمع والقيمة الافتراضية، فإذا كان قيم حدود الفترة سالبة، دل ذلك على أن متوسط المجتمع يقل عن القيمة الافتراضية، وإذا كان قيم حدود الفترة موجبة فإن متوسط المجتمع أكبر من القيمة الافتراضية. وعلى هذا الأساس فإن كل درجة أقل من المتوسط الفرضي للمقياس تعبر إلى حد بعيد عن اتجاه غير مرغوب والعكس، ويمكن أن نوضح القيم المتوصل إليها وفق هذا الأسلوب من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (36): يوضح اختبار دلالة الفرق بين المتوسطات الحسابية والفرضية

للمرات

	القيمة الافتراضية = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	الفرق بين المتوسطين	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
الدرجات الكلية على المقياس	140,049	347	,000	114,61782	113,0081	116,2275
درجات البعد المعرفي	116,353	347	,000	38,948	38,29	39,61
درجات البعد الوجداني	121,788	347	,000	39,894	39,25	40,54
درجات البعد السلوكي	124,768	347	,000	35,776	35,21	36,34

اذن نلاحظ من خلال الجدول أن الفرق بين المتوسطين (الحسابي - والفرضي) كلها ايجابية وهي على التوالي: (114,61782 - 38,948 - 39,894 - 35,776) أي أن المتوسطات تعبر إلى حد ما عن اتجاهات نفسية اجتماعية مرغوبة لدى الأفراد، اضافة الى كون قيمة (T) أكبر من المتوسط الفرضي (قدر المتوسط الفرضي بالقيمة 0)، ما يشير أيضا الى وجود اتجاهات نفسية اجتماعية مرغوبة لدى أغلب أفراد العينة. وبالنظر الى قيمة (P-value) الأقل من 0.05 نستنتج أن جميع قيم (T) الواردة في الجدول دالة عند مستوى (95%)، أي أن هناك فروق دالة احصائيا لصالح المتوسطات الحسابية تبعا للقيم الموجبة لـ (T)، ما يشير الى أنها أقل من المتوسط الفرضي وبدلالة احصائية عند مستوى (95%)، وبالتالي فإن أغلب أفراد العينة يحملون اتجاهات نفسية اجتماعية ايجابية نحو الفيسبوك. هذا بالرغم من النتيجة المخالفة المتوصل اليها من الدرجات الكلية للمقياس ولأبعاده الثلاث (المعرفي، الوجداني، السلوكي).

جدول رقم (37): يوضح الفروق في متوسطات درجات الأفراد على المقياس حسب بعض

المتغيرات

سنوات الاستخدام					الجنس		المتغير
5,7-7	4,3-5,6	2,9 - 4,2	1,5 - 2,8	1-1,4	إناث	ذكور	الفئات
115,425	113,133	116,648	111,789	114,321	116,294	112,960	متوسط د. الكلية
0	3	9	5	4	8	0	
38,88	38,84	39,62	37,53	39,45	39,44	38,46	متوسط البعد 1
40,73	39,02	40,45	38,97	39,95	40,77	39,02	متوسط البعد 2
35,83	35,27	36,58	35,29	34,93	36,08	35,47	متوسط البعد 3
ساعات الاستخدام							المتغير
في اليوم							
12,11-15,06	09,15-12,01	06,18-09,13	03,21-06,16	15-03,02			الفئات
113,2500	112,7273	115,6250	118,0000	113,2591			متوسط د. الكلية
38,25	38,55	39,33	39,90	38,55			متوسط البعد 1
38,00	39,73	39,92	41,13	39,43			متوسط البعد 2
37,00	34,45	36,38	36,97	35,27			متوسط البعد 3
في الأسبوع							المتغير

77-95	58-76	39-57	20-38	1-19	الفئات
109,1429	110,6000	113,8929	119,6981	112,4813	متوسط د. الكلية
36,00	37,50	38,79	40,84	38,17	متوسط البعد 1
38,14	37,75	39,86	41,51	39,28	متوسط البعد 2
35,00	35,35	35,25	37,35	35,04	متوسط البعد 3
في الشهر					المتغير
411-512	309-410	207-308	105-206	3-104	الفئات
111,3333	111,6667	108,5556	120,7451	114,0476	متوسط د. الكلية
38,29	37,58	37,33	41,25	38,67	متوسط البعد 1
38,42	39,67	37,00	42,08	39,71	متوسط البعد 2
34,63	34,42	34,22	37,41	35,67	متوسط البعد 3

نلاحظ من خلال الجدول تقارب متوسطات درجات الأفراد على المقياس وفقاً لكل من المتغيرات (الجنس، سنوات الاستخدام، وساعات الاستخدام)، على الرغم من ارتفاع متوسط ساعات الاستخدام (من 3 ساعة إلى 6 ساعات في اليوم)، (من 20 ساعة إلى 38 ساعة في الأسبوع)، (من 105 ساعة إلى 206 ساعة) إلا أنها ليست بفارق كبير مقارنةً مع بقية الساعات. وهذه النتائج تشير إلى أن كل من الذكور والإناث وعلى إختلاف سنوات استخدامهم وساعات استخدامهم لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك إلا أنهم يحملون اتجاهات نفسية اجتماعية متقاربة نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

على أساس ما تقدم من معالجات إحصائية وتبعاً لاستنتاجات الباحثة الخاصة باختبار التساؤل الأول، نجد أن أغلب أفراد العينة تراوحت اتجاهاتهم النفسية الاجتماعية بين التأييد والمحايدة، وهذا ما تم التوصل إليه من خلال مناقشة نتائج المعالجات الإحصائية الخاصة بالتساؤل الأول.

2-2- نتائج التساؤل الثاني ومناقشتها:

ومفاده: "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية

للطلبة تعزى لمتغير (الجنس) نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك؟"

اعتمدت الباحثة في اختبار هذا التساؤل إختبار t لمتوسطين مستقلين (Independent

sample t test) وقد أفرزت نتائج المعالجة الإحصائية القيم المعبر عنها في الجدول التالي:

جدول رقم (38): يوضح نتائج اختبار t لمتوسطين مستقلين

df	Sig. (2-tailed)	T	SIG	F	الانحراف المعياري	المتوسط	الجنس	
346	,041	-2.047	0.52	0.41	15,46087	112,9600	الذكور (175)	الدرجات الكلية على المقياس
					14,92656	116,2948	الإناث (173)	

نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة (P-value) أقل من 0.05، وهذا ما يشير الى وجود فروق بين الجنسين في الاتجاهات النفسية الاجتماعية عند مستوى الثقة (95%)، وهذه الفروق هي لصالح الإناث حيث بلغت المتوسطات الحسابية لدرجات الإناث 116.29 وهي أكبر من المتوسطات الحسابية لدرجات الذكور والتي بلغت 112.96، وهذا على الرغم من أن عدد الذكور البالغ 175 طالب أكبر من عدد الإناث البالغ 173 طالبة. وعليه حسب هذا الاختبار فإنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى لمتغير (الجنس) نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك ولصالح الإناث".

2-3- نتائج التساؤل الثالث ومناقشتها:

ومفاده: "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية

للطلبة تعزى لمتغير (سنوات الاستخدام) نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك؟"

لاختبار هذا التساؤل اعتمدت الباحثة على أسلوب تحليل التباين الأحادي، لكون

الهدف من التساؤل الثالث هو البحث في الفروق بين أكثر من مجموعتين، وقد أفرزت نتائج

المعالجة الإحصائية القيم المعبر عنها في الجدول التالي:

جدول رقم (39): يوضح نتائج اختبار تحليل التباين (one way Anova) حسب متغير

سنوات الاستخدام

الدرجات الكلية على مقياس الاتجاهات

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1278,501	4	319,625	1,377	,241
Within Groups	79603,668	343	232,081		
Total	80882,170	347			

نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة (P-value) أكبر من 0.05، وهذا ما يشير الى غياب الفروق في الاتجاهات النفسية الاجتماعية حسب سنوات الاستخدام عند مستوى الثقة (95%)، وعليه حسب هذا الاختبار فانه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى لمتغير (سنوات الاستخدام) نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك".

2-4- نتائج التساؤل الرابع ومناقشتها:

ومفاده: "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية

للطلبة تعزى لمتغير (ساعات الاستخدام) نحو شبكات التواصل الاجتماعي فيسبوك؟"

لاختبار هذا التساؤل اعتمدت الباحثة على أسلوب تحليل التباين الأحادي، لكون

الهدف من التساؤل الرابع هو البحث في الفروق بين أكثر من مجموعتين، وقد أفرزت نتائج

المعالجة الإحصائية القيم المعبر عنها في الجدول التالي:

1.4. بالنسبة لساعات اليوم:

جدول رقم (40): يوضح نتائج اختبار تحليل التباين (one way Anova) حسب متغير

ساعات الاستخدام في اليوم

ANOVA

الدرجات الكلية على مقياس الاتجاهات

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1495,381	4	373,845	1,615	,170
Within Groups	79386,789	343	231,448		
Total	80882,170	347			

نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة (P-value) أكبر من 0.05، وهذا ما يشير الى غياب الفروق في الاتجاهات النفسية الاجتماعية حسب ساعات الاستخدام في اليوم عند مستوى الثقة (95%).

وعليه حسب هذا الاختبار فانه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى لمتغير ساعات الاستخدام في اليوم نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك".

2.4. بالنسبة لساعات الأسبوع:

جدول رقم (41): يوضح نتائج اختبار تحليل التباين (one way Anova) حسب متغير

ساعات الاستخدام في الأسبوع

ANOVA

الدرجات الكلية على مقياس الاتجاهات

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4136,810	4	1034,202	4,622	,001
Within Groups	76745,360	343	223,747		
Total	80882,170	347			

نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة (P-value) أقل من 0.05، وهذا ما يشير الى وجود الفروق في الاتجاهات النفسية الاجتماعية حسب ساعات الاستخدام في الأسبوع عند مستوى الثقة (95%)، ولاختبار لصالح من هذه الفروق فقد تم استخدام اختبار Scheffe، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (42): يوضح نتائج اختبار المقارنة Scheffe

Multiple Comparisons						Scheffe	
(I) sa3t elosbou3	(J) sa3t elosbou3	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
					Lower Bound	Upper Bound	
1-19	20-38	-7,21683*	1,81861	,004	-12,8492	-1,5845	
	39-57	-1,41157	3,03109	,995	-10,7991	7,9760	
	58-76	1,88128	3,51907	,991	-9,0176	12,7801	
	77-95	3,33843	5,75851	,987	-14,4962	21,1730	
20-38	1-19	7,21683*	1,81861	,004	1,5845	12,8492	
	39-57	5,80526	3,17833	,504	-4,0383	15,6488	
	58-76	9,09811	3,64667	,186	-2,1959	20,3921	
	77-95	10,55526	5,83736	,515	-7,5235	28,6340	
39-57	1-19	1,41157	3,03109	,995	-7,9760	10,7991	
	20-38	-5,80526	3,17833	,504	-15,6488	4,0383	
	58-76	3,29286	4,37931	,967	-10,2702	16,8559	
	77-95	4,75000	6,32099	,967	-14,8266	24,3266	
58-76	1-19	-1,88128	3,51907	,991	-12,7801	9,0176	
	20-38	-9,09811	3,64667	,186	-20,3921	2,1959	
	39-57	-3,29286	4,37931	,967	-16,8559	10,2702	
	77-95	1,45714	6,56896	1,000	-18,8875	21,8018	
77-95	1-19	-3,33843	5,75851	,987	-21,1730	14,4962	
	20-38	-10,55526	5,83736	,515	-28,6340	7,5235	
	39-57	-4,75000	6,32099	,967	-24,3266	14,8266	
	58-76	-1,45714	6,56896	1,000	-21,8018	18,8875	

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن كل من الفئتين (من ساعة الى 19 ساعة) و (من 20 ساعة إلى 38 ساعة)، بلغت قيمة (P-value) 0.004 وهي أقل من 0.05، ما يعني

وجود فروق بين هاتين الفئتين، وبملاحظة (P-value) الخاصة بباقي الفئات نجد أن قيمتها أكبر من 0.05 ما يشير الى غياب الفروق بينها.

