

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد خيضر - بسكرة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم العلوم الإنسانية

الرقم التسلسلي:.....

رقم التسجيل:.....

### عنوان المذكرة

# استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال

## الحديثة في العلاقات الاجتماعية

دراسة ميدانية بجامعة بسكرة حول استخدام الانترنت  
والهاتف النقال في اختيار الزوج.

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع

إشراف:

د. العيفة جمال

إعداد الطالب:

بلمولاي بدرالدين

تاريخ المناقشة: 13 ماي 2012

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب + الرتبة العلمية	الصفة	الجامعة
الطاهر إبراهيمي	رئيسا	بسكرة
العيفة جمال	مشرفا ومقرا	عناية
جمال بن زروق	عضوا مناقشا	سكيكدة
أستاذ		
أستاذ محاضر أ		
أستاذ محاضر أ		

السنة الجامعية: 2011 / 2012



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد خيضر - بسكرة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم العلوم الإنسانية

الرقم التسلسلي:.....

رقم التسجيل:.....

### عنوان المذكرة

# استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال

## الحديثة في العلاقات الاجتماعية

دراسة ميدانية بجامعة بسكرة حول استخدام الانترنت  
والهاتف النقال في اختيار الزوج.

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع

إشراف:

د. العيفة جمال

إعداد الطالب:

بلمولاي بدرالدين

تاريخ المناقشة: 13 ماي 2012

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب + الرتبة العلمية	الصفة	الجامعة
الطاهر إبراهيمي	رئيسا	بسكرة
العيفة جمال	مشرفا ومقرا	عناية
جمال بن زروق	عضوا مناقشا	سكيكدة
أستاذ		
أستاذ محاضر أ		
أستاذ محاضر أ		

السنة الجامعية: 2012 / 2011

# الإهداء

إلى من قصرت في واجبي تجاههما، إلى من  
منحوني صبرهم ودعواتهم، إلى أئمة وأئمة ما  
لدي في الوجود: الوالدين الكريمين،  
الذين أدين لهما بكل ما حققته في حياتي،  
والذين أدموا الله أن يحفظهما لي ويطيل في عمرهما.  
إلى من كانوا بجانبني دائما:  
إخوتي وأخواتي بتشجيعاتهم ومساندتهم.  
إلى كل الأصدقاء والزلاء الذين  
ساعدوني من قريب أو من بعيد.  
أهدي هذا العمل المتواضع.

بدر الدين

# كلمة الشكر

## كلمة الشكر

الحمد لله حمد الشاكرين كما ينبغي لجلال وجهه الكريم،  
وأشكره على منّه وفضله وتوفيقه لي في إنجاز هذا  
العمل. أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف  
الدكتور العيفة جمال الذي شجعني على تناول هذا  
الموضوع، والذي لم يبخل علي بتوجيهاته القيمة خلال  
إنجازي لهذا العمل.

وإلى كل الأساتذة الذين كان لهم الفضل في  
تكويني خلال كل سنوات الدراسة  
كما أشكر أيضا كل من ساعدني  
من قريب أو من بعيد لإتمام  
هذا العمل المتواضع.

بدر الدين

## فهرس المحتويات

الإهداء

كلمة الشكر

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

أ ..... مقدمة

### الفصل الأول: موضوع الدراسة ومنهجيتها:

01 ..... **I- موضوع الدراسة:**

01 ..... 1- تحديد إشكالية الدراسة

03 ..... 2- أسباب اختيار الموضوع

03 ..... 3- أهداف الدراسة

04 ..... 4- أهمية الدراسة

04 ..... 5- تحديد المصطلحات

07 ..... 6- تحديد المداخل النظرية للدراسة

19 ..... 7- عرض الدراسات السابقة

32 ..... **II- منهجية الدراسة:**

32 ..... 1- منهج الدراسة

32 ..... 2- أدوات جمع البيانات

33 ..... 3- عينة الدراسة

34 ..... 4- مجالات الدراسة

35 ..... 5- صعوبات الدراسة

### الفصل الثاني: تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة:

38 ..... **I- تكنولوجيا الاتصال الرقمية:**

38 ..... 1- النظام التماثلي

38 ..... 2- النظام الرقمي

39 ..... 3- مفهوم التكنولوجيا الرقمية

39 ..... 4- التحول من التماثلي إلى الرقمي

40 ..... 5- رقمنة الاتصالات

41 ..... 6- خصائص التكنولوجيا الرقمية

43 ..... 7- مجالات استعمال التكنولوجيا الرقمية

44 ..... 8- مزايا و عيوب التكنولوجيا الرقمية

47 ..... **II- الشبكات و الوسائط المتعددة:**

47 ..... **I-II- الشبكات:**

47 ..... 1- تعريف الشبكة

47 ..... 2- خصائص الشبكات

48 ..... 3- أهمية الشبكات

49 ..... 4- فوائد الشبكات

50 ..... 5- أنواع الشبكات

51 ..... 6- توسع شبكة الاتصالات بالتقنيات الرقمية

51 ..... 7- شبكة الخدمات الرقمية المتكاملة (ISDN)

52 ..... 8- الشبكات اللاسلكية

54	54	<b>II - II - الوسائط المتعددة:</b>
54	1	تعريف الوسائط المتعددة.
55	2	التطور التاريخي للوسائط المتعددة.
56	3	عوامل تطور وانتشار الوسائط المتعددة.
56	4	معدات وأنظمة الوسائط المتعددة.
57	5	الوسائط المتعددة التفاعلية والوسائط الفائقة.
59	6	استخدامات الوسائط المتعددة.
61		<b>III - تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الجزائر:</b>
61	1	شبكة الاتصالات في الجزائر.
62	2	برنامج إصلاح قطاع الاتصالات.
63	3	الانترنت في الجزائر.
66	4	الهاتف النقال في الجزائر.
69	5	مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
		<b>الفصل الثالث: العلاقات الاجتماعية:</b>
73		<b>I - العلاقات الاجتماعية والجماعة:</b>
73		<b>I-I - العلاقات الاجتماعية:</b>
73	1	تعريف العلاقات الاجتماعية.
74	2	أهمية العلاقات الاجتماعية.
75	3	أنماط العلاقات الاجتماعية.
76		<b>II - الجماعة:</b>
76	1	تعريف الجماعة.
76	2	نشأة الجماعة وتطورها.
77	3	عناصر تكوين الجماعة.
79	4	تصنيفات الجماعة.
83		<b>II - II - التواصل والتفاعل الاجتماعي:</b>
83		<b>I - II - التواصل الاجتماعي:</b>
83	1	تعريف التواصل.
85	2	الفرق بين الاتصال والتواصل.
85	3	التواصل اللفظي وغير اللفظي.
86	4	عناصر عملية التواصل.
86	5	العوامل المؤثرة في التواصل.
88	6	التواصل والانترنت.
89		<b>II - II - التفاعل الاجتماعي:</b>
89	1	تعريف التفاعل الاجتماعي.
90	2	شروط التفاعل الاجتماعي.
91	3	مستويات التفاعل الاجتماعي.
92	4	أشكال التفاعل الاجتماعي.
93	5	التفاعل الشخصي.
95		<b>III - الزواج:</b>
95	1	تعريف الزواج.
96	2	الحكم الشرعي للزواج.
96	3	الحكمة من مشروعية الزواج.
97	4	أهداف ووظائف الزواج.

99	5- خصائص الزواج.....
100	6- عقد الزواج.....
102	7- أشكال الزواج.....
104	<b>IV- المجتمع الافتراضي:</b>
104	1- تعريف المجتمع الافتراضي.....
105	2- خصائص المجتمعات الافتراضية.....
106	3- المجتمع الافتراضي بين الاستعمالية والاجتماعية.....
108	4- أنماط وآليات المشاركة الافتراضية.....
109	5- إيجابيات وسلبيات المجتمع الافتراضي.....
	<b>الفصل الرابع: الإعلام الجديد والمجتمع:</b>
114	<b>I- الإعلام الجديد:</b>
114	1- تعريف الإعلام الجديد.....
114	2- بعض المفاهيم والمصطلحات القريبة من الإعلام الجديد.....
115	3- خصائص وسمات الإعلام الجديد.....
117	4- أنواع الإعلام الجديد.....
118	5- العوامل الرئيسية للإعلام الجديد.....
119	6- تأثيرات الإعلام الجديد على المواد الإعلامية.....
120	7- تطبيقات الإعلام الجديد.....
129	<b>II- الدردشة والشبكات الاجتماعية:</b>
129	<b>I-II- الوب 2.0:</b>
129	1- تعريف الوب 2.0.....
130	2- خصائص الوب 2.0.....
131	3- الفرق بين الوب 1.0 و الوب 2.0.....
132	4- أشهر مواقع الوب 2.0.....
133	<b>II-II- الدردشة:</b>
133	1- الدردشة.....
134	2- التحدث.....
135	3- أنواع الدردشة.....
136	4- شروط الدردشة.....
137	5- الدردشة من خلال مواقع الوب.....
137	6- الدردشة من خلال البرامج المتخصصة.....
138	<b>II-III- الشبكات الاجتماعية:</b>
138	1- تعريف الشبكات الاجتماعية.....
139	2- نشأة الشبكات الاجتماعية.....
141	3- ملامح وسمات الشبكات الاجتماعية.....
142	4- مجالات استخدام الشبكات الاجتماعية.....
143	5- أنواع الشبكات الاجتماعية.....
143	6- بعض مواقع الشبكات الاجتماعية.....
150	<b>III- الهاتف النقال والمجتمع:</b>
150	1- الهاتف النقال.....
151	2- نشأة وتطور الهاتف النقال.....
152	3- أجيال الهاتف النقال.....
156	4- انتشار الهاتف النقال.....



- 158 .....5- خدمات واستخدامات الهاتف النقال  
161 .....6- التداعيات السلبية للهاتف النقال على المجتمع

### **الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في العلاقات**

#### **الاجتماعية:**

- 166 .....I- تحليل البيانات:  
167 .....I-I- عادات وأنماط استخدام الطلبة للانترنت والهاتف النقال  
191 .....II-I- استخدام الطلبة للانترنت والهاتف النقال في العلاقات الاجتماعية  
214 .....I-III- اتجاهات الطلبة لاستخدام الانترنت والهاتف النقال كوسيلة لربط علاقة الزواج  
237 .....II- نتائج الدراسة:  
248 .....الخاتمة  
250 .....المراجع  
258 .....الملاحق

## فهرس الجداول

الصفحة	رقم الجدول	عنوان الجدول
131	I	الفرق بين الوب 1.0 و الوب 2.0
132	II	بعض التغيرات التي حدثت على مواقع الوب
166	01	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس
166	02	توزيع أفراد العينة حسب متغير الكلية
167	03	مستخدمي الانترنت
167	04	مستخدمي الانترنت حسب متغير الجنس
168	05	مقدار الوقت الذي يقضيه الطلبة مع الانترنت
169	06	مقدار الوقت الذي يقضيه الطلبة مع الانترنت حسب متغير الجنس
170	07	الأوقات المفضلة لاستخدام الانترنت
171	08	الأوقات المفضلة لاستخدام الانترنت حسب متغير الجنس
172	09	أماكن تصفح الانترنت
173	10	أماكن تصفح الانترنت حسب متغير الجنس
173	11	معية تصفح الانترنت
174	12	معية تصفح الانترنت حسب متغير الجنس
175	13	الغرض من تصفح الانترنت
175	14	الغرض من تصفح الانترنت حسب متغير الجنس
176	15	عادات تصفح مواقع الوب
178	16	عادات تصفح مواقع الوب حسب متغير الجنس
180	17	مدى استغناء الطلبة عن الانترنت
180	18	مدى استغناء الطلبة عن الانترنت حسب متغير الجنس
180	19	استخدام الطلبة للهاتف النقال
181	20	استخدام الطلبة للهاتف النقال حسب متغير الجنس
181	21	مقدار الوقت الذي يقضيه الطلبة في المكالمات الهاتفية
182	22	مقدار الوقت الذي يقضيه الطلبة في المكالمات الهاتفية حسب متغير الجنس
183	23	الأوقات المفضلة لاستخدام الهاتف النقال
184	24	الأوقات المفضلة لاستخدام الهاتف النقال حسب متغير الجنس
185	25	أماكن استخدام الهاتف النقال أكثر
185	26	أماكن استخدام الهاتف النقال أكثر حسب متغير الجنس
186	27	خدمات الهاتف النقال الأكثر تفضيلاً من طرف الطلبة
187	28	خدمات الهاتف النقال الأكثر تفضيلاً من طرف الطلبة حسب متغير الجنس
188	29	تصرفات الطلبة اتجاه المكالمات الواردة
189	30	تصرفات الطلبة اتجاه المكالمات الواردة حسب متغير الجنس
190	31	مدى استغناء الطلبة عن الهاتف النقال
190	32	مدى استغناء الطلبة عن الهاتف النقال حسب متغير الجنس

191	33	استخدام الطلبة للانترنت في الاتصال والتواصل
192	34	استخدام الطلبة للانترنت في الاتصال والتواصل حسب متغير الجنس
194	35	استخدام الطلبة للدردشة و/أو الشبكات الاجتماعية
197	36	استخدام الطلبة للدردشة و/أو الشبكات الاجتماعية حسب متغير الجنس
201	37	ما إذا كان للطلبة أصدقاء افتراضيون
202	38	ما إذا كان للطلبة أصدقاء افتراضيون حسب متغير الجنس
204	39	رأي الطلبة في الفرق بين العلاقة مع الآخرين عبر الانترنت عنها في الواقع
204	40	رأي الطلبة في الفرق بين العلاقة مع الآخرين عبر الانترنت عنها في الواقع حسب متغير الجنس
205	41	رأي الطلبة في ما إذا ساعدت الانترنت في تطوير العلاقات الاجتماعية
205	42	رأي الطلبة في ما إذا ساعدت الانترنت في تطوير العلاقات الاجتماعية حسب متغير الجنس
206	43	استخدام الطلبة للهاتف النقال في علاقاتهم
210	44	استخدام الطلبة للهاتف النقال في علاقاتهم حسب متغير الجنس
212	45	رأي الطلبة في ما إذا قلل الهاتف النقال من الحوار وجهها لوجه
213	46	رأي الطلبة في ما إذا قلل الهاتف النقال من الحوار وجهها لوجه حسب متغير الجنس
214	47	ما إذا جرب الطلبة التسجيل في مواقع الزواج على الانترنت:
214	48	ما إذا جرب الطلبة التسجيل في مواقع الزواج على الانترنت حسب متغير الجنس
215	49	نظرة الطلبة لمواقع الزواج من حيث اعتبارها ملاذا حقيقيا للعثور على الزوج
215	50	نظرة الطلبة لمواقع الزواج من حيث اعتبارها ملاذا حقيقيا للعثور على الزوج حسب متغير الجنس
216	51	إمكانية لجوء الطلبة للزواج عبر مواقع الانترنت
216	52	إمكانية لجوء الطلبة للزواج عبر مواقع الانترنت حسب متغير الجنس
217	53	مدى تقبل الطلبة لملء أحد إخوتهم لاستمارة الاشتراك في مواقع الزواج
217	54	مدى تقبل الطلبة لملء أحد إخوتهم لاستمارة الاشتراك في مواقع الزواج حسب متغير الجنس
217	55	ما يقوله الطلبة لمن يقبل على مواقع الزواج
218	56	ما يقوله الطلبة لمن يقبل على مواقع الزواج حسب متغير الجنس
218	57	ما إذا كان الطلبة يعرفون شخص تزوج بعد أن تعرف على الطرف الآخر عن طريق الانترنت
219	58	ما إذا كان الطلبة يعرفون شخص تزوج بعد أن تعرف على الطرف الآخر عن طريق الانترنت حسب متغير الجنس
219	59	مدى نجاح الزواج عبر الانترنت وفقا للطلبة
220	60	مدى نجاح الزواج عبر الانترنت وفقا للطلبة حسب متغير الجنس
221	61	مدى موافقة الطلبة على الزواج عبر الانترنت
222	62	مدى موافقة الطلبة على الزواج عبر الانترنت حسب متغير الجنس

223	63	رأي الطلبة في نتائج التعارف بين الجنسين عبر الهاتف النقال
224	64	رأي الطلبة في نتائج التعارف بين الجنسين عبر الهاتف النقال حسب متغير الجنس
225	65	نظرة الطلبة للهاتف النقال من حيث اعتباره ملاذا حقيقيا للعثور على الزوج
225	66	نظرة الطلبة للهاتف النقال من حيث اعتباره ملاذا حقيقيا للعثور على الزوج حسب متغير الجنس
226	67	إمكانية لجوء الطلبة للزواج عبر الهاتف النقال
226	68	إمكانية لجوء الطلبة للزواج عبر الهاتف النقال حسب متغير الجنس
226	69	مدى تقبل الطلبة لدخول أحد إخوتهم في علاقة عاطفية عبر الهاتف النقال
227	70	مدى تقبل الطلبة لدخول أحد إخوتهم في علاقة عاطفية عبر الهاتف النقال حسب متغير الجنس
227	71	ما يقوله الطلبة لمن يبحث عن شريك العمر عبر الهاتف النقال
228	72	ما يقوله الطلبة لمن يبحث عن شريك العمر عبر الهاتف النقال حسب متغير الجنس
228	73	ما إذا كان الطلبة يعرفون شخص تزوج بعد أن تعرف على الطرف الآخر عن طريق الهاتف النقال
229	74	ما إذا كان الطلبة يعرفون شخص تزوج بعد أن تعرف على الطرف الآخر عن طريق الهاتف النقال حسب متغير الجنس
229	75	مدى نجاح الزواج عبر الهاتف النقال وفقا للطلبة
230	76	مدى نجاح الزواج عبر الهاتف النقال وفقا للطلبة حسب متغير الجنس
231	77	مدى موافقة الطلبة على الزواج عبر الهاتف النقال
232	78	مدى موافقة الطلبة على الزواج عبر الهاتف النقال حسب متغير الجنس
233	79	رأي الطلبة في ما يعبر عنه الزواج عبر الانترنت والهاتف النقال
234	80	رأي الطلبة في ما يعبر عنه الزواج عبر الانترنت والهاتف النقال حسب متغير الجنس
235	81	أسباب إقبال الطلبة على الزواج عن طريق الانترنت والهاتف النقال
235	82	أسباب إقبال الطلبة على الزواج عن طريق الانترنت والهاتف النقال حسب متغير الجنس

مقدمة

## مقدمة

شهدت البشرية منذ القدم العديد من وسائل الاتصال، انطلاقاً من المرحلة الشفوية واستعمال الرموز والإشارات إلى الاتصالات عن بعد بالصوت والصورة عن طريق الهاتف النقال والانترنت، ولكن تطور هذه الوسائل كان بطيئاً للغاية، إذ كانت تفصل القرون العديدة بين ظهور وسيلة ووسيلة أخرى كالكتابة والطباعة. وتقلصت المدة الفاصلة بين ظهور وسيلة إعلام واتصال وأخرى إلى بضعة سنوات في القرن العشرين كما هو الحال بالنسبة للإذاعة والتلفزيون. لنصل في بداية القرن الحادي والعشرين إلى ظهور العديد من تقنيات وخدمات الاتصال التي لا يفصل بينها إلا شهور، بل وهناك من هذه التقنيات والخدمات التي لا يفصل بين ظهورها إلا أيام معدودة، وهذا بفضل التطور السريع في تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ومن بين هذه الوسائل التكنولوجية المعاصرة والتي لها أهمية كبيرة الانترنت، والتي تعتبر وسيلة اتصالية وإعلامية أصبحت تفرض نفسها في الواقع المعاش. وقد أدى الانتشار السريع والإقبال المتزايد على استخدام الانترنت، إلى تنوع وتعدد استخداماتها لتشمل كل مناحي الحياة اليومية للأفراد، حيث استخدمت في البحث والتسليّة وكذا الاتصال والتواصل وغير ذلك من الخدمات التي لا تحصى. ودخلت كذلك كوسيلة في العلاقات الاجتماعية للأفراد من خلال استخدامها للاتصال بالمعارف وكذا بناء الصداقات والعلاقات الافتراضية.

وإلى جانب الانترنت هناك وسيلة أخرى للإعلام والاتصال، وهي الهاتف النقال، الذي يعد أكثر وسائل الإعلام والاتصال انتشاراً في العالم باعتباره وسيلة كل الوسائل الأخرى. لأنه تضمن الإذاعة والتلفزيون والانترنت ويستخدم كمشغل للموسيقى وغيرها من التطبيقات التي تتطور بشكل مذهل. هذا علاوة على وظيفته الأساسية كوسيلة للاتصال والتواصل بين الأفراد وممارسة الحياة الاجتماعية. وقد زاد الإقبال عليه في الفترة الأخيرة لانخفاض أسعار الأجهزة وكذا خدمات الاتصال، مما زاد من مدة استخدامه من طرف مختلف شرائح المجتمع وخاصة فئة الشباب، التي أصبحت تستعمله كأداة للاتصال والتواصل وقضاء المصالح، وكذا التعارف والتعبير عن المشاعر وتكوين صداقات افتراضية مع الآخرين.

وأمام هذه المعطيات قادنا الفضول إلى محاولة التعرف عن قرب على مدى إقبال الشباب الجزائري على استخدام الانترنت والهاتف النقال، ومدى استخدامه لهاتين الوسيلتين في العلاقات الاجتماعية. وقد اخترنا شريحة الطلبة التي لها وزن لا يستهان به في المجتمع الجزائري باعتبارها الفئة المثقفة والفاعلة والباحثة عن تحقيق ذاتها والمسايرة لتطورات العصر، فاخترنا عينة من هذه الفئة وانطلقنا في دراستنا النظرية والميدانية، والتي امتدت بشقيها على خمسة فصول.

الفصل الأول: موضوع الدراسة ومنهجيتها، وحاولنا فيه تحديد موضوع الدراسة وأهميته وأهدافه وتحديد الإطار النظري للدراسة وكذا عرض بعض الدراسات السابقة التي تناولت جوانب منه لعدم وجود دراسات تناولت هذا الموضوع بالتحديد، كما تناولنا المجالين المكاني والزمني مع تحديد منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات، وكذلك تطرقنا إلى مجتمع البحث والعينة المقصودة بالدراسة.

وجاء الفصل الثاني بعنوان: تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، وقد اشتمل على تكنولوجيا الاتصال الرقمية، وكذا شبكات الاتصالات والوسائط المتعددة، وخصص الجزء الأخير من هذا الفصل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في الجزائر، وتم التركيز فيها على وضعية شبكة الانترنت في الجزائر وكذا الهاتف النقال.

بينما كان الفصل الثالث حول: العلاقات الاجتماعية، وتم التطرق فيه إلى تعريف العلاقات الاجتماعية والجماعة وكذلك التواصل والتفاعل الاجتماعي، بالإضافة إلى الزواج والمجتمع الافتراضي.

في حين كان الفصل الرابع بعنوان: الإعلام الجديد والمجتمع وتم التطرق فيه إلى تعريف الإعلام الجديد ومختلف أنواعه وتطبيقاته، كما اشتمل على الدردشة والشبكات الاجتماعية، وخصص الجزء الأخير منه للهاتف النقال.

أما الفصل الأخير فكان بعنوان استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في العلاقات الاجتماعية، وقد تم فيه تفريغ نتائج الاستمارة وتحليلها وتفسيرها واستخلاص النتائج.

# الفصل الأول

موضوع الدراسة ومنهجيتها



## I- موضوع الدراسة:

### 1- تحديد إشكالية الدراسة:

لقد أدى التقدم الهائل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال في نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحالي، إلى إنتاج وسائل إلكترونية حديثة، دخلت مختلف النشاطات والمجالات الاقتصادية و الإعلامية والاجتماعية، حيث عملت على إحداث تغيير في علاقات الناس الاجتماعية وأشكال تفاعلهم وأساليب تواصلهم، كما غيرت العلاقات بين الشعوب، نتيجة تجاوزها للحدود السياسية والثقافية.

والانترنت كوسيلة إلكترونية تعد من الوسائل الشاملة التي دخلت كافة مجالات الحياة، فانطلاقاً من استخدامها في الأغراض العسكرية إلى مجالات البحث العلمي لتشمل العديد من المجالات الأخرى في نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين، وذلك نتيجة لظهور العديد من البرمجيات التي تسهل استخدامها وتسمح بتعدد تطبيقاتها وسرعة تدفقها، إضافة إلى انخفاض أسعار أجهزة الكمبيوتر وكذا أسعار الارتباط بالانترنت، مما أدى إلى ازدياد عدد مستخدميها في مختلف دول العالم.

حيث عملت على إحداث تغييرات جذرية في حياة الناس نتيجة لتطبيقاتها المختلفة. كاستخدامها للعمل والتسوق والحصول على المعلومات والتسليّة، وغير ذلك من خدمات الاتصال والتواصل والتي من أهمها مواقع الدردشة والشبكات الاجتماعية، مما أدى إلى اتساع دائرة اتصالات الفرد وبالتالي توسع دائرة معارفه وعلاقاته لتتجاوز حيه ومدينته وحتى بلده، بل وأصبح للفرد أصدقاء من بلدان وقارات أخرى. يتواصل معهم ويتبادل معهم أطراف الحديث في أي وقت شاء مع إمكانية مشاهدتهم باستخدام Web cam، مما يزيد من قوة علاقته بهم وعدم قدرته على التخلي عنهم في أغلب الأحوال، وهذا ما أدى إلى ظهور ما يعرف بالعلاقات الافتراضية والمجتمعات الافتراضية والتي تشهد مزيداً من الاتساع عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت.

كما يعد الهاتف النقال إلى جانب الانترنت من أهم وسائل الاتصال الوسيط (Mediated Communication). إذ يعتبر الهاتف النقال من أهم وسائل الاتصال بين الناس. وقد شهد طفرة كمية ونوعية في بداية القرن الحالي، ليصبح الوسيلة الاتصالية رقم واحد في العالم، وذلك باستقراره في جيوب ومحافظ أغلب سكان الأرض. وبذلك أصبح أهم وسيلة للتواصل الاجتماعي. كما أن الأجيال الأخيرة للهاتف النقال بوسائطها المتعددة قد احتوت مختلف وسائل الإعلام بما فيها الانترنت. مما يجعله وسيلة الإعلام والاتصال الأولى في بداية الألفية الجديدة. كما أن انخفاض أسعار أجهزة الهاتف النقال وخدمات الاتصال أدى إلى ازدياد عدد المستخدمين وكذا الأوقات التي يستغرقونها في استعماله في مختلف العلاقات الاجتماعية وفي شتى بقاع المعمورة.

أدت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وخاصة الانترنت والهاتف النقال إلى إحداث العديد من التغيرات في حياة الناس في مختلف دول العالم. فقد حدثت العديد من التحولات في تصرفات الأفراد وسلوكياتهم، حيث ساهمت هذه الوسائل في تيسير حياة الأفراد من خلال تسهيل عملية الاتصال والتواصل، مما أدى إلى قضاء وإنجاز العديد من المصالح دون مغادرة مكان الإقامة أو المنزل مثل العمل عن بعد والاطمئنان على الأهل والأقارب أو تسديد بعض الفواتير، وبذلك فقد أدت إلى تغيير وإلغاء بعض العادات التي كانت سائدة في المجتمع، فمثلا الاكتفاء بمكالمة الأهل والاطمئنان عليهم أغى عملية زيارتهم وما فيها من احتكاك ومشاعر جياشة لا تعوضها الساعات الطويلة من المكالمات الهاتفية.

ومازالت هذه التكنولوجيا تتوسع في حياة الأفراد في جميع دول العالم بما فيها الجزائر، فرغم أن هاتين الوسيلتين لم تشهدا تطورا وتوسعا ذا أهمية إلا في بداية هذا القرن إلا أن عدد كبير من الأسر الجزائرية من مختلف طبقات المجتمع أصبحت مرتبطة بالانترنت. وأما الهاتف النقال فقد أصبح متوفر لدى معظم أفراد المجتمع الجزائري، وكغيرهم من شعوب العالم فقد انسجم الجزائريون مع هذه التكنولوجيا، وأصبحوا يعتمدون عليها في جميع مناحي حياتهم بما فيها الجوانب الحساسة والمهمة في حياتهم، بل وهناك منهم وخاصة الشباب من لا يستطيع الاستغناء عن الانترنت والهاتف النقال، باعتبارهما أصبحا جزءا منه وهما النافذتين اللتين يتواصل من خلالهما مع المجتمع.

ورغم مرور سنوات قليلة على التبنى الواسع لهذه التكنولوجيا في المجتمع الجزائري، فقد حدثت العديد من التغيرات الاجتماعية والثقافية. حيث ظهرت إلى الوجود في الجزائر كما في غيرها من دول العالم مصطلحات الإدمان على الانترنت والإدمان على الهاتف النقال، وهذا نتيجة للاستخدام المفرط لهذه الوسائل من قبل بعض الأفراد، الذين يكرسون جل وقتهم لهذه الوسائل مما أدى بهم إلى ممارسة حياتهم الاجتماعية عبر الانترنت والهاتف النقال. حيث استبدلت عندهم الزيارات في المناسبات بالمكالمات الهاتفية ورسائل SMS و e-mail. وانتقل الاحتفال بالمناسبات من القاعات والميادين والساحات إلى مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وأصبح الأصدقاء الافتراضيون يزاحمون الأصدقاء الواقعيين، وغير ذلك من التحولات التي تتسع يوما بعد يوم، والتي أدت في العديد من الحالات إلى تحويل العلاقات الاجتماعية إلى مجرد علاقات افتراضية باردة. وقد كان لفئة الشباب والطلبة خصوصا دور كبير في تسريع هذه التحولات وإدخالها إلى المجتمع الجزائري، وذلك لكون هذه الشريحة الأكثر إقبالا على هذه التكنولوجيا والأكثر نفوذا في المجتمع باعتبارها تمثل النخبة والقوة لمختلف الشرائح الأخرى. فما مدى استخدام الطلبة للانترنت والهاتف النقال في علاقاتهم

### الاجتماعية وفي الزواج خصوصا؟

وتحت هذا التساؤل تدرج أسئلة فرعية وهي:

- 1- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة للانترنت والهاتف النقال؟
- 2- ما مدى استخدام الطلبة للانترنت والهاتف النقال في العلاقات الاجتماعية؟
- 3- ما هي اتجاهات الطلبة لاستخدام الانترنت والهاتف النقال كوسيلة لربط علاقة الزواج؟

## 2- أسباب اختيار الموضوع:

### أ- الأسباب الموضوعية:

- 1- أهمية الموضوع وحدائته وقلة الدراسات العلمية في الجزائر المتعلقة بموضوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وانعكاساتها على المجتمع.
- 2- تعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة أفضل ما أورثته التكنولوجيا الحديثة مع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين، وهذا ما يحتم علينا تسليط الضوء على تطوراتها واستعمالها.
- 3- الانترنت والهاتف النقال باعتبارهما أكثر وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة تأثيرا على الحياة الاجتماعية العصرية، يستحقان الدراسة.
- 4- تعاطف الدور الذي تلعبه الانترنت والهاتف النقال في حياة أفراد المجتمع وخاصة في الأوساط الطلابية.

### ب- الأسباب الذاتية:

- 1- اختيار جمهور الطلبة، وذلك لاهتمام الطلبة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وخاصة الانترنت والهاتف النقال، وحرصهم على مواكبة تطوراتها والتحكم فيها. وكذلك نتيجة للحجم الكبير لهذه الفئة في المجتمع الجزائري، وما لها من أهمية لكونها الشريحة المتعلمة والمتقنة.
- 2- إثراء معارفنا وتوسيعها وإشباع الفضول العلمي والرغبة في البحث والإجابة على العديد من الأسئلة التي تؤرقنا في هذا الموضوع خصوصا.
- 3- الرغبة في معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة للانترنت والهاتف النقال وخاصة في مجال العلاقات الاجتماعية.
- 4- الرغبة في الاطلاع على اتجاهات الطلبة نحو الزواج عبر الانترنت والهاتف النقال.

### 3- أهداف الدراسة:

- 1- التقرب من الموضوع الذي نبحت فيه ومحاولة الإلمام به قدر الإمكان.
- 2- الإجابة عن الأسئلة التي طرحتها الإشكالية، تدعيما للدراسات السابقة وكشفا عن الجديد في الموضوع.
- 3- السعي إلى التحكم في تطبيق الطرق المنهجية المكتسبة خلال فترة الدراسة، والتعود على القيام بالبحوث الإعلامية.

4- محاولة إثراء المكتبة الإعلامية بدراسات إعلامية، تكشف عن انعكاسات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة على العلاقات الاجتماعية. كما يمكن لهذه الدراسة أن تفتح المجال الواسع لباحثين آخرين للقيام بدراسات أخرى لاستكمال الجوانب الناقصة فيها.

#### 4- أهمية الدراسة:

1- الحاجة إلى تبني تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة من أجل مسايرة العصر والدخول إلى مجتمع المعلومات.

2- قدرة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة على توفير الجهد والوقت والمال، مما يتيح للطلبة إمكانية الحصول على المعلومات وتكوين علاقات مع آخرين مهما اختلفت الثقافات وتباعدت المسافات.

3- تعد هذه الدراسة الوحيدة في الجزائر التي جمعت بين أهم وسيلتين في الاتصال الوسيطي وهما الانترنت والهاتف النقال.