وعليه حسب هذا الاختبار فإنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى لمتغير ساعات الاستخدام في الأسبوع نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك".

. بالنسبة لساعات الشهر:

جدول رقم (43): يوضح نتائج اختبار تحليل التباين (one way Anova) حسب متغير

ساعات الاستخدام في الشهر

ANOVA

الدرجات الكلية على مقياس الاتجاهات

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2690,832	4	672,708	2,951	,020
Within Groups	78191,337	343	227,963		
Total	80882,170	347			

نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة (P-value) أقل من 0.05، وهذا ما يشير الى وجود الفروق في الاتجاهات النفسية الاجتماعية حسب ساعات الاستخدام في الشهر عند مستوى الثقة (95%)، ولاختبار لصالح من هذه الفروق فقد تم استخدام اختبار Scheffe، والجدول التالي يوضح ذلك :

جدول رقم (44): يوضح نتائج اختبار المقارنة LSD

(I) soway3at achahr	(J) soway3at achahr	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
3-104	105-206	-6,69748*	2,31829	,004	-11,2573	-2,1376
	207-308	5,49206	5,12190	,284	-4,5822	15,5663
	309-410	2,38095	4,46111	,594	-6,3936	11,1555
	411-512	2,71429	3,22538	,401	-3,6297	9,0583
105-206	3-104	6,69748*	2,31829	,004	2,1376	11,2573
	207-308	12,18954*	5,45885	,026	1,4525	22,9266
	309-410	9,07843	4,84425	,062	-,4498	18,6066

	411-512	9,41176	3,73742	,012	2,0606	16,7629
207-308	3-104	-5,49206	5,12190	,284	-15,5663	4,5822
	105-206	-12,18954	5,45885	,026	-22,9266	-1,4525
	309-410	-3,11111	6,65779	,641	-16,2063	9,9841
	411-512	-2,77778	5,90150	,638	-14,3855	8,8299
309-410	3-104	-2,38095	4,46111	,594	-11,1555	6,3936
	105-206	-9,07843	4,84425	,062	-18,6066	,4498
	207-308	3,11111	6,65779	,641	-9,9841	16,2063
	411-512	,33333	5,33811	,950	-10,1662	10,8329
411-512	3-104	-2,71429	3,22538	,401	-9,0583	3,6297
	105-206	-9,41176	3,73742	,012	-16,7629	-2,0606
	207-308	2,77778	5,90150	,638	-8,8299	14,3855
	309-410	-,33333	5,33811	,950	-10,8329	10,1662

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن كل من الفئتين (من 3 ساعة الى 104 ساعة) و (من 105 ساعة إلى 106 ساعة)، بلغت قيمة (P-value) 0.004 وهي أقل من 0.05، ما يعني وجود فروق بين هاتين الفئتين، وبملاحظة (P-value) الخاصة بباقي الفئات نجد أن قيمتها أكبر من 0.05 ما يشير الى غياب الفروق بينها. وعليه حسب هذا الاختبار فانه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى لمتغير ساعات الاستخدام في الشهر نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك".

ثالثا: تفسير نتائج الدراسة

لقد هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على طبيعة الاتجاهات النفسية الاجتماعية لطلبة جامعة محمد خيضر بسكرة نحو شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، وعلى ما إذا كانت توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى لمتغيرات (الجنس، سنوات الاستخدام، وساعات الاستخدام) نحو الفيسبوك. واتساقا مع النتائج المتوصل إليها، والتي كشفت عن ما يلي:

أن الاتجاهات النفسية الاجتماعية التي يُبديها غالبية طلبة جامعة محمد خيضر - بسكرة (أفراد العينة) نحو شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" قد تراوحت بين الاتجاهات النفسية الاجتماعية الايجابية والمحايدة وقد كانت قوية بمتوسط حسابي بلغ (3.16) وبانحراف معياري قدر بـ (3.23)، مما يعني أن هؤلاء الطلبة المستخدمين للفيسبوك لديهم معلومات ومعارف كافية عنه، والتي تعتبر أساسية لتكوين الاتجاهات وهذا ما أكد عليه "عبد الحميد" (1978) في إشارته إلى أن الاتجاهات تكون من عدة أبعاد: هي البعد المعرفي، والبعد العاطفي، والبعد التقويمي ومن أجل الحكم على موضوع معين لابد من توفر المعلومات الكافية عن ذلك الموضوع. (عثمان، 1998، ص.88)

وبالتالي فمعارف ومعلومات الطلبة المستخدمين للفيسبوك قد أثرت على مشاعرهم وسلوكياتهم نحوه، وفي هذا الصدد قال "بول قطريب" المدير العام الإقليمي لشركة "يونيفرسال ماكان" في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا: "يواصل الإعلام الاجتماعي تغيير طريقة تواصلنا مع الآخرين ويؤثر بشكل أساسي على أفكارنا ومشاعرنا ومواقفنا وسلوكياتنا.

<http://arabianbusiness.com/business/technology/2011/jan/21/49628>

كما يمكن تفسير هذه النتيجة في أن الطلبة الذين كانت اتجاهاتهم النفسية الاجتماعية ايجابية وقوية نحو الفيسبوك قد تعزى إلى أنه يعد أفضل وأحسن شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة لهم لأن التواصل بواسطته يتم بسهولة، والردود فيه تأتي بشكل سريع، عدى عما يحققه لهم من اشباعات مختلفة، ما انعكس إيجابا على اتجاهاتهم النفسية الاجتماعية نحوه، وهذا ما أكدته دراسة (أحمد مسعودان، والعيد وارم، 2012) بأن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما من طرف الشباب الجامعي هو "الفيسبوك"، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (العقبي الأزهر، ونوال بركات، 2012) بأن الفيسبوك يزداد الاهتمام عليه بشكل كبير في السنوات الأخيرة من قبل طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة، حيث أن المستخدمون يقضون وقتا طويلا على موقع الفيسبوك، خاصة كلما كان لديهم وقت فراغ حتى بين الحصص في الجامعة يتوجهون إلى قاعات الانترنت المتواجدة على مستوى

كلياتهم، والنتيجة نفسها تدعمها دراسة (الخامسة رمضان، 2012/2011) والتي توصلت إلى أن فاييبوك Facebook ثم يوتوب Youtoub أكثر الشبكات الاجتماعية على الانترنت استخداما من طرف الشباب الجامعي الجزائري بجامعة محمد خيضر بسكرة، كما توصلت دراسة (فتيحة كركوش، وأمينة بن قويدر، 2012) إلى أن أغلب أفراد عينة دراستهما يستخدمون بالدرجة الأولى موقع "الفايبوك"، وهذا ما تدعمه دراسة (محمد الأمين فورار، 2010) ومفادها أن الشباب العربي يستخدم فاييبوك بكثافة، ويرون بأن الموقع يقدم خدمات ممتازة، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه تقرير الإعلام الاجتماعي العربي في إصداره الثاني (2011) بأن، الفايبوك يحتل الصدارة كأكثر أدوات التواصل الاجتماعي شيوعا عالميا وعربيا، كما أثبتت ذلك دراسة (يفز ماري كان "Yves -Marie CAAN"، 2010) أن الشبكات الاجتماعية الأكثر شهرة في فرنسا بالدرجة الأولى Facebook.

ومنه فالفايبوك وفر للطلبة الجامعيين مساحات للتواصل والتفاعل مع غيرهم خاصة الشباب الذين يقاربونهم في السن والاهتمامات والحاجات والانشغالات، كما مكنهم من توسيع شبكة علاقاتهم الاجتماعية من خلال مدهم بصداقات اجتماعية على مستوى العالم العربي والعالم الغربي، وتعميق أواصر علاقاتهم بأقاربهم وأصدقائهم فالفايبوك يمثل كما يؤكد البعض - الانترنت - بمفهومها "التفاعلي" ليكون بمثابة "وسيلة للتواصل" بين الأصدقاء ليس فقط في حدود الحي أو المدينة أو الدولة، وإنما باتساع الكون، في أي مكان من العالم. (ناصر، 2009، ص.ص. 9-10)

فالفايبوك لم يجعل العالم مجرد قرية صغيرة (القرية الالكترونية) كما وصفها "مارشال ماكلوهان"، بل جعله أقرب ما يكون إلى طاولة مستديرة للاجتماعات والنقاشات، فهو ينقل مستخدميه من الطلبة الجامعيين عبر الزمان للتواصل الاجتماعي وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر...، ولعل هذا ما أشارت إليه "فرانسيس كيرنكروس" في كتابها "موت المسافات" **The Death of Distance** أن أهم منجز من منجزات الثورة الاتصالية كسر حاجز الزمان والمكان. (ساري، 2008، ص. 306)

كما توصلت دراسة (سليمان بورحلة، 2008/2007) إلى أن الانترنت اكتسبت طابعها الاجتماعي في الأواسط الجامعية وساعدت الطلبة على تطوير وتدعيم الاتصال الاجتماعي، وهذا ما أشارت إليه نتائج دراسة (محمد الأمين فورار، 2010) بأن الاشباع التي يحققها Facebook للشباب العربي، تتمثل في مساعدتهم على تكوين الصداقات والبقاء على تواصل مع الأصدقاء...، وتتماشى نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة (العقبي الأزهر، ونوال بركات، 2012) بأن الفيسبوك مكن مستخدمييه من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة من توسيع شبكة علاقاتهم مع الكثير من الشباب والأصدقاء من مختلف المجتمعات والثقافات، وحتى أصدقائهم الحقيقيون يقضون معهم أوقات طويلة على الفيسبوك أكثر مما يقضونها معهم وجها لوجه.

وبهذا فالفيسبوك ساعد الطلبة الجامعيين على تكوين الصداقات الافتراضية وتدعيم

الصداقات الواقعية، وهذا ما أظهرته نتائج دراسة (مركز بيو الأمريكية للأبحاث، 2011) بأن فيسبوك ساعد على تكوين صداقات أفضل، وقال "كيث هاملتون" الذي قاد الدراسة بأن من يستخدمون مواقع مثل الفيسبوك لديهم أكبر العلاقات الوثيقة.

<http://ik.ahram.org.eg/IK/Ahram/2011/2/28/INVE1.HTM>

أو بكلمات "ايريس لويس": "استرجعت علاقتي بأصدقائي من المرحلة الثانوية على الفيس بوك، وأصبحنا على اتصال طوال اليوم، وكل يوم". (تابسكوت، 2012، ص.99)

كما قد يكون مرجع الاتجاهات النفسية الاجتماعية الايجابية والقوية التي يبديها الطلبة الجامعيين (أفراد العينة) نحو الفيسبوك إلى أنه وفر لهم مجالات لإبداء آرائهم وأفكارهم بحرية، ومكنهم من التعبير عن أنفسهم وحاجاتهم والتواصل مع من يقاسمهم اهتماماتهم، ما يحقق لهم ذواتهم والشعور بمكانتهم، وهذا ما أكدته دراسة (محمد الأمين فورار، 2010) حيث توصلت إلى أن Facebook يشبع حاجة الشباب العربي إلى التعبير عن آرائهم ومعتقداتهم، ويسمح لهم بالتكثف في تنظيمات اجتماعية، أو سياسية أو ثقافية تشعرهم بأنهم يحققون ذواتهم عند انضمامهم إليها وتفاعلهم مع بقية أعضائها.

وهذا ما قد يفتقده الشباب العربي في الواقع لاسيما الجامعي، الذي على الرغم من المستوى الذي يتميز به إلا إنه يجد نفسه يعيش في المجتمع دون أن يكون له دور فاعل في أي مجال من المجالات، وبهذا فقد وجد هؤلاء الطلبة في الفيسبوك مجالا للمشاركة في مناقشة بعض القضايا الراهنة ومحاولة ايجاد حلول لها كل حسب اهتمامه لاسيما أن (أفراد عينة دراستنا) هم فئة تملك من الطاقات والامكانيات ما يؤهلها للعب دور فاعل في المجتمع، فالتطورات الجديدة التي شهدتها الانترنت مع الجيل الثاني (ويب 2.0) أدت إلى نقلة نوعية في عالم التواصل، فحرية الرأي والنشر مضمونة في الفيسبوك، فمن أهم سماته أن المحتوى يصنعه المستخدمون، وهذا ما يوفر جو النقاش والحوار، ويفرز في نهاية المطاف السوق الحرة للأفكار.

وهذا ما توصلت إليه دراسة (الظاهر الإبراهيمي وآخرون، 2012) والتي وجدت أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور في تناول قضايا الشباب ومشكلاتهم، وكذا تبصيرهم ببعض أمراض العصر (الإيدز، السرطان، القلق...) وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الخامسة رمضان، 2012/2011) والتي توصلت إلى أن طلبة جامعة محمد خيضر - بسكرة يستخدمون الشبكات الاجتماعية خاصة الفيسبوك في المشاركة في مناقشة القضايا الراهنة وذلك بنسبة (32.413%)، كما أجاب أفراد عينة دراستها أن الفيسبوك يساعدهم في التخلص من القلق والضغط بنسبة (17.931) حيث يلجؤون إليه بغية الترفيه والتخلص من كل أنواع الضغوط التي يتعرضون لها سواء المتعلقة بالدراسة أو أي شيء آخر.

كما يمكن عزو الاتجاهات النفسية الاجتماعية الايجابية لطلبة جامعة محمد خيضر - بسكرة (أفراد عينة الدراسة) نحو الفيسبوك إلى أنه يلي حاجاتهم العلمية والفكرية وهذا ما أكدته دراسة (العقبي الأزهر، ونوال بركات، 2012) والتي توصلت إلى أن الفيسبوك ساعد طلبة جامعة محمد خيضر - بسكرة على تبادل الخبرات الدراسية ومختلف المعلومات والملخصات حول الدروس والمحاضرات اليومية حيث أن الطلبة يدخلون في مجموعات مع زملائهم بغية المذاكرة والمراجعة خاصة مع اقتراب موعد الامتحانات الجامعية للمراجعة وإبداء التوقعات

ومناقشة بعض النقاط. وبالتالي فالاتجاهات النفسية الاجتماعية الايجابية نحو الفيسبوك قد تعزى لما يحققه للطلبة من اشباعات فكرية وعلمية، وهذا ما أشارت إليه نظرية الباعث في أن الشخص يتبنى الاتجاه الذي يريده ويعطيه أكبر قدر من الاهتمام فهناك حساب للتكاليف Costs والفوائد Benefits لأي قضية من القضايا، ويسعى الفرد لأن يتبنى القضية أو الاتجاه التي يحقق له أكبر قدر من المكاسب. (عبد الله، وخليفة، 2001، ص.294)

فمنحى (التوقع - القيمة) الذي أشار إليه (إدواردز Edwards)، حيث أن الأشخاص يتبنون المواقف والاتجاهات التي تؤدي إلى توقع أكبر لاحتمالات الآثار الطيبة، ويرفضون الاتجاهات التي يمكن أن تؤدي إلى الآثار السلبية غير المرغوبة. فالأفراد يسعون دائماً نحو الكسب، وبالتالي تبنى الاتجاهات التي تحقق الإشباع أو الرضى.

هذا من جهة، ومن جهة أخرى نجد أن الفيسبوك يمكن الطلبة من "الدرشة" وتبادل الصور والفيديوهات والملفات والتهاني في المناسبات، عدى عن سرعته في نقل وتبادل الأخبار ولا أدل على ذلك من الحراك الشعبي الذي حدث في بعض البلدان العربية، حيث لعب فيه الفيسبوك دوراً فاعلاً في نقل كم هائل من الأخبار والمعلومات من الميدان لدرجة أن هناك من أطلق عليه لقب "السلطة الخامسة" لدوره في التأثير على الآراء وتكوين اتجاهات الشباب خاصة، حيث أن اهتمام وكالة أبناء عالمية بحجم "رويترز" بالشبكات الاجتماعية كمصدر من مصادر الخبر يعد اعترافاً صريحاً بأهمية مواقع الشبكات الاجتماعية اليوم في مجال تغطية الأخبار والأحداث المختلفة. (العيفة، 2010، ص.6)

وقد يكون مرجع الاتجاهات النفسية الاجتماعية الايجابية والقوية للطلبة نحو الفيسبوك، أن هذا الأخير يعد نمطا من "إعلام النحن" أو "الإعلام الشعبي" الذي يقوم المستخدمون بما فيهم الطلبة الجامعيين بإنتاجه وتحريره والتكثف في مجموعات مختلفة حسب نوع الاهتمامات لتحقيق أهداف معينة، وهذا ما أكدته دراسة (الخامسة رمضان، 2011/2012) والتي توصلت إلى أن أفراد عينة دراستها من طلبة جامعة محمد خيضر - بسكرة، قد أجابوا ما نسبته (17.469%) بأنهم قاموا بإنشاء مجموعات اجتماعية مواضيعها تختلف فمنها من تدعم

المجاهدة الجزائرية جميلة بوحيرد، ومنها من تستهجن الحملات المسيئة للرسول الكريم صلى الله عليه وسلم، ومنها من تساهم في الحملات التطوعية كحملة تنظيف المدن والتي جاءت تحت عنوان "نقي بلادك" عن طريق الفيسبوك، كما أنشأ الطلبة الجامعيين أيضا على الفيسبوك مجموعات أخرى منها: "1 2 3 VIVA L' Algerie"، و"ناس الخير".

كما يمكن تفسير نتيجة الطلبة الذين يبدون اتجاهات نفسية اجتماعية محايدة وقوية إلى أن الطلبة الجامعيين هم النخبة المتعلمة والمتقفة والتي تتمتع بحيوية نابضة في الطموح الثقافي والعلمي ما وجدته في الفيسبوك من انفتاح لا محدود على العالم بثقافته المختلفة إلا أنها ترى فيه مأخذ ومثالب قد تضر بمستخدميه خاصة لدى المفرطين في استخدامه فربما قد ترى أن الفيسبوك عمل على تقريب البعيدين وإبعاد القريبين خاصة من أفراد الأسرة إذ قل مقدار التفاعل اليومي مع الأهل والأقارب وتدني المساهمة والمشاركة في المناسبات الأسرية والعائلية نتيجة الانشغال بعالم الفيسبوك، وهذا ما أكدت عليه دراسة (مشيل فانسون، 2010) والتي توصلت إلى أن الأشخاص الذين يستخدمون الفيسبوك قد اعترفوا بأنهم يقضون وقتا أطول على شبكة الانترنت من ذلك الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم.

وتتفق هذه الدراسة مع نتائج ما توصلت إليه (العقبي الأزهر، ونوال بركات، 2012) بأن الوقت الذي يقضيه المستخدمون للفيسبوك من طلبة جامعة محمد خيضر (أفراد عينة دراستهما) أكثر من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم مما جعل الأسرة تشتكي كثيرا بسبب انشغالهم بموقع الفيسبوك فقلت نشاطاتهم وزياراتهم، وأصبح جل اهتماماتهم ومعظم وقتهم يقضونه في استخدام الفيسبوك، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (فتيحة كركوش، وأمينة بن قويدر، 2012) ومفادها أن العلاقات الأسرية تتضرر من جراء استخدام الفرد لشبكات التواصل الاجتماعي، وأن تفاعل أفراد عينة دراستهما مع أسرهم قل ونتيجة لذلك يدخلون في صراع مستمر مع أفراد الأسرة وخاصة الوالدين، وهذه النتائج تتعارض مع ما توصلت إليه دراسة (سليمان بورحلة، 2008/2007) ومفادها أن الطلبة الجامعيين ايجابيين في استخداماتهم

للإنترنت وأنهم بعيدين عن الانحراف والعزلة الاجتماعية، لكن هذه النتيجة تتعارض بدورها مع دراسة "شيرري تركل" الذي أكد فيها أنه تحت شعار "التواصل بشكل أفضل"، فإن الشبكات تزيد من عزلة الناس، عبر إدماجهم في عالم افتراضي متخيل، وليس في عالم إنساني حقيقي. [http:// www luxorlink.com/bank39.html](http://www.luxorlink.com/bank39.html)

وقد يكون مرجع الاتجاهات النفسية الاجتماعية المحايدة التي يبديها طلبة جامعة محمد خيضر - بسكرة في أنهم يرون بأن الفيسبوك يمكن الطالب الجامعي من الاطلاع على ثقافات الشعوب المختلفة والتعرف على نمط معيشتهم خاصة الأجنبية منها ومن ثم الإعجاب بها ثم تقليد النموذج الأجنبي وكما يقول ابن خلدون "المغلوب مولع بتقليد الغالب"، ومنه المقارنة بين نمط المعيشة في تلك المجتمعات ونمط المعيشة في المجتمع الجزائري ما قد يولد حالة من التنافر المعرفي التي أكدت عليها نظرية التنافر المعرفي في الاتجاهات لليون فستنجر(1957) ما يؤدي في النهاية إلى اعتناق ثقافات الغرب وتبني عاداتهم وسلوكياتهم البعيدة عن الموروث الاجتماعي الثقافي الجزائري، وهذا ما يفضي إلى انتشار حالة مشاعرية من الاغتراب الثقافي الاجتماعي، حيث توصلت دراسة (أحمد مسعودان، والعيد ورام، 2012) إلى أن لشبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك دور في حصول الاغتراب الثقافي للشباب الجامعي، وفي نفس السياق توصلت دراسة (الخامسة رمضان، 2012/2011) إلى أن الشباب الجامعي الجزائري قد تأثر بقيم العولمة الثقافية الغربية التي تمثلت مظاهرها في الماديات (السيارات، المنازل...)، ثم السلوكيات والتصرفات، ثم الأغاني. وبالتالي فالاتجاهات النفسية الاجتماعية يمكن اكتسابها من المجتمع الغربي، وهذا ما أكدت عليه نظريات التعلم في أن الأفراد يتعلمون الاتجاهات بنفس الطريقة التي يتم بها تعلم العادات، وصور السلوك الأخرى، ومن ثم فإن المبادئ والقوانين تنطبق على تعلم أي شيء، تحدد أيضا كيفية اكتساب وتكوين الاتجاهات. فالفرد يستطيع أن يكتسب المعلومات،

والمشاعر بواسطة عمليات الترابط أو الاقتران بين موضوع ما، وبين الشحنة الوجدانية المصاحبة لموضوع الاتجاهات. (درويش، 1999، ص. ص. 101-102)

كما قد تعزى الاتجاهات النفسية الاجتماعية المحايدة لطلبة جامعة محمد خيضر- بسكرة (أفراد عينة الدراسة)، فيما يلاحظونه من سيطرة الفيسبوك على كثير من وقت الشباب على حساب أوقات الدراسة مثلا، ولعل هذا ما دفع الدكتور "تيموثي فايكل" إلى وصف الفيسبوك بأنه "عالم جديد من إضاعة الوقت!... مرحلة تكنولوجية جديدة من إضاعة الوقت".