4- تكشف الدراسة عن الدور الذي يمكن أن تؤديه الانترنت والهاتف النقال باعتبارهما وسائط اتصالية، في تلبية الحاجات الإعلامية والاتصالية للطلبة، ومدى أهميتهما في العلاقات الاجتماعية، لكونهما الأكثر تأثيراً، نظراً لما يميزهما من خصائص كثيرة والتي من أهمها التفاعلية.

#### 5- تحديد المصطلحات:

##### 1- الاستخدام:

أ- لغة: الاستخدام في اللغة العربية مأخوذ من: استخدم (الرجل غيره) استخدمه استخداماً فهو مستخدم، والآخر مستخدم أي اتخذته خادماً، طلب منه أن يخدمه.

واستخدم الإنسان الآلة أو السيارة استعملها في خدمة نفسه.<sup>(1)</sup>

ب- اصطلاحاً: " هو عبارة عن الممارسات الاجتماعية، التي تصبح عادية في إطار ثقافة معينة، من خلال الممارسة وإعادة الممارسة في النشاط نفسه إلى جانب عوامل القديمة المتعلقة بالفعل الممارس. إذ يكون التعامل مع الأشياء الرمزية أو الطبيعية مرتبطاً بتحقيق أهداف محددة، وتتعلق هذه الممارسات بالطابع الخاص الذي يضيفه الفرد أو الجماعة على الوسائل، الأدوات، والخدمات، هذا ما يعكس مجموعة من الدلالات الثقافية المركبة التي تتأسس في إطار الحياة اليومية".<sup>(2)</sup>

(1) - سوهيلة بضياف، المدونات الإلكترونية في الجزائر: دراسة في الاستخدامات والإشباع، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، جامعة باتنة، الجزائر، 2010/2009، ص: 32.

(2) - صفاح أمال فاطمة الزهراء، استخدام الهاتف النقال لدى الطالب الجامعي - دراسة ميدانية في أوساط طلبة جامعة مستغانم، رسالة ماجستير في علم اجتماع الاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة مستغانم، 2010/2009، ص: 21.

نقصد بالاستخدام في هذه الدراسة عملية تصفح الانترنت، وكذا عملية استعمال الهاتف النقال واعدادات وأنماط هذا التصفح والاستعمال.

2- **الاتصال الوسيطي:** " وهذا النمط الاتصالي أو كما يطلق عليه اسم الاتصال الوسيطي يجمع كلا من سمات الاتصال الشخصي المواجهي والاتصال الجماهيري وله وسائله الاتصالية الخاصة به التي تضم في داخلها كل أشكال الاتصالات عن بعد وهي الاتصالات السلكية واللاسلكية والتلغراف والهاتف والإذاعة واتصالات الحاسب الإلكتروني"<sup>(1)</sup>.

وعليه فإن الاتصال الوسيطي هو الاتصال الذي يستخدم وسائط تكنولوجية تتيح إمكانية التواصل والتفاعل بين المستخدمين.

### 3- الانترنت:

أ- **لغة:** كلمة ( internet ) إنجليزية الأصل مكونة من كلمتين هما: ( interconnect ) وتعني ربط أكثر من شيء ببعضه البعض، وكلمة ( network ) وتعني شبكة. فقد أخذ من الأولى ( inter ) ومن الثانية ( net ) وبذلك أصبح معنى الكلمة المركبة ( internet ) هو الشبكات المترابطة مع بعضها البعض.<sup>(2)</sup>

ب- **اصطلاحا:** إن تعريف شبكة الانترنت بشكل دقيق صعب للغاية، نتيجة ارتباطها بالعديد من الحقول العلمية وتنوع استخداماتها، ولهذا تتعدد تعريفاتها ومنها هذا التعريف " عدة شبكات اتصالية فردية وجماعية ومجموعة كمبيوترات متناثرة وموزعة في جميع أرجاء العالم مرتبطة معا في كتلة لم يتبلور لها شكل معين حتى الآن، إنها اتحاد كونفدرالي مفكك الأوصال على الرغم من أنها لم تبدأ بالأصل كذلك. والانترنت مملوكة لكل الأفراد والمؤسسات لكنها ليست مملوكة لأحد"<sup>(3)</sup>

والانترنت في هذه الدراسة يقصد بها تلك الوسيلة الإعلامية التفاعلية التي تمكن جمهور مستخدميها من التواصل فيما بينهم، على المستوى المحلي والوطني والعالمي، وتبادلهم لمختلف المعلومات والآراء والعواطف، سواء في شكل أصوات أو نصوص أو صور أو فيديو أو غير ذلك، وبالكميات التي تشبع حاجاتهم.

(1) - حسن رضا النجار، تكنولوجيا الاتصال .. المفهوم والتطور، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد. جامعة البحرين 7- 9 ابريل 2009، منشورات جامعة البحرين، 2009، ص: 497.

(2) - خضرة واضح، اتجاهات جمهور مستخدمي الانترنت في الجزائر نحو الإعلانات الإلكترونية: دراسة ميدانية بنوادي الانترنت في ولاية قسنطينة، رسالة ماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2009/1010. ص: 105.

(3) - أعمار يوسف، التكنولوجيا الرقمية وحقوق المؤلف والحقوق المجاورة: دراسة وصفية تحليلية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2008/2009، ص: 59.

#### 4- الشباب:

أ- لغة: جاء في القاموس المحيط في مادة (ش ب ب) أن الشباب يعني الفتى، كالشبيبة، والشباب - بالكسر - النشاط.

فمن المعنى اللغوي نستنتج أن مرحلة الشباب نقيض مرحلة الهرم، لما لها من خصائص نفسية وسلوكية ومزاجية إضافة على النشاط.<sup>(1)</sup>

ب: اصطلاحا: "اختلف الكثير من المختصين في حقل الشباب في إيجاد تعريف شامل لمفهوم الشباب على الرغم من اتفاقهم على أن مرحلة الشباب تشكل انعطافا حاسما على طريق تكوين الشخصية الإنسانية للفرد وإنها المرحلة التي يكون فيها الإنسان (رجلا كان أو امرأة) قادرا ومستعدا على تقبل القيم والمعتقدات والأفكار والممارسات الجديدة التي من خلالها يستطيع العيش في المجتمع والتفاعل مع الأفراد والجماعات".<sup>(2)</sup>

و الشباب في هذه الدراسة هم فئة الطلبة الجامعيين الذين يتميزون بخصائص معينة مرتبطة بمرحلة الشباب، مهما كان المستوى الجامعي (في مرحلة التدرج) والسن الذي يختلف لمجموعة من العوامل لم نستطع التحكم فيها وكذا مكان الإقامة.

#### 5- الطالب:

هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من الثانوية إلى الجامعة. و يتميز الطلبة بمجموعة من الميزات المشتركة كتقارب الأعمار، كما يمكن تقسيمهم من حيث الإقامة إلى داخليين أي مقيمين في الأحياء الجامعية وخارجيين وهم الذين يقيمون في منازلهم الخاصة بعيدا عن الجو الجامعي. و يعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التعليمية طيلة مدة التكوين الجامعي، كما أن للطالب مكانة في مجتمعه باعتباره إطار المستقبل وأمل أمته في التقدم والازدهار.

(1)- سمير لعرج، دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائر - دراسة ميدانية -، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006/2007، ص: 07.

(2)- بورحلة سليمان، أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم - دراسة ميدانية -، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007/2008، ص: 118.

## 6- تحديد المداخل النظرية للدراسة:

في ضوء أهداف هذه الدراسة، وأبعاد مشكلة البحث أمكن تحديد الإطار النظري للدراسة الذي يخدم تحقيق مجموعة من الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها، وكذلك دراسة الأبعاد المختلفة للمشكلة البحثية، حيث تعتمد هذه الدراسة على نظرية انتشار المستحدثات، ونظرية الاستخدامات و الإشباعات.

### أ- نظرية انتشار المستحدثات:

وتتمثل هذه النظرية في الدراسات المنجزة في إطار تمديد وتعميق "العلاقات الشخصية". وتعني ما يسمى بنظريات التأثير المحدود أو البحوث التي تجري حول "انتشار المبتكرات أو الأفكار المستحدثة"، والتي هي شبيهة بنظرية تدفق (انتقال) الاتصال على مرحلتين مع توسعها في مراحل التدفق ووسائطه.<sup>(1)</sup>

ويرى (Rogers) صاحب هذه النظرية أن نظرية انتشار المستحدثات تعتمد على أسس اتصالية، فانتشار المستحدثات من الأفكار والتكنولوجيا بين الأفراد يتم من خلال الحملات الإعلامية، إضافة إلى الاتصال الشخصي الذي يساهم في نشر هذه الأفكار والمستحدثات، وصحيح أن تطبيق هذه النظرية في بدايته ارتبط بالمجتمعات الريفية لاسيما في مجال الزراعة بهدف تقييم وتطوير الخدمات الزراعية وتطوير سبل الاتصال بالمزارعين في الولايات المتحدة الأمريكية.<sup>(2)</sup> كما أن هذه النظرية حظيت باهتمام العديد من الدراسات والتطبيقات البحثية في مجال الإعلام في أمريكا، وفي مختلف دول العالم بعد ذلك.

وتعتبر نظرية انتشار المستحدثات تبني الأفراد للجديد من الأفكار والتكنولوجيا في ضوء مجموعة من العوامل أهمها العوامل الاجتماعية وتشمل نوع المجتمع، تأثير الأسرة، وتأثير جماعات الأصدقاء، والعضوية في إحدى الهيئات أو المنظمات، والعوامل الديموغرافية وتشمل تأثير السن والتعليم والنوع والمستوى الاقتصادي، والعوامل الثقافية وتشمل تأثير القيم والاتجاهات على عملية التبني، وعوامل أخرى تتصل بخصائص الفكرة أو المستحدث وتشمل التكلفة الاقتصادية للمستحدث، وسماته من حيث البساطة والتعقيد وقابلية المستحدث للتجريب.<sup>(3)</sup>

(1)- فضيل دليو، الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، وسائله، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص: 32.

(2) - Thomas w. Valente & Johns Hopkins, Diffusion of innovations and policy Decision making, Journal of Communication, Vol. 43. Winter 1993, P30.

(3)- سامية سليمان رزق، دور الاتصال الشخصي في نشر الأفكار المزرعية المستحدثة في المجتمعات الريفية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1978، ص: 49 - 63.

## 1- مفهوم المستحدث (الابتكار):

يعرف المستحدث أو الابتكار على أنه "أي فكرة جديدة، أو أسلوب، أو نمط جديد يتم استخدامه في الحياة. ففكرة تنظيم الأسرة، أو إدخال أساليب جديدة في الزراعة، أو استحداث وسيلة اتصالية مثل: الهاتف المحمول، كل ذلك يعتبر ابتكاراً"<sup>(1)</sup>.

كما يعرف المستحدث بأنه فكرة أو ممارسة أو موضوع يدركه الفرد على أنه جديد، أي ليس بالضرورة أن يكون المستحدث جديداً، بل إن الحداثة تأتي من إدراك الفرد له بأنه جديد، وقد يكون الفرد ملماً بالفكرة لكنه لم يتخذ بعد موقفاً مؤيداً أو معارضاً لها، وبالتالي لم يقبلها أو يرفضها. ومفهوم الحداثة، يمكن أن يعبر عنه بالمعرفة، والاتجاه، وبالنظر إلى قرار استخدامه.

وكل فكرة كانت في وقت ما، أو في مكان ما، وبالنسبة لبعض الناس مستحدثة، في الوقت الذي يكون فيه آخرون قد تبناها أو رفضوها. وبالتالي فإن ما يمكن أن يشار إليه في مجتمع ما على أنه مستحدث قد يكون أمر عفا عنه الزمن وأصبح قديماً في مجتمع آخر، وعموماً فإن قائمة المستحدثات يجب أن تتغير مع الزمن، وهي في الغالب تشمل تنوعاً كبيراً من المنتجات المادية، والمعتقدات الفكرية، والحركات الاجتماعية، وكل ما يمكن اعتباره مستحدثاً.

وتتألف المستحدثات في الغالب من عنصرين اثنين: الفكرة والموضوع الذي يمثل الجانب المادي أو الناتج الفيزيائي للفكرة. وليس من الضروري أن تشمل المستحدثات كلها على مكون مادي كما أنه ليس من الضروري كذلك أن تشمل كلها على مكون فكري، وهذه إحدى معايير تصنيف المستحدثات. فالمستحدثات ذات المكون الفكري فقط، لا يمكن تبنيها بالمعنى الفيزيائي بل يكون التبني لفظياً كتبني الفكر الرأسمالي، وعلى النقيض من ذلك تتطلب المستحدثات ذات المكون المادي فقط تبنيهاً فعلياً.<sup>(2)</sup>

## 2- خصائص المستحدثات:

ليست كل الأفكار الجديدة والمستحدثات متكافئة من حيث أوجه ذيوها وانتشارها، وذلك لكونها غير متشابهة تماماً في الخصائص والصفات التي تجعل بعضها أكثر رواجاً، وأسرع تقبلاً من بعضها الآخر. وقد عرض "روجرز" و "شوميكر" قائمة بهذه الخصائص:

### - الميزة النسبية Relative advantage:

ويقصد بالميزة النسبية عادة مدى الفائدة الاقتصادية، وكذا المكانة الاجتماعية التي تعود على

(1)- حسن عماد مكاي، ليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الثالثة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2002، ص: 255.

(2)- محمد لطف علي الحميري، التقنيات المعاصرة في الاتصال - المستحدثات والاستخدامات، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006/2007، ص: 106-107.



الشخص الذي يتبنى الفكرة أو الأسلوب الجديد، وكلما زادت عملية إدراك الفرد للفوائد النسبية للمستحدث كلما زادت سرعة تبنيه.

- الملائمة Compatibility:

ويقصد بها درجة توافق الفكرة مع القيم السائدة لدى من يتبنونها، وتجاربهم الخاصة بذلك، وهذا التوافق من شأنه أن يزود من يتبنى الفكرة بقسط أكبر من الطمأنينة والأمان، كما أنه يجعل تلك الفكرة أسهل فهما بالنسبة له.

- درجة التعقيد Complexity:

يقصد بها درجة الصعوبة النسبية للفكرة على الفهم والاستخدام، وقد لوحظ أن بعض الأفكار المستحدثة أكثر وضوحا و أيسر استعمالا من بعض الأفكار الأخرى. وهذا ما يرتبط بدرجة قبول أفراد المجتمع لها وانتشارها بينهم.

- القبلية للتقسيم والتجزئة Divisibility:

توجد بعض الأفكار والأساليب المستحدثة يمكن تقسيمها وتجربتها مجزأة، وكلما نجح الفرد في تجربة جزء ينتقل بسهولة إلى الأجزاء الأخرى. كما هناك بعض الأفكار والأساليب الأخرى تكون غير قابلة للتجزئة. وعلى العموم فإنه حسب "روجرز" الأفكار والأساليب المستحدثة التي يمكن تجربتها مجزأة أسرع في التبني للأفراد والمجتمعات من الأفكار والأساليب التي لا يمكن تجزئتها.

- قابلية التداول Communicability:

ويقصد بها سهولة نشر وتداول الفكرة أو الأساليب المستحدثة بين الأفراد. وقد لوحظ أنه كلما كانت النتائج المترتبة على تبني الفكرة واضحة جلية للعيان، كلما كان قبول الآخرين وتبنيهم لها سهلا ميسرا.<sup>(1)</sup>

وبالإضافة لهذه الخصائص هناك من يضيف خصائص أخرى مثل:

✦ إمكانية التجريب Trialability:

كلما توافر للمستحدث إمكانية التجريب، ولو كان على مستوى محدود، كانت إمكانية تبنيه من الأفراد أكبر، وخاصة إذا أثبتت التجربة إمكانية تبنيه. وقد وجد "رايان" و"جروس" في دراستهما حول انتشار بذور الذرة الهجين، أن أحدا من مزارعي أيوا IOWA الأمريكية لم يقبل تبني الفكرة إلا بعد تجربتها على مستوى محدود.

(1)- حسن عماد مكاوي، ليلي السيد، مرجع سابق، ص: 256-257.

✦ إمكانية الملاحظة Observability:

يتوافر للمستحدث حظ أكبر في الانتشار، ومن تم التبني، إذا توافرت إمكانية ملاحظته ومعاينته من قبل الأفراد، ومن الأفضل أن يرى الفرد نتائج المستحدث حتى تصبح عملية التبني أسرع.

✦ الكلفة Cost:

وهي أحد الأبعاد الداخلة في تكوين الميزة النسبية، إذ أن أي خدمة أو منتج جديد يتطلب تكلفة مادية أكبر، ومن تم تبدو عملية تبنيه أبطأ مما لو كان المستحدث المراد تبنيه بالنسبة للإنفاق عليه يبدو أعلى نسبياً، لأن الناس بشكل عام يقبلون مثلاً على السلعة التي تقدم لهم نوعية أقل في العائد مقابل سعر أقل مناسب.

✦ الفعل الاجتماعي Collective action:

تتطلب أغلب المستحدثات اتخاذ قرار التبني بشكل فردي، غير أن بعض المستحدثات وفي بعض الحالات، تتطلب اتخاذ قرار على المستوى الجماعي.<sup>(1)</sup>

3- مراحل عملية تبني الأفكار والأساليب المستحدثة:

عملية تبني الأفكار الجديدة والمستحدثات هي عبارة عن العملية العقلية التي يمر خلالها الفرد من وقت سماعه أو علمه بالفكرة أو الابتكار حتى ينتهي به الأمر إلى أن يتبناها. وتتم هذه العملية بخمس مراحل رئيسية وهي:

1- مرحلة الوعي بالفكرة Awareness stage:

وفي هذه المرحلة يسمع الفرد أو يعلم بالفكرة الجديدة لأول مرة، ولا يستطيع أحد الجزم بما إذا كان هذا الوعي يأتي عفويا أو مقصودا، ويتفق العلماء على أن أهمية هذه المرحلة تتركز في كونها مفتاح الطريق إلى سلسلة المراحل التالية في عملية التبني.

2- مرحلة الاهتمام Interest:

وفي هذه المرحلة يتولد لدى الفرد رغبة في التعرف على وقائع الفكرة، والسعي إلى مزيد من المعلومات بشأنها، ويصبح الفرد أكثر ارتباطا من الناحية النفسية بالفكرة أو الابتكار عنه في المرحلة السابقة. ولذلك فإن سلوكه يصبح هادفا بشكل قاطع.

(1)- محمد لطف علي الحميري، مرجع سابق، ص: 86-87.

### 3- مرحلة التقييم Evaluation:

يزن الفرد في هذه المرحلة ما تجمع لديه من معرفة ومعلومات عن الفكرة المستحدثة أو الابتكار، في ضوء موقفه وسلوكه والأحوال السائدة في الحاضر، وما يتوقعه مستقبلا، وينتهي به الأمر إلى أن يقرر إما رفض الفكرة أو إخضاعها للتجريب العملي.

### 4- مرحلة التجريب Trial:

يستخدم الفرد الفكرة المستحدثة على نطاق ضيق، على سبيل التجربة مثل تجريب نوعية من البذور في مساحة محدودة، وذلك لكي يحدد الفرد فائدتها في نطاق ظروفه الخاصة، فإذا اقتنع بفائدتها فإنه يقرر أن يتبناها ويطبّقها على نطاق واسع. أما إذا لم يفتنح بجدواها فإنه يقرر رفضها.

### 5- مرحلة التبني Adoption:

تتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي، فالفرد قد انتهى إلى قرار بتبني الفكرة المستحدثة بعد أن اقتنع بجدواها وفوائدها. غير أنه يجب الإشارة إلى أنه في بعض الحالات ينكص الفرد على عقبيه تاركا الفكرة المستحدثة لأسباب عديدة يتعذر حصرها.<sup>(1)</sup>

### 4- انتشار وسائل الإعلام والاتصال الحديثة وتطبيقاتها:

لقد أدى الانتشار الواسع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة إلى الهيمنة على المجتمع المعاصر، من خلال تدخل هذه التكنولوجيا في جميع مجالات الحياة المعاصرة، لذلك فقد اتجهت الدراسات الإعلامية إلى تناول هذه الوسائل كمستحدثات، فكثرت الأبحاث في الثمانينيات من القرن العشرين حول الحاسبات الشخصية، والمؤتمرات عن بعد، والتلفزيون الكابلي التفاعلي، وأنظمة نقل الرسائل الإلكترونية.<sup>(2)</sup>

وفي بداية الألفية الجديدة تعمقت هذه الدراسات لتتجاوز دراسة الوسائل إلى دراسة تطبيقات محددة في هذه الوسائل باعتبارها أفكار مستحدثة، والتي أهمها التفاعلية في هذه الوسائل. كالتفاعلية في التلفزيون والإذاعة ومختلف مواقع الإنترنت. ولم تقف هذه الدراسات عند هذا الحد وإنما غاصت في هذه التطبيقات باعتبارها مستحدثات، كتناول بعض تطبيقات الإنترنت كالدرشة مثلا. بالإضافة إلى الاتجاه إلى دراسة انتشار الوسائل الحديثة كالهاتف النقال بتطبيقاته الكثيرة، باعتباره من أنجح المستحدثات انتشارا وقبولا من طرف مختلف شرائح المجتمعات البشرية.

ولا شك أن دراسة انتشار هذه الأفكار والمبتكرات، مرتبط بدراسة العلاقات الاجتماعية، وتأثير شبكة العلاقات الشخصية على عملية التبني مسألة ضرورية، لأن الأشخاص المتبنين لهذا المستحدث ينقلون لرفاقهم ومعارفهم رضاهم عن هذه الفكرة الجديدة، مما يجعل من عملية التبني

(1)- حسن عماد مكاي، ليلي السيد، مرجع سابق، ص ص: 258-259.

(2)- محمد لطف علي الحميري مرجع سابق، ص : 106.

سلوكا اجتماعيا وليس مجرد تصرف فردي. ولقد حاولت الدراسات التنبؤ بمعدل انتشار التكنولوجيا التفاعلية وركزت على:

- مدى دقة التنبؤ بتبني التكنولوجيا الجديدة.

- معدل التبني المتوقع.

- مدى دقة وفائدة أساليب تنبؤ معينة لتبني التكنولوجيا الجديدة.

وخلصت بعض الدراسات التي تناولت انتشار الوسائل التفاعلية الحديثة إلى أن العوامل الاجتماعية مثل مستوى التعليم، الدخل، والوظيفة، مؤشرات جيدة للدلالة على تبني واستخدام الحاسب الآلي في المنزل. ودلت النتائج كذلك على أن الناس الذين يملكون أجهزة حاسب آلي أو ينوون شراءه يتصفون بأنهم من ذوي الدخل العالية، والتعليم المرتفع ويشغلون وظائف مرموقة.<sup>(1)</sup>

وهذا ما يدل على أن هذه المستحدثات (التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال) لم تأخذ بعد مجالها الاجتماعي الواسع بالرغم من هذا الانتشار لبعض الوسائل كالهاتف النقال، لأن هناك جوانب أخرى مثلا رغم أن انتشار الانترنت في الدول العربية لا بأس به إلا أن الخبراء يجمعون على أن العرب لا يستخدمون إلا 10 % من إمكانات الانترنت، وأن أغلب هذه التطبيقات قد أصبحت من الماضي في الدول المتقدمة، رغم وصولها وتبنيها حديثا في الدول العربية. وهذا ما يدل على أن استخدام نظرية انتشار المستحدثات أمر مشروع لدراسة استخدام الانترنت والهاتف النقال في العلاقات الاجتماعية، باعتبار هذا التطبيق مازال من المستحدثات ومن الأمور الجديدة في المجتمع الجزائري.

### **ب- نظرية الاستخدامات و الإشباع:**

يطلق عليها البعض نموذج، والبعض الآخر مدخل ويطلق عليه آخرون منظور. وفيما يخص التسميات فهناك من يسميها الاستخدامات و الإشباع وهناك من يسميها المنافع والإشباع وهي كلها ترجمة لـ Uses and Gratifications.

ويقترض مدخل الاستخدامات و الإشباع أن حاجات الأفراد يمكن إشباعها عن طريق وسائل الاتصال ومصادر أخرى غير اتصالية، حيث يتوقع الأفراد أن تحقق لهم المصادر الإعلامية وغير الإعلامية إشباعا لهذه الحاجات.<sup>(2)</sup>

(1)- محمد لطف علي الحميري مرجع سابق، ص ص : 106-107.

(2)- عادل عبد الغفار ، استخدام الصفة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي، رسالة ماجستير، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 1995 ، ص: 9.

ويشعر بعض النقاد أن أسلوب المنافع والإشباع أقل من أن يكون نظرية مستقلة بذاتها وما هو إلا صياغة معادة محدودة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي. ويشيرون إلى حقيقة أن الافتراض الرئيسي هنا هو أن احتياجات الأفراد والمكافآت التي يحصلون عليها تؤثر في أنماط اهتمام الناس بمحتوى الإعلام والمنافع التي يحققونها باستخدام ما يحصلون عليه من معلومات. وهناك تصور آخر هو أن البحث باستخدام منظور المنافع والإشباع لم يولد حتى الآن سوى القليل من القوائم عن الأسباب (الاحتياجات) التي يبرر بها الناس انتقاءهم واهتمامهم بأنواع مختلفة من المضمون الإعلامي، أو قوائم الإشباع التي يقول الناس أنهم يحصلون عليها من اهتمامهم بالإعلام. ولا يضيف المنظور الكثير وراء التفسير المنظم لذلك.<sup>(1)</sup>

وأجريت العديد من الدراسات على وسائل الإعلام مفترضة أن الفرد هو الذي يستخدم وسائل الإعلام، وذلك ردا على الاتجاه السائد خلال النصف الأول من القرن العشرين والذي يلح على التأثير المطلق لوسائل الإعلام، ومن هنا كانت صياغة هذه البحوث في إطار مدخل عام أطلق عليه في البداية مدخل الاستخدامات و الإشباع. توسع البحث في إطاره في السبعينات للوصول إلى نموذج أو نظرية للعلاقة بين الاستخدام و الإشباع.<sup>(2)</sup>

وبذلك ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة سنة 1974، في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" الذي ألفه كاتز وبلومر، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر.<sup>(3)</sup>

ونظرية الاستخدامات و الإشباع تعني تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة، استجابة لدوافع الحاجات الفردية، وكل ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات الحاجات، ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة لتحقيق الحاجة التي تعد حالة من الرضا والإشباع وهي افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجد نوع من الرضا، والحاجة قد تكون فيزيولوجية أو نفسية، أما الدافع فهو حالة فيزيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير والتكيف مع البيئة.<sup>(4)</sup>

- (1)- ملفين ديفلير، ساندرا روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الطبعة الرابعة، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة 2002، ص: 266-257.
- (2)- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الثالثة، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص: 272.
- (3)- محمود حسن إسماعيل، مبادئ، علم الاتصال ونظريات التأثير، الطبعة الأولى، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص: 252-253.
- (4)- بورحلة سليمان، مرجع سابق، ص: 27.

كما تسعى نظرية الاستخدامات و الإشباعات إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي:

- 1- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.
- 2- توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام، والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.
- 3- التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.<sup>(1)</sup>

#### 1- فروض نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

هناك خمسة فروض لهذه النظرية وهي:

- 1- تفترض نظرية الاستخدامات و الإشباعات أن الجمهور المستخدم لوسائل الاتصال يتصرف لتحقيق أهداف معينة، أي أن التعرض لوسيلة اتصال ما هو إلا تعبير عن دوافع سيكولوجية واحتياجات فردية.<sup>(2)</sup>
- 2- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.<sup>(3)</sup>
- 3- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الإعلام وليست وسائل الإعلام هي التي تستخدم الأفراد.<sup>(4)</sup>
- 4- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي والمؤسسات الأكاديمية وغيرها من المؤسسات.<sup>(5)</sup>
- 5- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه. لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.<sup>(6)</sup>

(1)- لبنى عبد الله العلاوين، تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية "إنموذجا"، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الآداب، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2009، ص: 18.

(2)- لامية صابر، الحملات الإعلانية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب: دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، جامعة باتنة، الجزائر، 2010/2009، ص: 57.

(3)- محمود حسن إسماعيل، مرجع سابق، ص: 254.

(4)- حياة بدر قرني محمد يوسف، أسماء يحيى بيومي أحمد، أسماء حسن بشير جمعة وآخرون، هل تمثل المواقع الإلكترونية غير الحكومية بديلا عن الإعلام الرسمي في مجتمع المعرفة "دراسة في الإعلام البديل"، مؤتمر الإتحاد الدولي لبحوث الإعلام والاتصال، الجامعة الأمريكية بالقاهرة من 23 إلى 28 يوليو، 2006، ص: 07.

(5)- سهيلة بضياف، مرجع سابق، ص: 32.

(6)- محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص ص: 284-285.

## 2- عناصر نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

لهذه النظرية عدة عناصر هي:

### 1- افتراض الجمهور النشط:

وتفترض هذه النظرية أن الجمهور هو الذي يبحث عن المضمون الإعلامي المناسب له، وهو بذلك يتحكم في اختيار الوسيلة الإعلامية، التي تقدم المحتوى الذي يناسب اهتماماته.<sup>(1)</sup>

ويرى بالمغرين "Palmgreen" أن الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية وهي:

- الانتقاء: حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية والمضامين وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته.

- الاستغراق: ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.

- الإيجابية: بمعنى الدخول في مناقشات، والتعليق على مضمون الاتصال.<sup>(2)</sup>

وهناك من يضيف أبعاد أخرى مثل:

- المنفعة: تهدف عملية انتقاء مستهلك الوسيلة الإعلامية لمحتوى معين إلى إشباع حاجات ودوافع محددة ليكون منفعة يحصل عليها.

- العمدية: يمكن لدوافع مستهلك مضامين الوسيلة الإعلامية أن تكون وراء استهلاكه لمحتوى معين دون آخر تبعا لصفة الانتقائية التي تكتنف استخدامه للوسيلة، فقد يستهلك ذلك المضمون المحدد من أجل تدعيم معتقدات خاصة يتبناها.

- مناعة التأثير: يقر العالم "دنيس هويت" على أن هناك نوع من أنواع الجماهير يتسم بالعناد فيما يعرف بـ "الجمهور العنيد" حيث لا يقبل هؤلاء السيطرة عليهم حتى من قبل وسائل الإعلام نفسها، إذ يتجنب هؤلاء نماذج تأثير وسائل الإعلام.<sup>(3)</sup>

### 2- الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام:

حيث يعتبر استخدام وسائل الإعلام محصلة لعوامل عديدة وسيطة مثل العمر والنوع والمستوى التعليمي والمهني، كذلك وفقا لتفاعل الفرد المستخدم لوسائل الإعلام مع البيئة المحيطة خاصة البيئة الاجتماعية، من عادات وتقاليده تكون عنده نوعية معينة من الدوافع والاحتياجات، ويختار على أساسها الوسائل الإعلامية التي يقوم بالتعرض لها.<sup>(4)</sup>

(1)- علي أرشيد علي مشاقبة، تأثير الإعلان على قنوات MBC الفضائية على السلوك الاستهلاكي للمشاهدين في الأردن: دراسة مسحية، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية العلوم الإنسانية، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2007، ص: 29.

(2)- سوهيلة بضياف، مرجع سابق، ص: 33.

(3)- لامية صابر، مرجع سابق، ص: 59-60.

(4)- حياة بدر قرني محمد يوسف، أسماء يحيى بيومي أحمد، أسماء حسن بشير جمعة وآخرون، مرجع سابق، ص: 12.

3- حاجات ودوافع استخدام وسائل الإعلام:

تختلف الحاجات التي يمكن إشباعها بواسطة وسائل الاتصال الجماهيري من شخص لآخر. وقد صنفها الباحثون إلى خمسة أنواع:

أ- حاجات معرفية Cognitive needs: وترتبط بتدعيم المعارف، حيث تركز على إشباع الفضول والرغبة في الفهم والسيطرة على البيئة.

ب- حاجات عاطفية Affective needs: وترتبط بتدعيم الخبرات الجمالية والعاطفية، وتشمل الحاجة إلى الحب والصدقة والسعي وراء التسلية.

ج- حاجات التوحد الشخصي Personal interactive needs: وتعرف أيضا بالحاجات المتسقة مع بنية الفرد وترتبط بتدعيم المصداقية والثقافة ومكانة الفرد في محيطه.

د- حاجات التوحد الاجتماعي Social interactive needs: ترتبط بتقوية العلاقة مع مختلف الجماعات الأولية بحيث تركز على رغبة الفرد في الاندماج.

هـ- حاجات الهروب Escapist needs: الهروب والرغبة في اللهو.<sup>(1)</sup>

وأما الدوافع فهي عبارة عن حالة جسمية أو نفسية داخلية، تؤدي إلى توجيه الكائن الحي تجاه أهداف معينة، من شأنها أن تؤدي إلى استجابة معينة لدى الكائن الحي. ويمكن ملاحظتها عن طريق السلوك الناتج عنها. وصنفت دوافع التعرض لوسائل الإعلام إلى دوافع متعددة، فقد حدد "جربنر" هذه الدوافع في العادة، الاسترخاء، قضاء وقت الفراغ، التعلم، الهروب، البحث عن رفيق. كما صنف "بالمغرين" دوافع التعرض هذه إلى تعلم الأشياء، الاسترخاء، تحقيق المنفعة الاتصالية، النسيان، المتعة أو الاستمتاع.<sup>(2)</sup>

أما "روبن" فيقسم الدوافع إلى فئتين هما:

- الدوافع الوظيفية (النفعية): وتعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون ولوسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجاته من المعلومات والمعرفة.