فالفيسبوك كشركة قد أصبح وكما أشارت إلى ذلك صحيفة "الديلي ميل" البريطانية، من أكبر الشركات العالمية استثمارا وبقدرة نقدية فاقت الـ 100 مليار، وهي أرباح تأتي على حساب جهد الكثير من الأشخاص الذين يضيعون ويخسرون الكثير من الوقت في تصفحه والغرق في صفحاته. وبهذا فالطلبة المفرطين في استخدام الفيسبوك قد يؤدي بهم ذلك إلى الإدمان عليه، وهذا ما أكدت عليه دراسة (محمد الأمين فورار، 2010) إذ وجدت أن نسبة هامة من الشباب العربي ترى في الواقع الافتراضي على موقع Facebook بديلا ممتازا للواقع الذي يعيشونه، وأكد صاحب الدراسة بأن هذا مؤشر يمكن وصفه بحالات إدمان مرضي على الموقع. كما أشار الدكتور "مايكل" في الحديث عن موضوع الإدمان على الفيسبوك بقوله: "فالدافع لمعرفة ما فعل صديقك ليلة الجمعة ممكن أن تكون قوية جدا بالنسبة لنا وعدم معرفة هذه المعلومات يكون أمراً غايةً في الصعوبة".

[http:// www.middle-east-online.com/?id=126735](http://www.middle-east-online.com/?id=126735)

أضف إلى ذلك أنه قد يكون مرجع الاتجاهات النفسية الاجتماعية المحايدة للطلبة نحو الفيسبوك نظرا لما يسببه من تأثيرات سلبية كتراجع التحصيل الدراسي خاصة أنهم في مرحلة دراسية تتطلب الكثير من الجهد والوقت، ما تؤكدته دراسة (أرين كارينسكي، 2010) والتي توصلت إلى أنه كلما تصفح الطالب الجامعي موقع الفيسبوك كلما تدنت درجاته في

الامتحانات، وقال إن (79%) من الطلاب الجامعيين الذين شملتهم الدراسة اعترفوا بأن إدمانهم على موقع الفيسبوك أثر سلبيا على تحصيلهم الدراسي. (هماش، 2012، ص. ص. 82-88) والسبب في ذلك يعود إلى كثرة الدردشة مع الأصدقاء وتكوين العلاقات التي قد يراها الطلبة ممن كانت اتجاهاتهم النفسية الاجتماعية محايدة أن العلاقات الاجتماعية الافتراضية لا ترقى لمستوى العلاقات الاجتماعية الواقعية، وهذا ما تدعمه دراسة (الخامسة رمضان، 2012/2011) إذ توصلت إلى أن أغلبية طلبة جامعة محمد خيضر - بسكرة من أفراد عينته دراستها قد أجابوا ما نسبته (73%) بأن مواقع الشبكات الاجتماعية غير ناجحة في ربط علاقات حقيقية وقوية، ولعل ذلك مرجعه إلى أن الطلبة لا يثقون في الأشخاص الذين يتواصلون معهم عن طريق الفيسبوك لأن إخفاء الهوية تحت اسم مستعار يلعب دورا أساسيا في عدم وجود ثقة فيمن يتواصلون معه فكل فرد يمكنه انتحال الشخصية التي أراد دون وجود أي إثبات على صحة البيانات التي يدلي بها، ويعد هذا تأكيد لكلام الباحثة "دانا بويد" Dana Boyd عندما اعتبرت أن مواقع الشبكات الاجتماعية وسيلة للتواصل مع الأصدقاء القدامى، أكثر من كونها وسيلة لتكوين صداقات جديدة، وتعتبر أن التسمية التي تطلقها بعض مواقع الشبكات الاجتماعية على قائمة الاتصال "Contacts freind"، لا تعبر حقيقة عن طبيعة هذه العلاقات، حيث تقول: "يمكن أن يكون مصطلح الأصدقاء مضللا، لأن الاتصال لا يعني بالضرورة الصداقة في الاستعمال اليومي للمعنى، كما أن أسباب تواصل الناس مختلفة". (Boyd, 2008, p213)

كما قد تعزى الاتجاهات النفسية الاجتماعية المحايدة التي يبديها الطلبة الجامعيين إلى أن استخدامهم للفيسبوك كان امتثالا أو مسايرة لأصدقائهم حتى لا يصبحون عرضة للاستهزاء والسخرية، أو لعدم اتهامهم بالتخلف أو الأمية الحضارية، هذا من جهة، ومن جهة أخرى قد يكون مرجع الاتجاهات النفسية الاجتماعية المحايدة للطلبة أنهم يعتبرون الفيسبوك موضة شبابية تتغير مع مرور الزمن، وقد ذهب أحد الباحثين في هذا السياق إلى اعتبار أن

هؤلاء الشباب مازالوا في مرحلة الانبهار الذي يصاحب عادة ظهور أي وسيلة جديدة، ثم ما يلبث أن يعود الاستخدام إلى وضعه الطبيعي في مرحلة النضج.

واتساقا مع نتائج الدراسة التي كشفت عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين تعزى لمتغير (الجنس) نوع شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك لصالح الإناث.

يمكن أن يعود ذلك إلى أن البعد العاطفي (الانفعالي) أحد المكونات الرئيسية للاتجاهات كما أشار إلى ذلك عبد الحميد (1978) وتكون درجة العاطفة عند الإناث أكثر منها عند الذكور، ويؤكد على ذلك "فشبن" (Fishben, 1978) في إشارته إلى أن غالبية الدراسات التي تم إجراؤها في مجال الاتجاهات أظهرت أن الفروق غالبا ما تكون لصالح الإناث وعزى ذلك إلى أن المكون العاطفي هو أحد المكونات الرئيسية لتكوين الاتجاهات وهذا ما تؤكد دراستنا أيضا من خلال النتائج المتوصل إليها، حيث بلغ متوسط البعد الثاني (العاطفي) للإناث 40.77 وهذا أكبر مقارنة بالذكور الذي بلغ متوسطهم في هذا البعد 39.02. (عثمان، 1998، ص. 89)

كما يمكن تفسير وجود هذه الفروق إلى أن الإناث أكثر ميلا للتواصل الاجتماعي وإقامة العلاقات الاجتماعية وبناء الصداقات أكثر من الذكور.

كما قد يرجع أيضا هذا التمايز بين الجنسين في الاتجاهات النفسية الاجتماعية نحو الفيسبوك كون هذا الأخير يسمح للإناث بالتعبير عن آرائهن وأفكارهن بكل حرية، خاصة وأن الإناث عادة ما يعانين من التهميش ولا تحضى آرائهن بنفس الاهتمام الذي يحضى به الذكور في أغلب الأسر الجزائرية والعربية على العموم، مما يجعلهن أكثر بحثا عن مساحات أخرى للتعبير عن أنفسهن واهتماماتهن وانشغالاتهن في شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" هذا من جهة، ومن جهة أخرى نقص وسائل الترفيه وأماكنها مقارنة بالذكور مما يجعل الإناث يبحثن عن وسائل أخرى بديلة كالفيسبوك للتنفيس عن بعض الضغوط التي قد تُفرض عليهن من قبل المجتمع، فالفيسبوك يعتبر متنفسا يستطعن من خلاله التواصل

والتعبير وتكوين علاقات اجتماعية في العالم الافتراضي قد لا يستطعن تحقيقها في واقعهن المعاش لاسيما مع الجنس الآخر من مختلف الجنسيات والثقافات والدول دون وجود لأي نوع من الحواجز والقيود أو الرقابة، خاصة وأن الفيسبوك يسمح لهن بالظهور سواء بأسمائهن الحقيقية، أو تحت أسماء مستعارة بما يمكّنهن من تقمص أي شخصية من الشخصيات تحت اسم مستعار دون أن يُظهرن هويتهم الحقيقية، أو يظهر بعض من جوانبها.

وقد أشار سوليفان (1986, Sullivan) في نظريته لخمس احتياجات اجتماعية اعتبرها أساسية في مجال العلاقات الاجتماعية المتبادلة بين الفرد بمن حوله وكان منها حاجة الاتصال والاحتكاك بأفراد من جنس مخالف، ولعل ذلك إشارة إلى محاولات الأنثى لتأكيد إدراكها لذاتها وإبراز جوانب تميزها عن حولها. (عطية، 2001، ص.146)

حيث أن الفيسبوك مكّنهن من التواصل وبالتالي إمكانية التفاعل الاجتماعي مع الآخرين من خلال ما يوفره من إمكانيات وأدوات تمكّن مستخدميها من التعبير عن ذاتهن والتفاعل مع الآخرين والحصول على ردود أفعالهم، وعليه فإنه يكون لهذا التفاعل والتواصل تأثير في تقديرهن لذواتهن وهذا ما أكدته دراسة (حسني عوض، 2012/2011) إذ توصلت إلى أن هناك أثر في استخدام الفيسبوك على تقدير الذات لدى فئة الشباب وأنه توجد فروق في درجة أثر استخدام الفيسبوك على الذات بين الذكور والإناث لصالح الإناث. كما أشار "كانتريل" في نظريته الإدراكية إلى أن اتجاهات الفرد تتأثر بإدراكه وكذا إدراك الآخرين، وبعامل التكرار يزداد الاتجاه ثبوتا واستقرارا. (السيد، 1954، ص.118)

ولقد أشارت أبحاث التفاعل **Interactional research** إلى أن الإناث تتشأ من الطفولة ولديهن تقدير متدني عن أنفسهن، وأنهن يبحثن عن التقدير من الآخرين. (عطية، 2001، ص.148)

كما أسفرت نتائج الدراسة عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين تعزى لمتغير (سنوات الاستخدام) نحو شبكة التواصل

الاجتماعي "فيسبوك"، ما يشير إلى أن الطلبة الذين استخدموا الفيسبوك لأقل من سنة أو لعدة سنوات (6 أو 7) سنوات، فهذا لا يشكل فارقاً في تبنيهم لنوع معين من الاتجاهات النفسية الاجتماعية، بل تظهت اتجاهاتهم في نوع محدد ترواح بين الايجابية والمحايدة، وهي نفس النتيجة المتوصل اليها بخصوص ساعات الاستخدام في اليوم حيث لم تكشف الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية اجتماعية للطلبة الجامعيين تعزى لمتغير (ساعات الاستخدام في اليوم) نحو شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك".