- الدوافع الطقوسية: وتستهدف تمضية الوقت والتنفس، والاسترخاء والهروب من الروتين اليومي والمشكلات.<sup>(3)</sup>

(1)- لامية صابر ، مرجع سابق، ص: 61.

(2)- علي أرشيد علي مشاقبة ، مرجع سابق، ص: 29.

(3)- سوهيلة بضياف ، مرجع سابق، ص: 35.



#### 4- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام:

وتختلف التوقعات من وسائل الإعلام باختلاف الفروق الفردية بين الجمهور المتعرض لوسائل الإعلام، فهي إما تكون توقعات إيجابية في إشباع احتياجات الأفراد من التعرض لوسائل الإعلام أو توقعات سلبية في فشل الوسائل في إشباع الاحتياجات.<sup>(1)</sup>

#### 5- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام:

يشير "سيفن ونداehl" إلى أن الاستخدام ربما يشير إلى عملية معقدة، تتم في ظروف معينة، يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للإشباع، ولذلك فإنه لا يمكن تحديده في إطار مفهوم التعرض فقط، ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم، نوع المحتوى، العلاقة مع وسيلة الإعلام، طريقة الاستخدام، وتحديد ما إذا كان الاستخدام أوليا أو ثانويا.

#### 6- إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام:

ويفرق "الورانس وينر" بين نوعين من الإشباعات:

- إشباع المحتوى: وينتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وهي نوعين، إشباعات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، وإشباعات اجتماعية ويقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.
- إشباعات العملية: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، وهي نوعين إشباعات شبه توجيهية، وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة، وإشباعات شبه اجتماعية مثل التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف العلاقات الاجتماعية للفرد وإحساسه بالعزلة.<sup>(2)</sup>

#### 3- استخدامات الاتصال الرقمي وإشباعاته:

لقد أدى ظهور وانتشار وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة، وعلى رأسها الانترنت إلى بعث الحياة من جديد في هذه النظرية، نتيجة لطبيعتها التي تتصل بالاحتياجات النفسية والاجتماعية للجمهور الذي يشكل محورا لاهتماماتها على فرضية أن الجمهور إيجابي وفعال وانتقائي في تعامله مع وسائل الاتصال لإشباع احتياجاته النفسية والاجتماعية.<sup>(3)</sup>

(1)- حياة بدر قرني محمد يوسف، أسماء يحيى بيومي أحمد، أسماء حسن بشير جمعة وآخرون، مرجع سابق، ص: 08.

(2)- سوهيلة بضياف، مرجع سابق، ص: 36-37.

(3)- السيد أحمد مصطفى عمر، تأثير استخدام (الانترنت) على مشاهدة التلفاز: بحث ميداني على عينة من طالبات جامعة الشارقة، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية والإنسانية، المجلد 03، العدد 01، فبراير 2006، ص: 189.

وهكذا أصبح الاتصال الرقمي بوسائله المختلفة أحد البدائل والخيارات المطروحة أمام جمهور وسائل الإعلام لإشباع حاجاته بناء على التوقعات التي يرسمها باختياراته. ولذلك تنصدر بحوث الاتصال الرقمي بصفة خاصة الانترنت، كافة البحوث والدراسات التي تجري في مجال الاستخدامات والإشباعات وذلك لسهولة تطبيق الفروض الخاصة بنظرية الاستخدامات والإشباعات. وتعتبر الحاجات المرغوب في تحقيقها أكثر وضوحا على شبكة الانترنت عنها في وسائل الإعلام الأخرى، حيث أصبح البريد الإلكتروني والدرشة والتجول بين المواقع المتعددة، من التطبيقات التي تأخذ وقتا طويلا من يوميات الأفراد، لتلبية حاجاتهم في الاتصال بالغير.<sup>(1)</sup> وتتميز التطبيقات المرتبطة بوسائل الاتصال الرقمي بأنها تفاعلية، وهذا ما يجعلها أكثر التصاقا بهذه النظرية أكثر من أي نظرية أخرى، فالتطبيقات المختلفة للانترنت، خاصة مع الوب 2.0 أصبحت كلها تفاعلية، وحتى الوسائل الحديثة الأخرى المتعددة المهام كالهاتف النقال وما يتيح من خدمات مختلفة، وبدرجة عالية من التفاعلية، يجعل من تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات على هذه الوسائل الحديثة أكثر ملائمة، وأقدر على تفسير استخدامها من طرف الأفراد.

ونتيجة لهذا الاتصال التفاعلي فإن أولويات اهتمام الجمهور قد تتغير نظرا لارتباط المستخدم غالبا بمواقع جديدة ومختلفة، تتيحها الطبيعة الاتصالية المفتوحة لشبكة الانترنت، وقدرة المستخدم فيها على زيارة مواقع مختلفة لهيئات ومؤسسات وأفراد، بل وإمكانية التخاطب عن بعد وإرسال وتلقي الرسائل عبر البريد الإلكتروني ومواقع الدردشة.<sup>(2)</sup> وبصفة عامة يمكن توظيف هذه النظرية، وفقا لخصائص الشباب (الطلبة) من خلال محاولة الربط بين الجانب النظري والتطبيقي، من خلال محاولة التعرف على عادات وأنماط استخدام الشباب للانترنت والهاتف النقال، وما يحققه من إشباع خاصة في جانب علاقاتهم الاجتماعية والعاطفية على وجه الخصوص، مع الأخذ في الاعتبار أن الإشباع الذي يبحث عنه الشباب خلال استخدامهم للانترنت والهاتف النقال، ليس بالضرورة هو نفسه الإشباع الذي سوف يحصلون عليه. وبذلك فإن اتخاذ نظرية الاستخدامات والإشباع كإطار نظري لهذه الدراسة، من الممكن أن يساهم في تفسير استخدامات الطلبة للانترنت والهاتف النقال في علاقاتهم الاجتماعية.

(1)- محمد عبد الحميد ، مرجع سابق، ص: 288.

(2)- نايف بن ثنيان آل سعود، تأثير استخدام الانترنت على استخدامات طلاب الجامعات السعودية لوسائل الاتصال الجماهيري: دراسة على عينة من طلاب الجامعات السعودية، مجلة جامعة الملك سعود، المجلد 17، العدد 02، 2005، ص: 342.

## 7- عرض الدراسات السابقة:

إن اطلاع الباحث على معظم أو مجمل الدراسات التي تناولت نفس الموضوع أو جانباً منه، يعد أمراً هاماً في توسيع مجال المعرفة لديه أو استكمال جانب لم تتناوله الدراسات قبلاً، لهذا فإنه من المهم أن يقوم الباحث بالكشف عن الدراسات السابقة لتفادي عملية تكرار دراسة الموضوع نفسه، ويكون بذلك لم يقدم أية فائدة علمية للحقل العلمي.

وبعد استعراض ومراجعة عدد كبير من المصادر والكتب والأبحاث ورسائل الماجستير والدكتوراه في المكتبات الجامعية المختلفة، وكذا في المكتبات الإلكترونية المتاحة على شبكة الانترنت، لم يوفق الباحث في العثور على أي دراسة أو بحث سابق محلي يتعرض إلى استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة (الانترنت والهاتف النقال) في العلاقات الاجتماعية، ولكن تم العثور على عدد من الدراسات الأجنبية (العربية والغربية) التي تعرضت لتأثير استخدام الانترنت والهاتف النقال على المجتمع عموماً وليس على موضوع الزواج بالضببط، ولا توجد هناك أي دراسة تجمع بين الواسيلتين، على حد علم الباحث واطلاعه، مما حتم على الباحث تجزئة الدراسات السابقة إلى محورين وهما:

### المحور الأول: الدراسات التي تناولت الانترنت وأثرها على الشباب:

#### 1- الدراسات العربية:

- الدراسة الأولى: دراسة قام بها الباحث ماجد عبد العزيز الخواجا سنة 2002، تحت عنوان "الآثار الاجتماعية لانتشار الانترنت على الشباب" وتهدف الدراسة إلى محاولة استقرار واقع ومدى انتشار الانترنت بين الشباب الأردني، وجاءت تساؤلات الدراسة كالآتي:

- ما الانترنت؟

- ما سمات وخصائص الشباب كمرحلة نمائية وعمرية؟

- ما المواقع الإلكترونية الأكثر رواجاً لدى الشباب؟

- ما الآثار الاجتماعية والثقافية والنفسية لاستخدام الانترنت؟

- ما هو مستقبل استخدام الانترنت على المجتمع؟

حيث اعتمد فيها الباحث على المنهج الوصفي التحليلي الناقد، و قام الباحث بإعداد استمارة وتطبيقها على عينة من طلبة الجامعات الأردنية، وقد بلغ حجم العينة 132 مبحوث منهم 73 طالب و59 طالبة. وخلصت الدراسة إلى ما يلي:

- كانت نسبة أفضل وقت للتعامل مع الانترنت في أوقات الفراغ (52 %) وفي الليل

والمساء (32 %).

- كانت أفضل أماكن التعامل مع الانترنت في مكان الدراسة (42 %) وفي المنزل (34 %) وفي مقاهي الانترنت (21 %).
- كانت نسبة أفضل المواقع التي يرتادها الشباب المواقع المسلية والحوارية والتعارف (41 %) والمواقع العلمية (32 %) والمواقع الإخبارية والدينية (24 %).
- هناك نسبة (49 %) قامت بتطوير علاقات اجتماعية عبر الانترنت.
- كانت نسبة المهارات التي فقدت لاستخدام الانترنت هي قلة المطالعة (32 %) وقلة التفاعل مع الآخرين (26 %) وقلة النوم (17 %) وقلة الحركة (14 %).
- كانت نسبة من يشعر بالألفة عند الدخول للانترنت (50 %) وغير متأكد (16 %) ولا يشعر بالألفة (30 %).
- بين عالم الانترنت والواقع تناقض بنسبة (22 %) وانسجام بنسبة (62 %) وغير متأكد (16 %).
- كانت نسبة اختلاف العلاقة مع الآخرين عبر الانترنت عنها في الواقع (16 %) وغير متأكد (20 %) ولا يوجد اختلاف (19 %).<sup>(1)</sup>

- **الدراسة الثانية:** قامت بها الباحثة سامية ذكى يوسف أحمد سنة 2008، بعنوان "شبكة الانترنت وأثارها على الشباب المصري دراسة سوسيولوجية" وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الآثار الاجتماعية والثقافية والقيمية سواء الإيجابية أو السلبية لاستخدام الانترنت لفئة الشباب في مصر. ولقد اعتمدت الدراسة على الأسلوب الوصفي التحليلي متخذة الاستمارة كأداة للمسح الاجتماعي لعينة عمدية مسحوبة من مدينة القاهرة وضواحيها. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- متوسط الاستخدام هو 20 ساعة أسبوعياً.
- يستخدم الشباب الأعزب شبكة الانترنت أكثر من غيرهم سواء كان منهم متزوجاً أو مطلقاً أو أرمل وكذلك الحال للشباب الذين ينتمون لأسر ذات مستوى دخول مرتفعة نسبياً.
- يزور الشباب المواقع العربية والأجنبية، ويرون أن المواقع العربية لا تفيدهم كثيراً، وتأتي مواقع البريد الإلكتروني ثم مواقع خدمات بحث ثم المواقع الترفيهية فالمواقع الدينية، ثم مواقع المحادثة والدرشة كأفضل المواقع لدى الشباب وأكثرها زيارة.

(1) - ماجد عبد العزيز الخواجا، الآثار الاجتماعية لانتشار الانترنت على الشباب، رسالة ماجستير، كلية المعلمين بمحافظة جدة، جامعة الملك عبد العزيز، 2002.

- يدخل الكثير من أفراد العينة غرفة الدردشة (82.3%) ويستخدم (59.8%) منهم للكاميرا Web cam ولا توجد إلا نسبة (38.3%) لها مشاركات في الانترنت.
- يعد هدف الاطلاع على البريد الإلكتروني والبحث عن معلومات مفيدة أكثر أهداف استخدام الانترنت، وأغلب الشباب لديه بريد إلكتروني خاص ويداوم على استخدامه.
- يرى الشباب أن الانترنت قد عمل على تحقيق قدر أكبر على الاتصال مع سهولة حفظ واسترجاع المعلومات، وسرعة الإنجاز، وكذلك هو وسيلة لزيادة المعلومات وقد استفاد البعض منهم من الانترنت في مجال عمله أو مجال دراسته.<sup>(1)</sup>
- **الدراسة الثالثة:** قامت بها الباحثة إلهام بنت فريح بن سعيد العويضي سنة 2003، بعنوان "أثر استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة" ويهدف هذا البحث إلى دراسة أثر استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية. وقد اعتمدت الباحثة على الاستمارة كأداة لجمع البيانات، والتي وزعت على عينة غرضية مكونة من 200 أسرة، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:
- يعد تأثير استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسر في مجتمع الدراسة تأثير محدود وبسيط.
- نصف المبحوثين تقريبا ينظمون استخدامهم للانترنت بمستوى متوسط، كما أنهم يخضعون لرقابة متوسطة.
- توجد فروق ذات دلالة معنوية بين مدة استخدام الزوج للانترنت وبين تأثير ذلك الاستخدام على العلاقة فيما بينه وبين زوجته.
- اتضح وجود علاقة إرتباطية طردية معنوية بين مدة استخدام الأبناء للانترنت وبين تأثير ذلك الاستخدام على العلاقة بين الوالدين والأبناء من وجهة نظر الوالدين.<sup>(2)</sup>
- **الدراسة الرابعة:** قام بها الباحث تحسين بشير منصور سنة 2004، بعنوان "استخدام الانترنت ودوافعها لدى طلبة جامعة البحرين (دراسة ميدانية)"، وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الانترنت لدى عينة من طلبة جامعة البحرين، وفيما إذا كانت هذه الاستخدامات والدوافع تختلف باختلاف عدد من المتغيرات الشخصية.

(1)- سامية ذكي يوسف أحمد، شبكة الانترنت وآثارها على الشباب المصري دراسة سوسيولوجية، رسالة ماجستير في الاجتماع، كلية الآداب جامعة عين شمس، 2008.

(2)- إلهام بنت فريح بن سعيد العويضي، أثر استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة، رسالة ماجستير، قسم السكن وإدارة المنزل، كلية التربية للاقتصاد المنزلي والتربية الفنية بجدة، جامعة الملك عبد العزيز، 2003.

وجاءت تساؤلات الدراسة كالآتي:

- ما الخدمات التي يستعملها الطلبة من خلال شبكة الانترنت؟
  - ما دوافع استخدام الانترنت لدى طلبة جامعة البحرين؟ وأي الدوافع تحظى بالمرتبة الأولى؟
  - هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كل مجال من مجالات استخدام الانترنت ودوافعها لدى طلبة الجامعة تعزى لمتغير الجنس؟
  - هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كل مجال من مجالات استخدام الانترنت ودوافعها لدى طلبة الجامعة تعزى لمتغير العمر؟
  - هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كل مجال من مجالات استخدام الانترنت ودوافعها لدى طلبة الجامعة تعزى لمتغير الكلية؟
  - هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كل مجال من مجالات استخدام الانترنت ودوافعها لدى طلبة الجامعة تعزى لمتغير مدة استخدام الانترنت؟
  - ما مدى رضا الطلبة عن نتائج استخدام الانترنت؟
- ولقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وعلى الاستمارة كأداة لجمع البيانات، حيث وزعت على عينة مكونة 330 مبحوث تم اختيارهم عشوائياً، وهم يمثلون خمس كليات تابعة لفرعي الجامعة في مدينة عيسى والصخير، وبلغ عدد الذكور 150 أي بنسبة (45.5%) وعدد الإناث 180 أي بنسبة (54.5%). وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:
- يستخدم (84.3%) من المبحوثين خدمة البريد الإلكتروني في المرتبة الأولى.
  - انتظمت دوافع الانترنت في مجموعتين: مجموعة الدوافع المهمة، ومجموعة الدوافع متوسطة الأهمية، ولم تظهر مجموعة الدوافع قليلة الأهمية.
  - جاءت الدوافع الفرعية التي يتضمنها مجال استخدام الانترنت في الحصول على المعلومات في المرتبة الأولى، واحتلت الدوافع الفرعية التي يتضمنها مجال عدم الرغبة في التواصل في المرتبة الأخيرة.
  - وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مجال الاندماج الاجتماعي والاندماج الشخصي تعزى لمتغير مدة استخدام الانترنت لصالح مستخدمي الانترنت لأكثر من ثلاث سنوات.
  - إن (85%) من الطلبة مستخدمي الانترنت راضون عن نتائجها.<sup>(1)</sup>

(1)- تحسين بشير منصور، استخدامات الانترنت ودوافعها لدى طلبة جامعة البحرين "دراسة ميدانية"، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد 86، السنة 22، ربيع 2004.

- **الدراسة الخامسة:** قام بها الباحث عبد الجواد سعيد محمد ربيع سنة 2009، بعنوان "التعرض للانترنت وعلاقته ببعض الآثار النفسية والاجتماعية لدى شباب الريف". وتهدف الدراسة إلى التعرف على خصائص مستخدمي شبكة الانترنت من شباب الريف المصري، وعادات هذا الاستخدام، ومدى ارتباطه ببعض المتغيرات النفسية الاجتماعية. وقد اعتمد الباحث على منهج المسح، واستخدم في إطاره منهج مسح الجمهور. وتمثل هذا الجمهور في مجتمع محافظة المنوفية، حيث أخذ عينة مكونة من 120 مفردة من شباب الريف من طلاب جامعة المنوفية، ممن تتراوح أعمارهم بين 19 و 21 عام، وقد تم سحب العينة بطريقة العينة العمدية ممن يستخدمون الانترنت بالفعل، وقد احتوت العينة على 60 مفردة من الذكور و 60 مفردة من الإناث، ووزعت عليهم استمارة بحث. وتوصل الباحث إلى النتائج الآتية:

- بلغت نسبة استخدام الانترنت دائما لدى أفراد عينة الدراسة من شباب الريف المصري الذين أجريت عليهم الدراسة (83.2%)، أما نسبة من يستخدمون الانترنت نادرا فقد بلغت (16.8%) وكانت الإناث أكثر حرصا على استخدام الانترنت من الذكور حيث بلغت نسبة فئة الاستخدام دائما للإناث (66.6%) وللذكور (56.6%)، وأيضا كانت الإناث أكثر استخداما للتطبيقات التفاعلية للانترنت من الذكور، أما بالنسبة للتطبيقات غير التفاعلية فقد كان الذكور أكثر استخداما من الإناث.
- جاءت المواقع الترفيهية في الترتيب الأول من حيث تفضيل أصحاب العينة لها، بينما جاءت المواقع الثقافية والسياسية في الترتيب الرابع والخامس.
- تبين من الدراسة أن استخدام شباب الريف للانترنت كوسيلة اتصالية (مثل التحوار عبر الانترنت، والبريد الإلكتروني) مقصورا على إقامة علاقات اجتماعية مع الزملاء والأصدقاء.<sup>(1)</sup>

- **الدراسة السادسة:** قام بها الباحث حلمي خضر ساري سنة 2003، تحت عنوان "تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري)". وتهدف الدراسة إلى معرفة التأثير الذي يحدثه الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية في المجتمع القطري. وجاءت تساؤلات الدراسة كالآتي:

- هل أثر الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية بين الأفراد في المجتمع القطري؟
- هل تختلف هذه التأثيرات باختلاف النوع الاجتماعي (Gender) للمستخدم (ذكر، أنثى)؟

(1)- عبد الجواد سعيد محمد ربيع، التعرض للانترنت وعلاقته ببعض الآثار النفسية والاجتماعية لدى شباب الريف، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد. جامعة البحرين 7- 9 ابريل 2009، منشورات جامعة البحرين، 2009.

- هل تختلف هذه التأثيرات باختلاف مستويات المستخدمين التعليمية؟
  - هل تختلف هذه التأثيرات باختلاف حالة المستخدمين الزوجية (Marital Status)؟
  - هل تختلف تأثيرات الانترنت باختلاف عدد ساعات الاستخدام؟
  - هل تختلف تأثيرات الانترنت باختلاف سنوات الخبرة في الاستخدام؟
- واستخدمت الدراسة المنهج المسحي بوصفه أكثر المناهج قدرة على تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها، واعتمدت كذلك على الاستمارة كأداة لجمع البيانات، حيث وزعت على عينة من مجتمع الدراسة والمقدر بـ (339847)، وقدر حجم العينة بـ 471 شابا وهو ما يمثل (0.14 %) من المجتمع الكلي، وقد تم سحب هذه العينة بطريقة عشوائية وتتكون من 258 ذكر و213 أنثى. وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:
- كشفت نتائج الدراسة عن أبعاد اجتماعية عدة للاتصال عبر الانترنت ذات تأثيرات واضحة في طبيعة العلاقات الاجتماعية في المجتمع القطري.
  - جميع الشباب يستخدمون الانترنت بوصفها وسيلة اتصال في حياتهم اليومية، بغض النظر عن أعمارهم، ومستوياتهم التعليمية وحالاتهم الزوجية و أوضاعهم المهنية وبخبرة لا بأس بها.
  - تبين أن لهذه الوسيلة قدرة على تكوين علاقات عاطفية حميمة بين الشباب المتصلين وصلت حد التفكير بالزواج، فقد دفعت هذه العلاقة بما نسبته (28.8 %) من هؤلاء الشباب إلى قبولها الزواج ممن تعرفوا إليهم من خلال الانترنت.
  - نجم عن استخدام (54 %) من الشباب للانترنت تراجع في مقدار التفاعل اليومي بينهم وبين أسرهم. كما أن (44.7 %) من الشباب تراجع في عدد الزيارات التي اعتاد القيام بها لأقاربهم قبل تعودهم على استخدام الانترنت. كما أن (43.9 %) من الشباب حدث تراجع في طبيعة علاقاتهم الاجتماعية، وتجسد ذلك في تدني مساهماتهم ومشاركتهم في المناسبات الأسرية والعائلية. ويعاني (36.7 %) من الشباب من تضرر أسرهم منهم بسبب انشغالهم بالانترنت.
  - قدرت الانترنت على توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة بنسبة (64.5 %).<sup>(1)</sup>

(1)- حلمي خضر ساري، تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية "دراسة ميدانية في المجتمع القطري"، مجلة جامع دمشق، المجلد 24، العدد الأول + الثاني 2008.



## 2- الدراسات الغربية:

- **الدراسة الأولى:** أجرى الباحثان "بيلامي" و "شيرل هانوفيتز" سنة 1999 دراسة طبعا فيها استبانة تكونت من عدة أسئلة على 114 طالبا وطالبة في مرحلة البكالوريوس والدراسات العليا في جامعة كبرى في جنوب شرق ولاية مينشيغان في الولايات المتحدة، هدفا من ورائها إلى معرفة العوامل والمتغيرات النفسية والاجتماعية التي تتحكم بالأفراد حين يتواصلون مع غيرهم من خلال غرف المحادثة في غرف الانترنت ومقارنة ذلك بالعوامل التي تتحكم بهم في مواقف الاتصال المباشر. وقد توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في العلاقة بين السيطرة على مشاعر الطلبة في الموقفين الاتصاليين.<sup>(1)</sup>

- **الدراسة الثانية:** قام بها الباحثين السابقين سنة 2001، وقد أجريها على 114 طالبا وطالبة، في نفس الجامعة وفي المستوى التعليمي الجامعي نفسه، ولكن لهدف آخر وهو معرفة تأثير الانترنت في خلق حالة من الإدمان لدى مستخدميها. وقد استخدم الباحثان مقياسين لهذه الغاية: مقياس كمي يقوم على مقدار الوقت الذي يقضيه الشباب في غرف المحادثة في الانترنت، ومقياس آخر تكون من أربعة بنود تقيس درجة التوجه نحو الانترنت. وقد توصلت الدراسة إلى أن توجه الشباب نحو الانترنت وإدمانهم عليه يرتبط بالنوع الاجتماعي و ببعض المتغيرات الشخصية كالسيطرة والتقبل الاجتماعي والعلاقات الشخصية للمفحوصين.<sup>(2)</sup>

- **الدراسة الثالثة:** وهي عبارة عن دراسة طولية (Longitudinal) أجراها "روبرت كروت" وزملاؤه، على 169 فردا في 73 أسرة في المجتمع الأمريكي خلال السنة الأولى والثانية من استخدامهم للانترنت بهدف معرفة التأثيرات النفسية والاجتماعية التي تركها ذلك الاستخدام في علاقاتهم الاجتماعية واتصالهم الشخصي وفي مساهمتهم في النشاطات والفعاليات الاجتماعية في محيطهم الاجتماعي.

---

(1) - Bellamy,A,and Hanewicz,C., Social Psychological Dimentions of Electronic Communication, Electronic Journal of Communication. Volume IV, 1999.

(2) - Bellamy, A, and Hanewicz, C., "An Exploratory Analysis of the Social Nature of Internet Addiction", Electronic Journal of Sociology. Vol. 5, No, 3. March, 2001.

وقد توصلت الدراسة إلى أن الاستخدام المتواصل للانترنت نجم عنه تراجع في اتصال أفراد العينة مع أسرهم وتراجع في نشاطاتهم الاجتماعية مع محيطهم الاجتماعي، كما توصلت الدراسة أيضا إلى وجود علاقة بين طول مدة الاستخدام وبين شعور أفراد العينة بالكآبة والوحدة.<sup>(1)</sup>

- **الدراسة الرابعة:** دراسة "ديماغيو" وزملائه عن الدلالات الاجتماعية للانترنت، حيث قام هؤلاء الباحثون بمراجعة مستفيضة للدراسات التي تناولت الانترنت من منظور اجتماعي، وقد تبين لهم من خلال هذه المراجعة أن عدد الدراسات التي توصل أصحابها إلى وجود تأثيرات اجتماعية سلبية للانترنت في حياة الأفراد الاجتماعية أكثر من تلك التي تؤكد التأثير الإيجابي له في حياتهم.<sup>(2)</sup>

**المحور الثاني: الدراسات التي تناولت استخدام الهاتف النقال وأثره على الشباب:**

- **الدراسة الأولى:** قامت بها الباحثة رانيا رمزي حليم الياس سنة 2008، تحت عنوان "الآثار الاجتماعية لاستخدام الهاتف المحمول على الشباب (دراسة ميدانية في مدينة القاهرة)". وتهدف الدراسة أساسا إلى التعرف على الآثار الاجتماعية لاستخدام الهاتف المحمول على الشباب، كما توجد أهداف فرعية أهمها:

- التعرف على دوافع الشباب لاستخدام الهاتف المحمول.
  - الكشف عن دوائر الاهتمام في الهاتف المحمول بالنسبة للشباب.
  - التعرف على تأثير الهاتف المحمول على العلاقات الاجتماعية للشباب.
  - الكشف عن تأثير الهاتف المحمول في بعض الظواهر كالثقافة الاستهلاكية للشباب، الحرية الشخصية، الاعتماد على الآخرين، أخلاقيات الشباب.
- واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح الاجتماعي بالعينة، وتم اختيار العينة بطريقة عمدية مقصودة، وتكونت عينة الدراسة من 233 مفردة، كما اعتمدت الدراسة على المقابلة والاستمارة كأداتين لجمع البيانات.

---

(1) - Kraut, R., Lundmark, V., Patterson, M., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., and Scherlis, W., "Internet Paradox: A social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being". Journal of American Psychologist. September, Vol. 53, No. 9, 1998.

(2) - Dimaggio P., Hargittai, E, Neuman, W., and Robinson J., "Social Implications of the Internet". Annual Review of Sociology, Annual, 2001.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أظهرت نتائج الدراسة أن أكثر الخدمات استخداماً في الهاتف المحمول هي المكالمات، الرسائل القصيرة، الرنات.
- هناك أسباب مختلفة تدفع الشباب لاستخدام الهاتف المحمول أهمها إنجاز أعمال ومهام تتطلب السرعة، الإنقاذ في الأوقات الصعبة، الاتصال بين الأصدقاء.
- أوضحت النتائج أن غالبية عينة الدراسة تقوم باستخدام الهاتف المحمول في العلاقات الاجتماعية بنسبة (62.2 %).
- كما كشفت نتائج الدراسة أن (43.8 %) من إجمالي عينة الدراسة تقوم باستخدام الهاتف المحمول في العلاقة مع الجنس الآخر.<sup>(1)</sup>

- **الدراسة الثانية:** أجراها الباحث ماجد بن جبران بن حسن صلوي سنة 2007، بعنوان "الآثار الاجتماعية لاستخدامات الهاتف الجوال على الشباب السعودي". ويتمثل الهدف الرئيس لهذه الدراسة الاستطلاعية في التعرف على طبيعة استخدام الهاتف الجوال لدى الشباب السعودي والآثار الاجتماعية المترتبة على هذا الاستخدام من إيجابيات وسلبيات تؤثر في سمات الشباب العامة وأساليب حياتهم المختلفة. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي لجمع البيانات الميدانية من أجل معرفة طبيعة استخدامات الشباب للهاتف الجوال، ومعرفة أهم السمات الشخصية الأساسية للشباب المستخدمين. وقد طبقت الدراسة على 500 شاب سعودي بمدينة جدة ممثلين لمختلف خصائص مجتمع البحث العمرية والتعليمية والاجتماعية والاقتصادية، وتم تحديد الإطار العام لعينة هذه الدراسة من خلال الاعتماد على العينة العمدية، وكان الاستبيان هو الوسيلة الرئيسة التي اعتمدها الباحث لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية الشباب المستخدمين للهاتف الجوال هم من العزاب وذوي المستوى الاقتصادي المنخفض، ومن القاطنين في الأحياء ذات المستويات الاجتماعية والاقتصادية المنخفضة والمتوسطة، وأن سبب استخدامهم للهاتف الجوال من أجل التواصل مع الأسرة ومع الآخرين.
- كما أظهرت نتائج الدراسة أن معظم الشباب يستخدمون أجهزة جالات حديثة التقنية.
- معظم استخدامات الهاتف الجوال تتركز على أغراض ترفيهية وعاطفية، فقد اتضح أن (82 %) يستخدمون التصوير بكاميرا الفيديو المرتبطة بالهاتف الجوال، و(29 %) يقومون بمراسلة القنوات الفضائية، و (77 %) يرسلون مقاطع فيديو.

(1)- رانيا رمزي حليم الياس، الآثار الاجتماعية لاستخدام الهاتف المحمول على الشباب "دراسة ميدانية في مدينة القاهرة"، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 2008.

- واتضح أيضا أن ما بين (50 %) و (60 %) من الشباب يستخدمون هواتفهم في إرسال رسائل بلوتوث للفتيات بقصد التعرف، وفي معاكستهم واتصالهم ومراسلتهم ومواعيدهم الغرامية وعلاقاتهم العاطفية مع الجنس الآخر.<sup>(1)</sup>

- الدراسة الثالثة: قام بها الباحث عبد الوهاب جودة سنة 2005، تحت عنوان "التأثيرات الاجتماعية لاستخدامات الشباب للهاتف المحمول". وتهدف الدراسة إلى محاولة فهم وتفسير العلاقات المتبادلة بين ظاهرة استعمال الهاتف النقال والبناء الاجتماعي الثقافي العربي، والوقوف على طرق وعادات استعمال الأفراد للهاتف المحمول. وجاءت تساؤلات الدراسة كالآتي:

- ما أنماط استخدام الشباب الجامعي للهاتف النقال؟

- ما مبررات استخدام الشباب الجامعي للهاتف النقال؟

- ما تأثيرات استخدام الهاتف النقال على العلاقات الأسرية للشباب؟

- ما تأثير استخدام الهاتف النقال على منظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب؟

اعتمدت الدراسة على المدخل السوسيوأنثروبولوجي مستخدمة الأسلوب الوصفي التحليلي (كميا وكيفيا)، حيث اعتمدت الدراسة على عدة أدوات لجمع البيانات كالملاحظة المباشرة، وطريقة مجموعات النقاش البؤرية، وطريقة المقابلات المفتوحة، وطريقة تحليل المضمون مستخدما قراءة النص، حيث تم تجميع 1380 رسالة نصية منها 850 رسالة من الشباب المصري، و530 رسالة نصية من الشباب العربي، بالإضافة إلى طريقة المسح باستخدام أداة الاستبيان والتي اقتصر على الدراسة المسحية بالعينة لطلبة جامعة عين شمس بمصر وجامعة السلطان قابوس بسلطنة عمان، واعتمدت الدراسة على العينة العمدية والتي بلغ حجمها 569 مفردة. وانتهت الدراسة إلى النتائج التالية:

### 1- على مستوى استعمال الشباب للهاتف النقال:

- سيادة استخدام الشباب الجامعي للهاتف النقال، ومتابعة كل جديد في عالم الهواتف النقالة، والتتبع المتقدم لتقنياته المختلفة واستخدامها.
- أدى الهاتف النقال إلى تغيير نمط التفاعل والتواصل الاجتماعي بين الأفراد، عن طريق المكالمات والمحادثات، والتواصل عن طريق التراسل النصي والمتعدد الوسائط والفيديو كليب والانترنت.

(1)- ماجد بن جبران بن حسن صلوي، الآثار الاجتماعية لاستخدامات الهاتف الجوال على الشباب السعودي، رسالة ماجستير في الاجتماع، جامعة الملك عبد العزيز، 2007.

- دوافع استعمال الهاتف النقال في التفاعل الاجتماعي تتحدد في التواصل مع الأهل والأصدقاء، وحفظ المذكرات، وترتيب المواعيد وتنظيم الوقت، والتسلية والترفيه، وملء وقت الفراغ.