أما بالنسبة لساعات الاستخدام في الأسبوع والشهر فقد كشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين في (ساعات الاستخدام في الأسبوع) بين الفئتين (من ساعة إلى 19 ساعة) و (من 20 ساعة إلى 38 ساعة) وكانت الفروق لصالح الفئة الثانية. وكذلك عن فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين في (ساعات الاستخدام في الشهر) بين الفئتين (من 3 ساعة إلى 104 ساعة) و (من 105 ساعة إلى 106 ساعة) وكانت الفروق لصالح الفئة الثانية، ما يعني أن الطلبة الذين يستخدمون الفيسبوك لمدة بين 20 ساعة و 38 ساعة في الأسبوع و 105 ساعة و 106 ساعة في الشهر، كونوا اتجاهات نفسية اجتماعية بين الايجابية والمحايدة أكثر من غيرهم من المستخدمين للفيسبوك في أقل من هذه المدة الزمنية أو أكثر.

خاتمة

حاولنا في هذه الدراسة تسليط الضوء على موضوع الساعة، والمتمثل في شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، الذي كثر عليه الجدل والاهتمام سواء من قبل الباحثين والمفكرين أو من قبل الدول والحكومات، عدى عن الرواج والشعبية التي يحضى بهما لدى مختلف شرائح المجتمع الغربي والمجتمع العربي بما فيه المجتمع الجزائري كالطلبة الجامعيين، وقد ركزنا على هاته الفئة نظرا لما تملكه من طاقات ولمكانيات علمية وفكرية وثقافية وغيرها، تؤهلها للعب دور فاعل في المجتمع من خلال ما تحمله من اتجاهات نفسية اجتماعية التي تعد بمثابة محددات موجهة وضابطة ومنظمة للسلوك الاجتماعي، حيث أن لكل فرد أو جماعة اجتماعية نظاما معيناً من الاتجاهات التي يتم تعلمها أو اكتسابها من البيئة عن طريق عملية التفاعل الاجتماعي والتي يمكن تكوينها من شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك".

وهذا ما حاولنا التعرف عليه في دراستنا، أي الكشف عن طبيعة الاتجاهات النفسية الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين من حيث كونها إيجابية أم سلبية أم محايدة؟، وهل هاته الاتجاهات قوية أم ضعيفة؟، وهل توجد فروق دالة إحصائية في ذلك تبعا لمجموعة متغيرات؟.

ومن خلال العمل البحثي الذي توصلنا من خلاله إلى أن أغلبية الطلبة الجامعيين من أفراد عينة الدراسة قد تراوحت اتجاهاتهم النفسية الاجتماعية بين التأييد القوي (الإيجاب) والمحايدة. مع وجود فروق دالة إحصائية في ذلك تعزى لمتغيرات (الجنس، وساعات الاستخدام في الأسبوع والشهر).

وعموما توحى هاته النتائج بوجود اختلاف في طبيعة الاتجاهات النفسية الاجتماعية التي يحملها الطلبة الجامعيين نحو الفيسبوك هذا من جهة، ومن جهة أخرى تأثير متغيري الجنس وساعات الاستخدام في هاته الاتجاهات النفسية الاجتماعية.

وفي الأخير نحسب دراستنا هاته ما هي إلا محاولة بسيطة تُمهّد الطريق لإجراء دراسات وبحوث امبريقية مستقبلية بتوجهات منهجية ونظرية تضيف المزيد من المتغيرات المؤثرة في هذه الدراسة لإعطاء صورة أوضح وأشمل بما يسهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي، ولعلنا نفتح المجال لمثل هذه الدراسات بطرح التساؤل التالي:

فيما تتمثل الحاجات النفسية الاجتماعية المؤدية لاستخدام الطلبة الجامعيين للفيسبوك؟

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

1. إبراهيم مروان. (2000). أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية (ط.1). عمان: مؤسسة الوراق.
2. إبراهيم، الدسوقي. (د.ت). وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية. الإسكندرية: دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر.
3. إبراهيم، زهراء. (2012، 8 ديسمبر). سعادتنا ودمارنا في الفيسبوك. الوسط. 3654.
4. الإبراهيمي، وبوترعة، ولوحيدي. (2012، 10-09 ديسمبر). التفاعل السبرنتيكي على شبكة الفيس بوك وأثره على الوظيفة التربوية للأسرة الجزائرية. قدم إلى المؤتمر الدولي السادس لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة.
5. أبو العينين، حميدي. (2012). الإعلام الجديد في العالم الإسلامي: إشكالية الثقافة والتكنولوجيا والاستخدام. مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة، 1 (1)، 19.
6. أبو النيل، محمود (1975). علم النفس الاجتماعي: دراسات عربية وعالمية (ط.1). بيروت دار النهضة العربية.
7. أبو النيل، محمود. (2009). علم النفس الاجتماعي عربيا وعالميا (ط.1). القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية.
8. أبو درويش، منى. وبشارة، موقف. (محررون، 2006، 29 نوفمبر). أثر تدريس مساق تعليم ذوي الاحتياجات الخاصة في تنمية الاتجاهات نحو المعاقين لدى عينة من طلبة جامعة الحسين بن طلال. المجلة الأردنية في العلوم التربوية، 3 (4)، 386.
9. أبو علام، رجاء. (2004). مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية. (ط.4). القاهرة: دار النشر للجامعات.
10. أثر الإعلام الاجتماعي على الريادة وفرص العمل لبرنامج الحكومة والابتكار، 2012، دبي: كلية دبي للإدارة الحكومية.

11. أحمد، سهير. (2001). علم النفس الاجتماعي بين النظرية والتطبيق. الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب.
12. آغا، عبد الله. (د.ت). مواقع التواصل الاجتماعي في دقيقة { فيديو}. تم استرجاعه من موقع: <http://www.arabnet5.com/computer-internet-news.asp?c=2&id=28999>
13. أليكسيا، www.alesca.com, 2011/04/03/
14. آن، كولير، ولاري، ماجد (2012). دليل أولياء الأمور لاستخدام الفيسبوك *Facebook*. جمهورية مصر العربية: دن.
15. أنجرس، م. (2006). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية (بوزيد صحراوي، وكمال بوشرف، وسعيد سبعون، مترجمون). الجزائر: دار القصة للنشر.
16. الانضمام لـ «دولة» الفيس بوك الالكترونية .. بحث عن المفقود أم مجرد استهلاك آخر للتكنولوجيا؟، تم استرجاعها في تاريخ 11 أبريل، 2009 من http://m.addustour.com/viewtopic.aspx?ac=\Economy\2009\04\Economy_issue551_day1_1_id131834.htm
17. بعزیز، إبراهيم. (2011). تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية (ط.1). القاهرة: دار الكتاب الحديث.
18. بني جابر، جودت. (1998). علم النفس الاجتماعي (ط.1). عمان: مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع.
19. بني جابر، جودت، وعبد العزيز، سعيد. (2002). المدخل إلى علم النفس (ط.1). عمان: مكتبة دار الثقافة والدار العلمية الدولية.
20. بورحلة، سليمان. (2008/2007). أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر.
21. تابسكوت، د. (2012). جيل الإنترنت: كيف يغير جيل الإنترنت عالمنا (حسام بيومي محمود، مترجم). القاهرة: كلمات عربية للترجمة والنشر.

22. التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي، تم استرجاعها في تاريخ 3 نوفمبر، 2011، من http://a7sa2ya.blogspot.com/2011/11/blog-post_6609.html
23. تقرير الإعلام الاجتماعي العربي الثالث لبرنامج الحكومة والابتكار، تقرير 2011، دبي: كلية دبي للإدارة الحكومية.
24. تقرير الإعلام الاجتماعي العربي الثاني لبرنامج الحكومة والابتكار، تقرير 2011، دبي: كلية دبي للإدارة الحكومية.
25. تقرير الإعلام الاجتماعي العربي الرابع لبرنامج الحكومة والابتكار، تقرير 2011، دبي: كلية دبي للإدارة الحكومية.
26. الثقي، حسين.(2006). تغيير الاتجاهات نحو مهنة التمريض لدى عينة من الشباب السعودي من خلال برنامج إرشادي. رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، الرياض السعودية.
27. جابر، نصر الدين، ولوكيا، الهاشمي.(2006). مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي. الجزائر: دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع.
28. الجراح، عبد الناصر (2007، 3 جوان). اتجاهات طلبة الإرشاد النفسي في جامعة اليرموك نحو تخصصهم الأكاديمي وعلاقتها ببعض المتغيرات. المجلة الأردنية في العلوم التربوية، 3 (2)، 165.
29. جمال، أبو شنب، وخوخة، أشرف.(2005). الدعاية والإعلام. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
30. حبة، وديعة.(2012، 10 - 09 ديسمبر). الاغتراب الاجتماعي كأحد مفرزات العالم الافتراضي بشبكات التواصل الاجتماعي أنموذجاً. قُدم إلى المؤتمر الدولي السادس لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة، بسكرة.
31. حجازي، تغريد.(2008، 1 مارس). بناء مقياس اتجاهات نحو الكيمياء لطلبة الصفين الحادي عشر والثاني عشر. مجلة العلوم التربوية والنفسية، 9 (1)، 77.

32. الحمدي، عمر ، ، ثلاث صفات مشتركة بين شبكات التواصل الاجتماعي، تم استرجاعها في تاريخ 23 جانفي، 2012، من <http://thawratalweb.com/social-networks/228>
33. حميدي، سامية، ومالكي، حنان.(10،2012-09 ديسمبر). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأسرة. قُدم إلى المؤتمر الدولي السادس لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة، بسكرة.
34. حنفي، محمد،(2010، 11 مارس). ندوة العربي تبحث مدونات الانترنت والثقافة العربية: نقطة التقاء أم. بداية صراع بين الوسائط؟. مجلة القبس، 11.(132)
35. دافيدوف. ل.(2000). السلوك الاجتماعي الوراثة - البيئة - والروابط الاجتماعية (ط.1). (نجيب الفونس خزام، وسيد الطواب، مترجمون). مصر: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية.
36. درويش، زين. (1999). علم النفس الاجتماعي أسسه وتطبيقاته. القاهرة، دار الفكر العربي.
37. الدليمي، عبد الرزاق. (2011). الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية (ط.1). عمان: دار وائل للنشر.
38. دهيمي، زينب.(2012، جوان). موقع التواصل الاجتماعي الفايس بوك. مجلة العلوم الإنسانية. جامعة محمد خيضر بسكرة،(26).256
39. دهيمي، زينب.(د.د). المراهق بين العزلة والانترناتية والاتصالية داخل الأسرة. قُدم إلى المؤتمر الوطني الأول لكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة قاصدي مراح ورقلة، ورقلة.
40. ذو الفقار، شيماء.(2004). نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام. القاهرة: الدار المصرية.
41. راضي، الوفي. (1998). مقدمة في علم النفس(ط.1). عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.

42. الرحو، جنان. (2005). أساسيات في علم النفس (ط.1). بيروت: الدار العربية للعلوم.
43. رشوان، حسين. (2003). أصول البحث العلمي. الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.
44. الرعود، عبد الله. (2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، د. ن.
45. الرفاعي، نعيم. (1982). التقويم والقياس في التربية (ط.1). دمشق: مديرية المطبوعات الجامعية.
46. رمضان، الخامسة. (2012). استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي دراسة مسحية حول جمهور الشبكات الاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة.
47. ساري، حلمي. (2008). تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري). مجلة جامعة دمشق، 24(1+2)، 306.
48. سالم، مريم ، ، شبكات التواصل إلى أين؟، تم استرجاعها في تاريخ 11 أكتوبر، 2011 من <http://www.albayan.ae/opinions/articles/2011-10-11-1.1517717>
49. سعود الهواري، الفيسبوك يتجاوز ياهو ويصبح ثالث أكبر المواقع زيارة في العالم، تم استرجاعها في تاريخ 17 مارس، 2011 من <http://WWW.tech-wd.com/wd/2010/12/28/facebook-yahoo-comscore>
50. السماوي، مهند ، إذا أردت أن تكون سعيدا... فاهجر الفيسبوك، تم استرجاعها في تاريخ 01 مارس، 2012، من <http://www.middle-east-online.com/?id=126735>
51. سويف، مصطفى. (1996). مقدمة لعلم النفس الاجتماعي (ط.2). القاهرة: المكتبة الانجلو مصرية.

52. السيد، فؤاد. (1954). علم النفس الاجتماعي. القاهرة: دار الفكر العربي.
53. السيسي، شعبان. (2009). علم النفس أسس السلوك الانساني بين النظرية والتطبيق. الإسكندرية. المكتب الجامعي الحديث.
54. شحاته، حسن، والنجار، زينب. (2003). معجم المصطلحات التربوية والنفسية (ط.1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
55. الشديفات، يحي. (2007. 15 جانفي). أثر استخدام شبكة الانترنت في التحصيل الدراسي لدى طلبة الماجستير في مساق التخطيط التربوي في جامعة آل البيت. المجلة الأردنية في العلوم التربوية، 3 (1)، 1.
56. شعبان، فؤاد، وصبطي، عبيدة. (2012) تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة. (ط.1). الجزائر: دار النشر.
57. الشقيرات، محمد، والنوايسة، سميا. (محررون، 2002، 9 جانفي). اتجاهات العاملين في القطاع الصحي الحكومي في محافظة لكرك نحو كبار السن وعلاقة ذلك ببعض المتغيرات الديموغرافية. مجلة العلوم التربوية والنفسية، 3 (2). 87.
58. الشكعة، علي. (2004، 3 سبتمبر). الاتجاهات نحو تدريس التربية الجنسية، وعلاقتها بمتغيري الجنس، والتخصص عند معلمي، ومعلمات المدارس الحكومية في فلسطين. مجلة العلوم التربوية والنفسية، 5 (3)، 224.
59. صادق، عباس. (2008). الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات (ط.1). عمان: دار الشروق.
60. صالح، أحمد، إمبراطورية فيس بوك.. ثالث أكبر جمهورية بـ 750 مليون نسمة، العدد 2198، تم استرجاعها في تاريخ 28 فيفري، 2011 من <http://ik.ahram.org.eg/IK/Ahram/2011/2/28/INVE1.HTM>
61. الصفتي، مصطفى، ومكاري، نبيلة، وقاسم، ناجي. قراءات في علم النفس. الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب.

62. الصقور، ظفران.(2003). اتجاهات العاملين في قطاع الدفاع المدني نحو العمل الميداني. رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، د. ن.
63. الصمادي، عبد الله، والداربيع، ماهر.(2004). القياس والتقويم النفسي والتربوي. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
64. طعم الله، خميس.(2004). مناهج البحث وأدواته في العلوم الاجتماعية. تونس: مركز النشر الجامعي.
65. عابد، زهير. (28،2012 ماي). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي - دراسة وصفية تحليلية-. مجلة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، 26(6)، 1396.
66. عامر، فتحي.(2011). وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك (ط.1). القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
67. عبد الرؤوف، شبكات التواصل الاجتماعي تغير الأفكار والسلوكيات، تم استرجاعها في تاريخ 21أفريل، 2011
من <http://arabic.arabianbusiness.com/business/technology/2011/jan/21/49628>
68. عبد الرحمان، سعد.(1998). القياس النفسي (النظرية والتطبيق). (ط-3). القاهرة: دار الفكر العربي.
69. عبد الصادق، عادل، ، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأمن والحرية، تم استرجاعها في تاريخ 28 مارس، 2012 من <http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=858838&eid=501>
70. عبد الله، عبد الجبار، وعزيز، فراس.(محررون، 2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي. مجلة العلوم السياسية، (44)، 210.
71. عبد الله، معتز، وخليفة، عبد اللطيف.(2001). علم النفس الاجتماعي. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.

72. عبيد، كمال ، شبكات التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين، تم استرجاعها في تاريخ 20 جويلية 2011، <http://www.alnoor.se/article.asp?id=120692>

73. العبيد، منصور.(1996). الانترنت استثمار المستقبل (ط.1). الرياض: د. ن.
74. عبيدات، محمد، وأبو نصار، محمد، ومبيضين، عقلة.(1999). منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات (ط.2). عمان: دار وائل للنشر.
75. العبيدي، محمد، وولي، باسم.(2009). المدخل إلى علم النفس الاجتماعي (ط.1). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
76. العتوم، عدنان.(2009). علم النفس الاجتماعي (ط.1). الشارقة: مكتبة الجامعية، الأردن: إثراء للنشر والتوزيع.
77. العتيبي، طارق.(2006). الصراعات التنظيمية وأساليب التعامل معها - دراسة مسحية لوجهة نظر الضباط في المديرية العامة للجوازات بمدينة الرياض. رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض السعودية.
78. عثمان، إياد.(1998). اتجاهات طلبة جامعة النجاح الوطنية نحو المرض النفسي. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس فلسطين.
79. عدس، عبد الرحمان، وقطامي، نايفة.(2002). مبادئ علم النفس. عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.
80. عطية، سميحة.(2001). إدراك الأطفال لشبكة علاقاتهم الاجتماعية: دراسة وصفية- مقارنة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، د. ن.
81. العقبى، وبركات.(2012، 10-09 ديسمبر). شبكات التواصل الاجتماعي والتغير في العلاقات الاجتماعية بين الشباب الجامعي (الفيسبوك نموذجاً) - دراسة ميدانية بجامعة بسكرة- قدم إلى المؤتمر السادس لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة، بسكرة.

82. العلق، حسين، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في التغيير في منتدى الثلاثاء، تم استرجاعها في تاريخ 16 مارس، 2011، <http://www.thulatha.com/?act=artc&id=588>
83. عليان، ربحي، ونسيم، عثمان. (2000). *مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق (ط.1)*. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
84. العمري، محمد. (2005، 11 أكتوبر). *واقع استخدام شبكة الانترنت كأداة لجمع البيانات لأغراض البحث العلمي ومعيقات استخدامها لدى أعضاء هيئة التدريس في كلية التربية بجامعة اليرموك. المجلة الأردنية في العلوم التربوية، 1(3)، 202.*
85. العمودي، غادة. (د.ت). *البرمجيات الاجتماعية في منظومة التعلم المعتمد على الويب: الشبكات الاجتماعية نموذجا. قُدم إلى المؤتمر الدولي الأول للتعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد صناعة التعلم للمستقبل، المملكة العربية- الرياض.*
86. عوض، حسني. (2012، 6 ماي). *دراسة حول أثر استخدام الفيس بوك على تقدير الذات لدى فئة الشباب في محافظة طولكرم. القدس، 47.*
87. العيفة، جمال. (2010، 18-19 أكتوبر). *الإعلام الجديد تساؤلات عن المصادقية والفعالية. قُدم إلى المؤتمر الوطني الأول، جامعة سطيف.*
88. الغامدي، سعيد. (2003). *مدى اختلاف الخصائص السيكمترية لأداة القياس في ضوء تغاير عدد بدائل الاستجابة والمرحلة الدراسية - رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، السعودية.*
89. الغانم، وليد. (2003). *الاتجاهات نحو التسرب الوظيفي وعلاقتها بالأداء. رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض السعودية.*
90. غربي، علي. (2006). *أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية. قسنطينة: ديوان المطبوعات الجامعية-المطبعة الجهوية بقسنطينة.*
91. الفايبيوك في أسطر. (2011، أكتوبر). *الفايبيوك في أسطر. أصداء جامعة بسكرة، (20)، 11-12.*

92. فضل الله، وائل.(2010). أثر الفيسبوك على المجتمع (ط.1). السودان - الخرطوم: مدونة شمس النهضة.
93. الفطافطة، محمود.(2011). علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين الفيسبوك نموذجا. فلسطين: د. ن.
94. فورار، محمد.(2010). موقع فايسبوك والشباب العربي، الاستخدامات، والإشباعات. رسالة ماجستير غير منشورة تونس.
95. القاضي، محمود ، الوعي هو السلاح في عصر المعلومات (الشبكات الاجتماعية - الفرص المحفوفة بالمخاطر)، تم استرجاعها من: <http://www.luxorlink.com/bank39.html>
96. قيراط، محمد ، ، شبكات التواصل الاجتماعي فرص وتحديات التغيير، تم استرجاعها في تاريخ 17 فيفري، 2012 من <http://www.albayan.ae/opinions/articles/2012-02-17-1.1594030>
97. كركوش، وبن قويدر.(2012، 10-09 ديسمبر). تأثير شبكة التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية - دراسة ميدانية - قدم إلى المؤتمر الدولي السادس لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة، بسكرة.
98. الكندي، سالم، وفكري، محمد(2012). شبكات التواصل الاجتماعي كأدوات تسويقية في مؤسسات المعلومات. 13(1+2).
99. اللبان، شريف.(2011). مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت (ط.1). القاهرة: دار العالم العربي.
100. الطاهر، مهدي.(1991). الاتجاه نحو مهنة التدريس وعلاقتها ببعض المتغيرات الدراسية (الأكاديمية) لدى طلاب كلية التربية. رسالة ماجستير منشورة، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.
101. مان، م.(1999). موسوعة العلوم الاجتماعية (عادل مختار الهواري، وسعد عبد العزيز مصلوح). دار المعرفة الجامعية.

102. مجاهد، أماني. (2010، مايو). استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة. دراسات المعلومات، (2)، ص.9.

103. المحارب، سعد (2011). الإعلام الجديد في السعودية (ط.1)، بيروت: جداول للنشر والتوزيع.