## 2- على مستوى التأثيرات الاجتماعية:

- إعادة صياغة العلاقات الأسرية، نتيجة تغير القواعد والمعايير الضابطة للسلوك الاجتماعي بين أفراد الأسرة.

- أتاح الهاتف النقال تسهيل المحادثات بين الشباب من الجنسين دون علم الأسرة، وفي أوقات متأخرة من الليل.

- ساعد الهاتف النقال على انتشار الكذب بين الشباب وأسرهم، وإثارة الشكوك بين الجميع، علاوة على تناقل الأخبار وإفشاء أسرار الأسرة إلى الآخرين.

- زيادة درجة الاغتراب الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، وانعزاله عن سياقه الاجتماعي العام، بانكفائه على الذات، والتوحد مع جهازه النقال، واختزال العلاقات الاجتماعية إلى أقل عدد محدود من الأصدقاء، لاسيما المحبين والتواصل معهم على مدار الساعة، والابتعاد عن المحيطين من الأصدقاء والزملاء، وحتى أفراد الأسرة.<sup>(1)</sup>

- **الدراسة الرابعة:** قام بها الباحث عادل زيادات سنة 2008، بعنوان "الأثار الاجتماعية والثقافية للهاتف الخليوي على طلبة جامعة اليرموك كنموذج لطلبة الجامعات الرسمية الأردنية". وتهدف الدراسة إلى معرفة مدى التأثير الإيجابي والسلبي لسلوك وأنماط استخدام الهاتف النقال من طرف الطلبة. وجاءت تساؤلات الدراسة كالآتي:

- ما هي دوافع استخدام الهاتف النقال؟

- ما هو تأثير الهاتف النقال على قيم المجتمع؟

- ما هي إمكانية الاستغناء عن الهاتف النقال؟

- ما هو مدى استخدام رسائل الوسائط المتعددة؟

- ما هي نوعية المكالمات التي يستخدمها حامل الهاتف النقال؟

وتعتبر الدراسة من البحوث الوصفية (الاستكشافية)، وقد اعتمدت على منهج المسح الميداني، واقتصرت الدراسة على عينة من طلبة جامعة اليرموك المسجلين لدرجة البكالوريوس والمقدر عددهم بـ (17883) في الموسم الدراسي 2008/2007 وتم سحب عينة تمثل (5 %) من هذا العدد وهو ما يساوي 867 مفردة (522 طالبة و 345 طالب).

(1) -<http://elhyes-abdelwahab.blogspot.com/2008/05/blog-post.html>

( le 17/12/2010 à 16:25)

واعتمدت الدراسة على الاستمارة كأداة رئيسة في جمع البيانات. وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- توجد نسبة لا بأس بها من عينة الدراسة تستخدم الهاتف النقال لأغراض التسلية وبلغت نسبتهم (21.2 %)، تمثلت في استخدام الهاتف النقال في الاستماع للأغاني أو خدمة التراسل عن قرب وفق خدمة البلوتوث.
- التأثير في قيم و عادات وتقاليد المجتمع، حيث استخدم الهاتف النقال بما نسبته (1.5 %) من عينة البحث في المساعدة بإيجاد ممارسات وعلاقات غير شرعية.
- اعتبار الهاتف النقال سببا رئيسا لبعض المضايقات التي يتعرض لها الأفراد، والتي تجاوزت نسبتهم في عينة الدراسة (50 %).<sup>(1)</sup>

#### - التعقيب على الدراسات السابقة:

- تشير غالبية الدراسات إلى كثرة استخدام الانترنت والهاتف النقال مما يزيد من أهمية دراسة استخداماتها في مجالات معينة، كاستخدامها في العلاقات الاجتماعية.
- هناك ندرة في الدراسات التي ركزت على استخدام الانترنت والهاتف النقال في جانب اجتماعي محدد، كالعلاقات الاجتماعية والزواج خصوصا، وإنما أغلب الدراسات ركزت على التأثيرات الاجتماعية والثقافية والنفسية لاستخدام الانترنت والهاتف النقال، أي أنها كانت عبارة عن دراسات عامة.
- ملاحظة استخدام نظرية الاستخدامات و الإشباعات ومنهج المسح الاجتماعي باستخدام الاستمارة لدراسة مختلف استخدامات الانترنت والهاتف النقال.
- أغلب الدراسات طبقت على الشباب والطلبة خصوصا، وهذا ما يدل على أهمية هذه الفئة، لكونها الأكثر انجذابا لاستخدام التكنولوجيات الحديثة كالانترنت والهاتف النقال.
- لا توجد دراسات (على حد علم الباحث) جمعت بين وسيلتي الانترنت والهاتف النقال في بحث واحد، خاص باستخداماتهما في مجال محدد من الاستخدامات الاجتماعية كالعلاقات الاجتماعية، ولذا اهتم الباحث بدراسة هذا الجانب وركز على جزئية فيه وهي الزواج، إلى جانب بعض الجوانب الأخرى كأنماط وعادات استخدام الانترنت والهاتف النقال في العلاقات الاجتماعية للطلبة الجزائريين، والذين بلا شك لهم خصوصيات تميزهم عن غيرهم من الطلبة في البلدان العربية والغربية الأخرى.

(1) - <http://faculty.yu.edu.jo/adel/DownloadHandler.ashx?pg> ( le 30/03/2011 à 12:49)

- الاستفادة من الدراسات السابقة:

- التعرف على أهم نتائج الدراسات السابقة الأجنبية، وخاصة فيما يتعلق بالآثار المرتبطة بالانترنت والهاتف النقال على المجتمع عموماً، مما ساعد الباحث في تحديد مشكلة بحثه، وتحديد تساؤلات الدراسة، وتطويرها من خلال افتراض للعلاقات بين عدة متغيرات مختلفة.
- الاطلاع على طرق تناول الدراسات السابقة للموضوع والجوانب التي ركزت عليها خاصة في جانب عادات وأنماط استخدام الانترنت والهاتف النقال، والاستفادة منها في تصميم استمارة البحث.
- مقارنة نتائج الدراسة الحالية بنتائج الدراسات السابقة، مما ساهم في الكشف عن أوجه التشابه والاختلاف بين طبيعة المجتمعات المختلفة، والتي تعكس أسلوب تعامل الأفراد مع الانترنت والهاتف النقال كوسيلتين اتصاليين.

## II- منهجية الدراسة:

### 1- منهج الدراسة:

إن البحث العلمي الذي يهدف إلى الكشف عن الحقيقة يتطلب استخدام طريقة معينة من طرف الباحث في دراسته للمشكلة، وتتمثل تلك الطريقة في المنهج العلمي والذي هو "عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة والهادفة للكشف عن حقيقة تشكل هذه الظاهرة أو تلك"<sup>(1)</sup>.

وتختلف مناهج البحث العلمي باختلاف المواضيع التي يدرسها الباحث وطبيعة البحث والبيانات المراد الحصول عليها، وفي هذا الصدد فإن إنجاز هذا البحث الذي يتعلق بوصف مظاهر استخدام الطلبة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في العلاقات الاجتماعية وخصوصا الهاتف النقال والانترنت، يجعل هذه الدراسة تصنف ضمن الدراسات الوصفية أو تخضع للمنهج الوصفي الذي يقوم على جمع البيانات وتصنيفها وتبويبها ومحاولة تفسيرها وتحليلها من أجل قياس ومعرفة أثر وتأثير العوامل على إحداث الظاهرة محل الدراسة بهدف استخلاص النتائج ومعرفة كيفية ضبط والتحكم في هذه العوامل وأيضا التنبؤ بسلوك الظاهرة محل الدراسة في المستقبل"<sup>(2)</sup>.

ونظرا لكون هذا البحث يعتمد على دراسة مستخدمي تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، وهم بلا شك جزء من المجتمع، فإن المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو **منهج المسح الاجتماعي** الذي هو أحد المناهج الرئيسية التي تستخدم في البحوث الوصفية ويتناول الدراسة العلمية للظواهر الموجودة في جماعة، في كل مكان معين، متناولا أشياء موجودة بالفعل وفي الوقت الحاضر"<sup>(3)</sup>.

### 2- أدوات جمع البيانات:

إن نجاح أي بحث علمي 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. كما أن طبيعة الموضوع لها دور في اختيار الأداة أو الأدوات، وبالنسبة لهذه الدراسة التي تسعى إلى جمع البيانات الخاصة باستخدامات الطلبة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في العلاقات الاجتماعية،

(1) - محمد عبيدات، محمد أبو نصار، عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، الطبعة الثانية، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، 1999، ص: 46.

(2) - محمد عبد الغني سعودي، محسن أحمد الخضير، الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1992، ص: 51.

(3) - محيي محمد مسعد، كيفية كتابة الأبحاث والإعداد للمحاضرات، الطبعة الثانية، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2000، ص: 33.



فإن الأداة الملائمة هي الاستمارة أو الاستبيان الذي "هو أسلوب جمع البيانات التي تستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وأراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات"<sup>(1)</sup>

وتعتبر الاستمارة من أكثر الأدوات استخداما في منهج المسح الاجتماعي لما تتميز به من خصائص تسهل على الباحث والمبحث اقتصاد الوقت والجهد والمال.

وتتميز الاستمارة المعتمدة في هذا البحث بكونها تضم عددا من الأسئلة من مختلف أنواع الأسئلة المعروفة، وقد راعينا أن تكون الأسئلة واضحة، خالية من الإيحاء والغموض وغير مركبة. وقد احتوت الاستمارة على 42 سؤالاً، منها سؤالين (02) للبيانات الشخصية وثلاثة محاور هي:

- المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة للانترنت والهاتف النقال، ويضم: 15 سؤالاً.

- المحور الثاني: استخدام الطلبة للانترنت والهاتف النقال في العلاقات الاجتماعية، ويحتوي على: 07 أسئلة.

- المحور الثالث: اتجاهات الطلبة لاستخدام الانترنت والهاتف النقال كوسيلة لربط علاقة الزواج، ويضم: 18 سؤالاً.

### 3- عينة الدراسة:

نظرا لاستحالة تطبيق المسح الشامل في الكثير من البحوث العلمية والأكاديمية، فإنه عادة ما يلجأ الباحثين إلى إجراء بحوثهم على عينة من مجتمع الدراسة، والتي "هي جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة، يختارها الباحث لإجراء دراسته عليه [الجزء] على وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا"<sup>(2)</sup>.

وبحوث الإعلام والاتصال تأتي في مقدمة البحوث التي تعتمد على نظام العينات، لأنه يصعب إجراء المسح الشامل، لكون جمهور وسائل الإعلام يتميز بالضخامة والتشتت. ولكون مجتمع البحث في هذه الدراسة هو مستخدمي تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة (الانترنت والهاتف النقال) من الطلبة، وهو عدد كبير ويصعب حصره، لذلك من الضروري اللجوء إلى اختيار عدد أصغر من أفراد مجتمع الدراسة، يكون ممثلا في خصائصه للمجموع، ويسمح في نفس الوقت

(1) - نصيرة عقبي، جمهور التلفزيون ونظرية الاستعمالات و الإشباع: دراسة مسحية في الاستعمال والإشباع على عينة من الأسر في الجزائر العاصمة، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2002-2003، ص: 26.

(2) - رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، الطبعة الأولى، دار دجلة، الأردن، 2008، ص: 161.

بتحقيق أهداف الدراسة في حدود الوقت والإمكانيات المتاحة. وبناء على ذلك فإن العينة المناسبة للدراسة هي العينة العمدية (القصدية) وهي "تلك التي تختار على أساس تقدير الباحث المطلق بمعنى أن الباحث وحده هو الذي يحدد الحالات التي تكون عينة بحثه، وفقا للقواعد التي يراها هو محققة للأهداف التي يسعى إليها"<sup>(1)</sup>.

والعينة المعتمد عليها بالتحديد في هذه الدراسة هي: **العينة القصدية ذات الحصص المتساوية**. باعتبار مجتمع البحث يتمثل في طلبة التدرج بجامعة محمد خيضر - بسكرة- ونظرا للعدد الكبير للطلبة وصعوبة الحصول على القوائم المضبوطة، فقد تم تحديد حجم العينة بـ 120 (مائة وعشرين) مفردة من طلبة التدرج بالجامعة، وقد تم سحب العينة بطريقة العينة القصدية، وقد تم تقسيم مجتمع الدراسة إلى فئات وفقا لمتغير الجنس والكلية التي ينتمي إليها المبحوث، كما تم الاعتماد على أسلوب التوزيع المتساوي في عينة الدراسة. إذ يوجد بجامعة بسكرة 06 (ست) كليات حيث تم سحب 10 ذكور و 10 إناث من كل كلية، حيث بلغ عدد الذكور 60 مفردة و عدد الإناث 60 مفردة.

#### 4- مجالات الدراسة:

✓ **المجال المكاني:** تم إجراء الدراسة في جامعة محمد خيضر بسكرة بجميع كلياتها الموزعة على الجامعة المركزية والقطب الجامعي بالحاجب والقطب الجامعي الجديد بشتمة.

✓ **المجال البشري:** نقصد به الأفراد الذين يقعون ضمن حدود البحث، المجتمع الأصلي للبحث في هذه الدراسة هو طلبة التدرج بنظاميه القديم والجديد (كلاسيك و LMD) خلال السنة الدراسية 2010/2011 بجامعة محمد خيضر بسكرة.

(1) - نصيرة عقبي، مرجع سابق، ص: 28.

✓ **المجال الزمني:** يمكن تحديد المجال الزمني للدراسة بمرحلتين أساسيتين وهما:  
أولاً: مرحلة الدراسة النظرية: ويمكن تحديدها من بداية شهر ديسمبر 2010 إلى نهاية شهر أبريل 2011، وفيها تم جمع وتلخيص المادة النظرية للدراسة.  
ثانياً: الدراسة الميدانية: ويمكن تحديدها من بداية شهر ماي 2011 إلى نهاية شهر جويلية 2011، وفيها تم تحضير استمارة جمع البيانات وتوزيعها على المبحوثين، ثم تفريغ البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج.

#### 5- صعوبات الدراسة:

- لقد واجهنا عدة صعوبات أثناء القيام بهذا البحث نلخصها فيما يلي:
- صعوبة ضبط حدود الدراسة.
  - قلة الأطر المرجعية ذات العلاقة المباشرة بموضوع البحث وجوهره، وإن وجدت فهي كلها باللغات الأجنبية، مما اضطرنا إلى ترجمتها.
  - صعوبة التعامل مع أفراد عينة الدراسة أثناء تسليمهم استمارة البحث، رغم كون أفراد العينة من الطلبة إلا أننا سجلنا تردد العديد منهم في استلامها.
- ومع هذا تعتبر هذه الصعوبات عادية في كل بحث علمي، لهذا حاولنا تجاوزها بالعمل المتواصل والإصرار على إتمامه على أكمل وجه.

# الفصل الثالث

تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة

إن حاجة الإنسان إلى الاتصال والتواصل أدت إلى اختراعه للعديد من الوسائل التي تساعده على ذلك، فمن الإشارات والرموز إلى اختراع الأقمار الصناعية والحاسبات الإلكترونية، وما نتج عنهما من خدمات عديدة ومتعددة. ومع هذه التطورات المستمرة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أمكن التوصل إلى التكنولوجيا الرقمية التي أزالَت الفوارق بين مختلف الوسائل وزاوجت بينها، وأدمجت في بعضها البعض. ويزداد هذا التداخل بينها يوماً بعد يوم، وكل ذلك نتيجة نظام رقمي وتقنية رقمية ذكية جداً، مما أدى إلى ظهور وسائل الإعلام والاتصال الحديثة والأكثر تطوراً، والتي من أهمها الإنترنت والهاتف النقال، والتي تعتمد على الوسائط المتعددة ومختلف البرمجيات الحديثة في تقديم خدماتها والاندماج فيما بينها، معتمدة على مختلف شبكات الاتصالات وكذا أقمار البث المباشر وغيرها من الدعائم التكنولوجية الرقمية الدقيقة.