المراعية، تمارا، هل للمواقع الاجتماعية فوائد أخرى غير التواصل الاجتماعي؟، تم استرجاعها في تاريخ 1 ديسمبر، 2011 من

http://www.veecos.net/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=4375:2010-11-30-17-16-10&catid=169:general&Itemid=122

104. مسعودان، ووارم. (2012، 10-09 ديسمبر). العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والاعتراب الثقافي للشباب دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة البشير الابراهيمي - برج بوعريريج-. قدم إلى المؤتمر الدولي السادس لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة، بسكرة.

105. مصطفى، يوسف. (2009). بحوث معاصرة في علم النفس (ط.1). عمان: دار دجلة.

106. المعاينة، خليل (2000). علم النفس الاجتماعي (ط.1). عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.

107. المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية. (2012). المعرفة وشبكات التواصل الالكترونية. نحو مجتمع المعرفة، (39).

108. المقابر الالكترونية... كفن الموت للحياة الزوجية، تم استرجاعها في تاريخ 21 ديسمبر 2010، من <http://www.al-madina.com/node/279930>

109. منسي، محمود، والطواب، سيد، وصالح، أحمد، وقاسم، ناجي، وهاشم، مها، ومكاري، نبيلة. (2001). المدخل إلى علم النفس التربوي. د. ن.

110. المنصور، محمد.(2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية العربية أنموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية في الدانمارك، د، ن.
111. المهوس، أحمد (2004). اتجاهات العاملين بالمديرية العامة للجوازات نحو الجودة الشاملة. رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، الرياض السعودية.
112. ميمان، زياد، في تحقيق للوكالة... أدياء يتحدثون عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على كتاباتهم، تم استرجاعها في تاريخ 2 مارس 2012، من <http://www.alapn.com/ar/news.php?cat=11&id=21493>
113. ناصيف، شادي.(2009). فضائح الفيسبوك (ط.1). القاهرة: دار الكتاب العربي.
114. هماش، ساعد.(2012). الشبكات الاجتماعية وآثارها على الفرد والمجتمع. مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة، 1 (2)، 82-83.
115. واضح، خضرة.(2010). اتجاهات جمهور مستخدمي الانترنت في الجزائر نحو الإعلانات الالكترونية: دراسة ميدانية بنوادي الانترنت بولاية قسنطينة – رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، قسنطينة.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

116. Boyd, danah .(2008). *Taken Out of Context*. American Teen Sociality in Networked Publics
117. C.Nathan, dewall, and Laura, E.Buffardi, and Lan, W.Keith, campbell .(2011). Narcissism and implicit attention seeking :Evidence from linguistic analyses of social networking and online presentation, *Personality and individual differences*, (51) , P 57.
- 118.E.Buffardi, Laura,and Campbell, W.Keith (2008) . Narcissism and social networking web sites ,*personality and social psychology bulletin*, (34) , P 1304.
- 119.Elij, Finkel, and W- keith, campbell, and Laura, E.buffardi, kumashiro and Caryl, E.Rusbult.(2009). The metamorphosis of narcissus : Communal

- activation promotes relationship commitment among narcissists, *Personality and social psychology bulletin*, (35) , P 1272.
120. j.Carpenter, Christopher .(2012). : Narcissism on Face book self promotional and anti-social behavior, *Personality and individual differences*.(52) , P 482 ,
- 121.J.Kuss, Daria, and D.Griffiths, Mark .(2011). Online social networking and addiction-areview of the psychological literature, *international journal of environmental research and public health*, (8) , P 3530.
- 122.Mooney, Carala.(2009).Social Online Networking. London
123. Rissoan , Romain .(2011). Les réseaux sociaux, (2^{eme} editions). editions ENI : France.
- 124.S.Holtzman, Nicolas, and J, Strube, Micheal .(2010). Narcissism and attractiveness, *Journal of research in personality*, (44) , P 133.
- 125.Sana, Rouis, and Moes, Limayem, and Esmail Salehi-Sangari .(2011). *Impact of facebook usage on student's Academic Achievement: Roles of Self-regulation and Trust* . Sweden-USA

الملاحق

منح رقم (1): إحصائيات طلبة التدرج LMD للسنة الجامعية 2012-2013



المجموع	طلبة الماستر	طلبة الليسانس	الأقسام	الكلية
2513	459	2054	آداب ولغة عربية	الآداب واللغات
3203	662	2541	الآداب واللغات الأجنبية	
5716	1121	4595	المجموع	
505	140	365	الإعلام الآلي	العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة
1609	150	1459	الرياضيات والإعلام الآلي	
912	184	728	علوم المادة	
2057	457	1600	علوم الطبيعة والحياة	
161		161	العلوم الزراعية	
351	18	333	علم الأرض والكون	
5595	949	4646	المجموع	
479	305	174	الهندسة الكهربائية	العلوم والتكنولوجيا
211	112	99	الكيمياء الصناعية	
1345	147	1198	الهندسة المعمارية	
860	343	517	الهندسة المدنية والري	
108	75	33	الهندسة الميكانيكية	
1896		1896	علوم وتقنيات	
4899	982	3917	المجموع	
467	202	265	العلوم الاقتصادية	العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
631	208	423	العلوم التجارية	
407	180	227	علوم التسيير	
746		746	مجال العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير	
2251	590	1661	المجموع	
1325	294	1031	التربية الرياضية والنشاطات البدنية	العلوم الإنسانية والاجتماعية
1002	179	823	العلوم الاجتماعية	
1951	231	1720	العلوم الإنسانية	
4278	704	3574	المجموع	
1492	457	1035	الحقوق	الحقوق والعلوم السياسية
395	127	268	العلوم السياسية	
1887	584	1303	المجموع	
24626	4930	19696	المجموع الكلي	

ملحق رقم (2): مستخدمو فيسبوك وأعداد السكان في كل بلد في العالم العربي لعام 2011

أعداد السكان لعام 2011 الصادرة عن إدارة الإحصاء بمنظمة العمل الدولية التابعة للأمم المتحدة

<http://laborsta.ilo.org/>

مستخدمو فيسبوك الجدد منذ 2011/5/1 (كنسبة من عدد السكان)	النسبة المئوية للزيادة في عدد مستخدمي فيسبوك منذ 2011/5/1	عدد مستخدمي فيسبوك منذ 2011/5/1	النسبة المئوية لاتنشار فيسبوك	عدد مستخدمي فيسبوك (2011/5/4) عدد السكان*	البلد
1.56	40.43	560,820	5.42	35,953,989	الجزائر
3.10	9.18	25,480	36.83	822,510	البحرين
0.40	44.59	2,800	1.28	706,622	جزر القمر
0.75	14.48	6,660	5.89	893,843	جيبوتي
2.27	42.12	1,951,960	7.66	85,950,300	مصر
1.01	82.24	326,600	2.24	32,266,577	العراق
4.75	28.81	313,640	21.25	6,598,615	الأردن
5.31	26.27	165,420	25.51	3,116,748	الكويت
1.74	11.63	113,940	25.50	4,287,610	لبنان
2.73	-71.73	-182,300	1.08	6,670,928	ليبيا
0.65	57.42	22,300	1.78	3,440,053	موريتانيا
2.21	29.23	724,500	9.78	32,770,852	المغرب
2.19	30.55	65,010	9.37	2,964,059	عمان
2.75	26.51	124,720	13.10	4,542,824	فلسطين
1.96	-6.01	-30,780	30.63	1,571,520	قطر
3.16	26.04	845,620	15.28	26,777,613	السعودية
0.15	219.23	14,820	0.22	9,605,189	الصومال
0.23	29.77	101,780	1.01	44,103,535	السودان
0.45	40.63	102,918	1.55	23,008,268	سوريا
5.11	29.42	535,640	22.49	10,476,355	تونس
6.06	13.78	291,480	50.01	4,811,345	الإمارات
0.65	89.95	161,380	1.37	24,943,950	اليمن

ملحق رقم (3): طلب تحكيم

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية: العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم: العلوم الاجتماعية

طلب تحكيم أداة بحث

أستاذي (ة) الفاضل (ة) تحية طيبة وبعد:

في إطار الاعداد لإنجاز رسالة الماجستير تخصص علم النفس الاجتماعي والموسومة بـ: "الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك"، تسعى الباحثة إلى تطبيق دراستها الميدانية بجامعة محمد خيضر بسكرة على الطلبة المستخدمين للفيسبوك.

وبناءً عليه انطلقت الدراسة من التساؤلات التالية:

1- ما طبيعة الاتجاهات النفسية الاجتماعية لطلبة جامعة محمد خيضر بسكرة نحو

شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك؟

2- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى

لمتغير (الجنس) تبعا للدرجة الكلية على مقياس اتجاهات الطلبة نحو شبكة التواصل

الاجتماعي فيسبوك؟

3- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى

لمتغير (سنوات الاستخدام) تبعا للدرجة الكلية على مقياس اتجاهات الطلبة نحو

شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك؟

4- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى لمتغير (عدد ساعات الاستخدام) تبعا للدرجة الكلية على مقياس اتجاهات الطلبة نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك؟

وللإجابة على تساؤلات الدراسة عمدت الباحثة إلى بناء مقياس على طريقة ليكرت "Likert" لقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية لطلبة جامعة محمد خيضر بسكرة، واجتهدت في صياغة مجموعة من البنود تضعها بين أيديكم متطلعة بذلك إلى آرائكم السديدة، وتقويمكم الموضوعي لمدى صلاحية كل بند من البنود وحكمكم على درجة صدقها في قياس ما وضعت لأجله من وجهة نظركم الحكيمة بالإضافة إلى ملاحظاتكم الوجيهة. وكما هو معروف عليكم من اهتمام بالبحث العلمي وكل ما يتصل به، فإن الباحثة تتوجه إليكم بهاته القائمة من البنود والأمل يحذوها بأن تجد عندكم العون والمساعدة ولكم جزيل الشكر والعرفان.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

الباحثة: بوعمر سميلة

إعادة الصياغة	وضوح العبارة		صلاحية العبارة		البنود	رقم البند
	غير واضحة	واضحة	لا تقيس	تقيس		
المحور الأول: المكون المعرفي لاتجاه الطلبة نحو شبكة الفيسبوك						
					أرى أنه لا يمكن تجنب الفيسبوك في وقتنا الراهن	1
					الفيسبوك يسبب إلا المشكلات	2
					الفيسبوك يسمح بمعالجة كل المواضيع بحرية وشفافية	3
					لا يتمتع الفيسبوك بمصادقية كافية	4
					أرى أن الفيسبوك وسيلة للتطفل على الآخر	5
					كثيرا ما يستخدم الفيسبوك لأغراض غير مقبولة	6
					أرى أن الفيسبوك يساعد على تقاسم الميولات والاهتمامات	7
					الفيسبوك ما هو إلا وسيلة للهروب من الواقع	8
					الفيسبوك ما هو إلا وسيلة لمناقشة القضايا التافهة	9
					يتيح لي الفيسبوك حرية لا أجدتها في الواقع	10
					أعتقد أن الفيسبوك لا يستحق كل هذه الشهرة	11
					الفيسبوك شبكة اجتماعية ناجحة في ربط علاقات صداقة حقيقية وقوية	13
					الصداقات التي تتشكل من خلال الفيسبوك سطحية ومؤقتة	14
					العلاقات الواقعية أقوى من العلاقات الافتراضية التي تتكون في الفيسبوك	15
					الشبكة الاجتماعية الفيسبوك وفرت لي الخصوصية	16
					أرى أن الفيسبوك لا يستخدم إلا لمجرد الترفيه واللعب	17
					أرى ضرورة في استخدام الشبكة الاجتماعية الفيسبوك	18
					على الطالب الجامعي أن يستخدم الفيسبوك في الوقت الراهن	19
					أعتقد أن الفيسبوك سلبياته أكثر من إيجابياته	20
					الفيسبوك مهم جدا بالنسبة لي كطالب جامعي	21

					الحياة بدون الفيسبوك مملة	22
					لا أرى أن للفيسبوك أهمية في حياتي الشخصية	23
					يمكنني الفيسبوك من تكوين علاقات اجتماعية في وقت قصير	24
					يعزز الفيسبوك احترامي للآخرين	25
					يعد الفيسبوك وسيلة فاعلة مع الأصدقاء البعيدين نسبيا	26
					يؤدي استخدام الفيسبوك الى الكسل والتراخي	27
					معرفة الأفكار الجديدة من خلال الفيسبوك تستهويني	28
					أستطيع من خلال الفيسبوك التعبير عن ذاتي	29
					يلعب الفيسبوك دورا في انحراف الشباب	30
					يعمل الفيسبوك على اشباع حب الاستطلاع بالنسبة لي	31
المحور الثاني: المكون الوجداني لاتجاه الطلبة نحو شبكة الفيسبوك						
					أفضل استخدام الفيسبوك للتحديث والتطوير المستمر في خدماتها	32
					كثرة التنوع في خدمات الفيسبوك يجذبني إليه	33
					أهتم بالفيسبوك لمعالجته لمواضيع مختلفة	34
					واجهة الفيسبوك وطريقة عرضها للموضوعات كثيرا ما تريحني	35
					أحب الشبكة الاجتماعية فيسبوك لسهولة استخدامها	36
					يزعجني إلحاح البعض على الدردشة معي في الفيسبوك	37
					لا أستخدم كثيرا الفيسبوك لأنه يشعرني بالملل	38
					لا أميل مطلقا للتواصل الاجتماعي عن طريق الفيسبوك	39
					أشعر أن الفيسبوك مرحلة جديدة من إضاعة الوقت	40
					أكون أكثر راحة وحرية عندما أتواصل مع أصدقائي عن طريق الفيسبوك	41

					لا أجد سعادة في التواصل مع الآخرين في الفيسبوك	42
					يشعرنني الفيسبوك أنني شخص مهم ومتميز	43
					أشعر أنني أفضل عندما أبتعد عن عالم الفيسبوك	44
					أفضل تكوين صداقات جديدة من خلال الفيسبوك مقارنة بالحياة الواقعية	45
					يستهويني الفيسبوك من خلال غرف الدردشة	46
					أحب التواصل مع أصدقائي بعيدا عن عالم الفيسبوك	47
					أستمتع بكل الخدمات التي يقدمها الفيسبوك	48
					أشعر بأنني أستطيع التعبير عن وجهة نظري بسهولة ويسر من خلال الفيسبوك	49
المحور الثالث: المكون السلوكي لاتجاه الطلبة نحو شبكة الفيسبوك						
					أعبر من خلال شبكة الفيسبوك على آرائ وأفكاري	50
					تضييع وقتي في الدردشة من خلال الفيسبوك قلل استخدامي له	51
					يجعلني الفيسبوك أكثر ارتباطا بالعالم الافتراضي منه بالعالم الواقعي	52
					أنضم في الفيسبوك إلى مجموعات اجتماعية مختلفة	53
					كثيرا ما أرسل طلبات صداقة في الفيسبوك	54
					صفحتي في الفيسبوك غنية بكل ما هو جديد	55
					ساعدني الفيسبوك في التخلص من الشعور بالوحدة	56
					عادة ما ألغي طلبات الصداقة التي تصلني في الفيسبوك	57
					أتاح لي الفيسبوك مناقشة قضايا راهنة	58
					قليل ما أنشر على صفحتي في الفيسبوك	59
					أقوم في الفيسبوك بإنشاء مجموعات اجتماعية باستمرار	60
					أستخدم الفيسبوك بغية التعرف على ثقافات أخرى	61

					أستخدم الفيسبوك في التعريف بثقافتنا الجزائرية	62
					كثيرا ما أستخدم الفيسبوك في مشاركة صفحات مهمة	63
					لا تستمر علاقاتي الاجتماعية التي تنشأ في الفيسبوك	64
					كثيرا ما أتجاهل الدردشة رغم تواجدي على صفحتي في الفيسبوك	65
					أستخدم الفيسبوك لشغل أوقات فراغي	66
					يمكنني الفيسبوك من التواصل المستمر مع زملائي في الجامعة	67
					أتعلم من خلال الفيسبوك لغات أصدقائي الأجانب	68
					لا أعبر عن إعجابي لما ينشره أصدقائي على صفحاتهم	69
					أعلق باستمرار على ما ينشره أصدقائي في صفحاتهم	70
					كثيرا ما أشارك على صفحتي ما ينشره أصدقائي على صفحاتهم في الفيسبوك	71
					أنشر باستمرار في صفحتي الرئيسية في الفيسبوك	72
					أتواصل مع أصدقائي في الفيسبوك بالصوت والصورة	73
					أتجنب تكوين علاقات صداقة مع أفراد غرباء في الفيسبوك	74
					أرسل الهدايا الافتراضية إلى أصدقائي خاصة في المناسبات والأعياد	75
					أنسى مشكلاتي عندما أتواصل مع الآخرين في الفيسبوك	76
					يصعب علي التعامل مع الفيسبوك	77
					أستطيع متابعة كل جديد على صفحتي في الفيسبوك	78
					أتبادل الخبرات والتجارب مع أصدقائي عن طريق الفيسبوك	79
					ساعدني الفيسبوك على تقبل نقد الآخرين	80
					كثيرا ما يشغلني الفيسبوك عن أمور مهمة في حياتي	81

ملحق رقم (4): قائمة المحكمين

الرتبة العلمية	الأستاذ
أستاذ	دبلة عبد العالي
أستاذ	تاويريت نور الدين
أستاذ محاضر أ	بلوم محمد
محاضر أ	قبقوب عيسى
محاضر أ	عرعور مليكة
أستاذ أ	نحوي عبد العزيز عائشة
أستاذ محاضر ب	راجي اسماعيل
أستاذ مساعد أ	دبراسو فطيمة
أستاذ مساعد أ	بوجان نادية

ملحق رقم (5): مقياس الدراسة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم العلوم الاجتماعية



أخي(ة) الطالب(ة) تحية طيبة وبعد:

في إطار الاعداد لإنجاز رسالة الماجستير تخصص علم النفس الاجتماعي والموسومة
ب: "الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك"، تسعى
الباحثة إلى تطبيق دراستها الميدانية بجامعة محمد خيضر بسكرة.
لذلك يرجى منك التكرم بقراءة عبارات المقياس بتمعن ثم الإجابة عليها بكل صدق
وموضوعية بغرض الوصول إلى نتائج حقيقية وواقعية معبرة عن الواقع. من خلال وضع
علامة في المربع الذي تراه مناسباً. مع العلم أنه لا توجد إجابات صحيحة وأخرى خاطئة
فالإجابة صحيحة مادامت مطابقة لآرائك ومشاعرك وسلوكك.

إجابتك هي محل السرية التامة واستخدامها موجه لغرض الدراسة والبحث العلمي فقط.

لكم جزيل الشكر على تعاونكم معنا ووفقكم الله في مسيرتكم العلمية.

الباحثة: بوعمر سهيلة

العام الدراسي: 2012 - 2013

قبل أن تبدأ في الإجابة على عبارات المقياس يرجى منك ملئ البيانات التالية:

1- الجنس:

ذكر أنثى

2- الكلية:.....

3- القسم:.....

4- المستوى الدراسي:.....

5- هل تستخدم الفيسبوك:

نعم لا

6- منذ متى وأنت تستخدم الفيسبوك:

7- كم ساعة تقضيها عادة مع الفيسبوك:

✓ في اليوم:

✓ في الأسبوع:

✓ في الشهر:

الرجاء منك وضع إشارة في المربع الذي تراه مناسباً .

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض بشدة	أعارض بشدة
01	الفيسبوك شبكة اجتماعية ضرورية للطلاب الجامعي.					
02	أهتم بالفيسبوك لمعالجته لمواضيع مختلفة.					
03	أرسل طلبات صداقة كثيرة في الفيسبوك.					
04	الفيسبوك وسيلة لمناقشة القضايا غير الجدية.					
05	أشعر أنني أفضل عندما أبتعد عن الفيسبوك.					
06	قليلاً ما أنشر على صفحتي في الفيسبوك.					
07	يسمح الفيسبوك بمعالجة كل المواضيع بحرية.					
08	أحب الفيسبوك لسهولة استخدامه.					
09	أنضم في الفيسبوك إلى مجموعات اجتماعية مختلفة.					
10	الصداقات التي تتشكل من خلال الفيسبوك سطحية ومؤقتة.					
11	يزعجني إلحاح البعض على الدردشة معي في الفيسبوك.					
12	لا تستمر علاقاتي الاجتماعية التي تنشأ في الفيسبوك.					
13	يسمح الفيسبوك بالتعبير عن ذاتي.					
14	تريحني واجهة الفيسبوك.					
15	أقوم بإنشاء مجموعات اجتماعية باستمرار في الفيسبوك.					
16	يلعب الفيسبوك دوراً في انحراف الشباب.					
17	يشعرني الفيسبوك بالملل.					

					لا أعبر عن إعجابي لما ينشره أصدقائي على صفحاتهم.	18
					تستهويني الأفكار الجديدة في الفيسبوك.	19
					يشعرني الفيسبوك أنني شخص مهم.	20
					أشارك على صفحتي ما ينشره أصدقائي على صفحاتهم في الفيسبوك.	21
					يستخدم الفيسبوك لمجرد الترفيه.	22
					أكره التواصل الاجتماعي عن طريق الفيسبوك.	23
					كثيرا ما أتجاهل الدردشة رغم تواجدي على صفحتي في الفيسبوك.	24
					يساعد الفيسبوك على مشاركة الاهتمامات.	25
					أكون أكثر راحة عندما أتواصل مع أصدقائي في الفيسبوك.	26
					أتابع كل جديد على صفحتي في الفيسبوك.	27
					يؤدي استخدام الفيسبوك للكسل والتراخي.	28
					أشعر أن الفيسبوك طريقة جديدة لإضاعة الوقت.	29
					عادة ما ألغي طلبات الصداقة التي تصلني في الفيسبوك.	30
					يشبع الفيسبوك حب الاستطلاع عندي.	31
					أستمتع بكل الخدمات التي يقدمها الفيسبوك.	32
					أجد صعوبة في استخدام الفيسبوك.	33
					يستخدم الفيسبوك لأغراض غير مقبولة.	34
					يشعرني الفيسبوك بالبعد عن الواقع.	35
					أعلق باستمرار على ما ينشره أصدقائي في صفحاتهم.	36