وقد انتشرت هذه التكنولوجيا في فترة زمنية قصيرة في كل دول العالم، مع وجود فوارق، حيث أن الدول النامية مازالت في بداية توطين هذه التكنولوجيا، ومنها الجزائر التي تسعى إلى تبني وتطوير البنية التحتية لتكنولوجيا الاتصال الرقمية من أجل اللحاق بالتطورات التكنولوجية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

## I- تكنولوجيا الاتصال الرقمية:

### 1- النظام التماثلي:

" في الأنظمة التماثلية تستقبل المعلومات وتعالج وترسل أو تخزن وأخيرا تسترجع في شكل ترددات كمية فيزيقية ( ميكانيكية، كهربائية، مغناطيسية أو كيميائية )، بحيث يكون هناك تماثل بين الشارة المرسله والشارة المستقبلية".<sup>(1)</sup> وقد بدأ النظام التناظري بنقل الصوت إلى مسافات بعيدة، وتعتمد هذه العملية على تحويل الإشارة الصوتية إلى إشارة كهربائية، حيث يتم إرسالها في شكل موجات كهرومغناطيسية ( هرتزية )، لكن كلما زادت المسافات تضعف الإشارة وذلك بسبب الهواء، الجبال... الخ. مما أدى إلى تواجد محطات تقوية، من أجل تقوية تلك الإشارات الكهربائية وإعادة إرسالها من جديد، كما أن هذا النظام يعاني من التشويش الحاصل في نظم الإرسال عند عرض المعلومات في شكل إشارات كهربائية متماثلة، وذلك نتيجة حدوث بعض التداخل أثناء استقبال الإشارة مما يصعب إدراكها بشكل مماثل للإشارة الأصلية.<sup>(2)</sup>

### 2- النظام الرقمي:

يقصد بالترميز الرقمي أو الرقمنة " الانتقال من التعامل مع المعلومات والبيانات على أساس تناظري ( Analogique ) إلى التعامل معها بأسلوب رقمي ( Digital )، و رقمنة المعلومات والبيانات هو أيضا تحويل النصوص والصور والأصوات إلى موجات كهربائية مرقمة مما يسهل عملية إرسالها وتخزينها، وكذا معالجتها أو ضغطها".<sup>(3)</sup> وفي الأنظمة الرقمية ترمز المعلومات في شكل أرقام ثنائية، تتكون من أصفار (0) وآحاد (1)، وهي تعكس مرور أو عدم مرور التيار الكهربائي. وفي الإعلام الآلي تصنف هذه الأرقام إلى مجموعات متكونة من ثمانية أرقام ( octets/Bytes )، تمثل كل واحدة منها حرفا أو عددا أو رمزا كتابيا. وأما الصوت فيحدد مداه بوحدة زمنية مقدارها 125 مليون جزء من الثانية، ويحول هذا القياس إلى أرقام ثنائية ( Bits )، وتطبق نفس التقنية على الصورة: حيث كل نقطة أولية يمثلها رقم يحدد موقعها ولونها وشدتها.<sup>(4)</sup>

(1)- فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال: المفهوم، الاستعمالات، الأفاق، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص: 75.

(2)- لبنى جلال سكيك، استخدام التكنولوجيا الرقمية في النشرة الإخبارية التلفزيونية: نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الجزائري نموذجا، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007/2008، ص: 108.

(3)- بوترة عبد الرزاق، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثرها على الأداء الإعلامي لدى الصحفيين الجزائريين: التلفزيون الجزائري أنموذجا (دراسة وصفية تحليلية)، رسالة ماجستير في وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2008/2009، ص: 75.

(4)- محمد توفيق ومان، سيناريوهات تنمية الموارد البشرية في ظل التكنولوجيا الرقمية، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة بسكرة، 2008/2009، ص: 75.

وعموما فإن الترميز الرقمي أو الرقمنة هي عبارة عن الترميز الرقمي لجميع المعلومات بكافة أشكالها، باعتماد القاعدة الثنائية (0 و 1) وذلك حتى يتقبلها الحاسوب أثناء معالجتها لأنه " وبمجرد أن يتم التشفير يتم ضغط تلك المعلومات لتخزين عدد كبير من المضمون، وعندما يتم الاستقبال تقوم الآلة بإزالة الضغط، ويتم إزالة التشفير. فتصبح مفهومة ومماثلة للإشارة الأصلية".<sup>(1)</sup>

### 3- مفهوم التكنولوجيا الرقمية:

كغيرها من المصطلحات الجديدة لم تحض التكنولوجيا الرقمية بتعريف موحد، بل تعددت هذه التعاريف، وتنوعت تبعاً لرؤية كل واحد من الباحثين لها، ولأجل إبراز هذا المفهوم كان لابد من إدراج عدة تعريفات له والتي من بينها:

" هي تكنولوجيا حديثة تعتمد على إرسال النبضات الكهربائية بطريقة ( التشغيل والإيقاف ) "On/Off"، حيث تتخذ جميع الرموز والحروف والأرقام والأصوات والصور والرسوم كوداً رقمياً مكوناً من أرقام ( الواحد والصفير )".<sup>(2)</sup> ويركز هذا التعريف على المبدأ الأساسي للتكنولوجيا الرقمية والذي هو تحويل المعلومات إلى أرقام ثنائية، بينما يركز التعريف الموالي على الوسائل والبرمجيات المكونة لهذه التكنولوجيا حيث " تعرف التكنولوجيا الرقمية في كل الأجهزة الإلكترونية عتاداً وبرمجيات، التي تقوم بمعالجة المعطيات بعد ترميزها أو تشفيرها إلى إشارات إثنائية (0، 1) وغالباً ما تكون هذه الأجهزة حواسيب".<sup>(3)</sup>

ومما سبق يظهر أن التكنولوجيا الرقمية هي عبارة عن لغة الآلة ( الهاتف، التلفزيون، الكمبيوتر، الأقمار الصناعية...) التي تقوم على مبدأ تشفير المعلومات المختلفة في شكل ثنائيات من (0 و 1) حيث يتم ضغط هذه المعلومات وتخزينها، وعند استقبالها تقوم الآلة المستقبلية بإزالة التشفير والضغط، وتعود المعلومة إلى حالتها الطبيعية ( نصوص، أصوات، صور، رسوم...) وبالتالي يتمكن الإنسان من فهم هذه المعلومات.

### 4- التحول من التماثلي إلى الرقمي:

نظراً للمزايا الكثيرة للنظام الرقمي مقارنة بالنظام التماثلي، فإن هناك توجه متزايد نحو التكنولوجيا الرقمية في كافة الأجهزة المستخدمة في الحياة اليومية كالتلفزيون وأجهزة الراديو والهاتف وكاميرات التصوير وأجهزة المطبخ وغيرها من الأجهزة المنزلية والمكتبية. وكل هذه الأجهزة تتجه نحو الرقمنة بل وإلى الاندماج أيضاً فيما بينها، مستغلة خصائص الرقمنة التي توفر وتسهل هذا الاندماج.

(1)- لبنى جلال سكيك، مرجع سابق، ص: 109.

(2)- نفس المرجع، ص: 12.

(3)- محمد توفيق ومان، مرجع سابق، ص: 51.

و الرقمنة عبارة عن تطور تكنولوجي ذو تداعيات كبيرة فرضت أنماطا غير مسبوقه لاستغلال ونقل وتخزين جميع أنواع المعلومات المتوفرة. ومكنت كذلك من تقارب وتزاوج التطبيقات التكنولوجية للإعلام والاتصال، التي ظلت إلى وقت قريب مستقلة عن بعضها البعض، وبفضل التكنولوجيا الرقمية بدأت هذه التطبيقات تتداخل، وبذلك اقتربت أجهزة التلفزيون من أجهزة الكمبيوتر ووصل الهاتف إلى عالم الصورة.

وقبل ظهور التكنولوجيا، كان الإرسال الإلكتروني حكرا على التكنولوجيا التماثلية، التي كانت تستخدم في الإرسال التلفزيوني والهاتفي، أما الآن فإن التكنولوجيا الرقمية تستخدم في جميع وسائل الاتصال الحديثة مثل الإرسال عبر الأقمار الصناعية أو عن طريق الألياف البصرية، وتكاد تكون التكنولوجيا الوحيدة المستخدمة في الاتصالات بعد أن تم التحول الكبير من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي في مختلف التطبيقات في معظم دول العالم، وهذا ما أدى إلى زيادة سرعة الاتصالات، وسهولة تبادل المعلومات وغير ذلك من مزايا الرقمنة.<sup>(1)</sup>

#### 5- رقمنة الاتصالات:

لعل أهم حدث عرفه قطاع الاتصالات وجعله يتحول من مجرد قطاع مساند لبعض الأنشطة المتفرقة إلى قطاع محوري له تأثير هام على مختلف المجالات، الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية، هو إدخال الرقمنة التي شملت تدريجيا مختلف أنظمة إرسال واستقبال ومعالجة وتخزين المعلومة.

#### أ- رقمنة أنظمة التراسل:

شهدت أنظمة التراسل مؤخرا، تطورا ملحوظا، حيث برزت تكنولوجيات جديدة من أهمها التكنولوجيا البصرية، حيث أن تطوير نظرية الليزر وصناعة الألياف البصرية من جهة واكتشاف المضخمات البصرية من جهة أخرى، مكن من استعمال أنظمة تراسل بصرية جديدة كنظام الهرم الرقمي المتزامن ( SDH ) الذي تصل سعته إلى 2.5 جيجابايت في الثانية أي ما يعادل إرسال 39 ألف مكالمة متزامنة لكل ليف بصري واحد.

ولعل من أهم المستجدات التي شهدها قطاع الاتصالات في الفترة الأخيرة هو ظهور تقنية الإرسال المتعدد الأطوال الموجية ( WDM )، حيث بلغت سرعة التدفق بهذا النظام 40 جيجابايت في الثانية أي ما يقارب 625 ألف مكالمة متزامنة لكل ليف بصري واحد.

وتجدر الإشارة إلى أن أنظمة التراسل هذه تحتوي على درجة كبيرة من الذكاء تمكن المشغل من التحكم فيها وصيانتها واستغلالها الاستغلال الأمثل.

(1)- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص: 117.



**ب- رقمنة شبكات النفاذ:**

ومن جهتها وحتى تتمكن من مواكبة التطور الحاصل في شبكات التراسل والاستجابة لحاجيات المستعمل النهائي من حيث السعة، شهدت شبكات النفاذ تطورات هامة، بفضل اعتماد تكنولوجيات نفاذ جديدة والتي من أهمها تكنولوجيا ( DSL ) التي تعتمد على تقنيات ترميز جديدة، فبواسطة تجهيز خط المشترك الذي يشترط أن يكون ذو جودة عالية بجهاز محول ( Modem ) تسمح هذه التقنيات بتبادل المعطيات بسعة تصل إلى حوالي 50 ميغابايت في الثانية.

وبالرغم من حداثة استعمال هذه التقنيات، فإن ظهور الشبكات متعددة الخدمات، والتطورات الكبيرة التي شهدتها أنظمة التراسل والتحويل، دفعت مشغلي خدمة الاتصالات إلى استعمال الأنظمة البصرية في شبكات النفاذ، ويمكن لهذه الأنظمة التي وقع اعتمادها حالياً توفير 622 ميغابايت في الثانية. كما أنه من المتوقع أن تدخل أنظمة أكبر سعة حيز الاستعمال في شبكات النفاذ، في المستقبل في حالة الحاجة لسعة إضافية.

وإلى جانب تكنولوجيا النفاذ المعتمدة على الألياف البصرية، فإن تقنيات النفاذ الراديوي حققت هي الأخرى نجاحات كبيرة فيما يتعلق بتطوير السعة، إذ تشتغل في شريط الذبذبات 40-2.4 جيجاهرتز وتوفر سعة تصل إلى 50 ميغابايت في الثانية في اتجاه المستعمل، وبذلك فهي تعتبر من أهم التكنولوجيات المستقبلية في هذا المجال.

**ج- رقمنة أنظمة التحويل:**

وفي نفس الإطار وحتى لا تمثل عائقا يعرقل التطور الذي عرفته شبكات التواصل والنفاذ شهدت أنظمة التحويل بدورها تطورات هامة، وهذا بهدف مساندة النسق المتزايد لسرعة تدفق المعطيات، ولتحقيق ذلك ظهرت طريقة تحويل الحزم التي تمكن من سرعة تدفق أكبر وتعتمد على آليات مراقبة ذات جدوى مرتفعة تضمن بدرجة كبيرة التقارب بين المعلومات المرسل والمقبولة، وبذلك أصبح من الممكن تركيب تجهيزات لمئات الآلاف من المنخرطين.<sup>(1)</sup>

**6- خصائص التكنولوجيا الرقمية:**

تتميز التكنولوجيا الرقمية بجملة من الخصائص ومن أهمها:

1- **الذكاء الاصطناعي:** ويلعب دورا كبيرا في تطوير المعرفة وتقوية فرص التواصل

وتسهيلها، سواء بين الأجهزة أو بين الأجهزة ومستخدميها.

(1)- فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص ص: 25-28.

- 2- **تكوين شبكات الاتصال:** تتوحد مجموعة التجهيزات المستندة على التكنولوجيا الرقمية من أجل تشكيل شبكات الاتصال، وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستعملين، ويسمح بتبادل المعلومات المختلفة.
- 3- **التفاعلية:** أي أن مستعمل التكنولوجيا الرقمية يمكن أن يكون مستقبلاً ومرسلاً في آن واحد، وهذا ما يسمح للمشاركين في عملية الاتصال بتبادل الأدوار، مما يزيد من تفاعلهم وتعرفهم على بعضهم البعض أكثر.
- 4- **اللاتزامية:** وتعني إمكانية استعمال الرسالة ( أو إرسال الرسالة ) في أي وقت يناسب المستخدم، فالمشاركون غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت. كما يمكن كذلك استعمال النظام في نفس الوقت وفق ما يعرف بالتراسل أو تبادل المعلومات في الوقت الحقيقي، أي أن يكون الاستخدام ( التراسل ) مباشراً أو على الخط بالنسبة للطرفين.
- 5- **قابلية التوصيل:** وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية المتنوعة الصنع، أي بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه الصنع. وذلك نتيجة وجود معايير كوحدة التقييس.
- 6- **قابلية التحرك والحركية:** أي أنه يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدمات الانترنت مثلاً أثناء تنقلاته، أي من أي مكان عن طريق وسائل اتصال محمولة، كالكامبيوتر المحمول والهاتف النقال... الخ.
- 7- **قابلية التحويل:** وهي إمكانية نقل المعلومات من شكل لآخر، كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة.
- 8- **الاجماهيرية:** وتعني إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو جماعة معينة بدل توجيهها بالضرورة إلى جماهير ضخمة، وهذا يعني إمكانية التحكم فيها، حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك، كما أنها تسمح بالجمع بين الأنواع المختلفة للاتصال، سواء من شخص واحد إلى شخص آخر، أو من جهة واحدة إلى مجموعات، أو من الكل إلى الكل أي من مجموعة إلى مجموعة.
- 9- **الشيوع والانتشار:** وهو قابلية هذه الشبكة للتوسع لتشمل أكثر فأكثر مساحات غير محدودة من العالم، بحيث تكتسب قوتها من هذا الانتشار.

**10- العالمية والكونية:** وهو المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيا حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة، تنتشر عبر مختلف مناطق العالم، وهي تسمح لرأس المال بأن يتدفق إلكترونياً، وهذا ما يؤدي إلى سهولة المعاملات التجارية وتخطيها لعائق المكان والانتقال عبر الحدود الدولية.<sup>(1)</sup>

#### 7- مجالات استعمال التكنولوجيا الرقمية:

تعمل التكنولوجيا الرقمية على مساعدة أفراد المجتمع في ممارسة جميع أنشطتهم اليومية سواء كانت بسيطة أو معقدة، ولم تترك مجالاً من مجالات الحياة إلا ودخلته، خاصة في الدول المتقدمة أين أصبح المجتمع نتيجة هذا التدخل يعرف بمجتمع المعلومات لارتكازه على شبكات المعلومات التي توفر المعلومات لجميع أفراد المجتمع في جميع المجالات وفي كل زمان ومكان. وهكذا فإن التكنولوجيا الرقمية قد أصبحت تشمل جميع الميادين الحياتية والتي من أهمها:

##### 1- المجال الاجتماعي:

لقد تفاعلت التكنولوجيا الرقمية مع الحياة الاجتماعية، وأحدثت تغييرات في السلوكيات الاجتماعية للناس، وأحدثت تغييرات اجتماعية لا يمكن إنكارها، ومن أمثلة ذلك التجارة الإلكترونية، التعليم والتدريب الإلكتروني والجامعات الافتراضية وغيرها. كما ظهرت الشبكات الاجتماعية الافتراضية التي يلعب الناس فيها أدواراً مختلفة، تتراوح من حشد الآراء نحو مواضيع واتجاهات معينة إلى تكوين جماعات ذات توجهات خاصة، إلى تطور العلاقات الحميمة بين الأفراد والتي أدت إلى الزواج في كثير من الحالات.

##### 2- المجال الاقتصادي والمالي: ومن أهم آثار التكنولوجيا الرقمية فيه ما يلي:

- أتمتة أعمال البنوك، من أجل تحسين الخدمات وسرعة ضبط الحسابات زيادة للرقابة المالية على البنوك.

- تحويل الأموال إلكترونياً، بهدف سرعة الخدمة، وتقليل استعمال الأوراق بين البنوك.

- إقامة النماذج الاقتصادية لتحليل أداء النظم الاقتصادية وتقسيم الاستراتيجيات.

- التصميم بمساعدة الحاسوب مما يتيح إمكانية التعديل وتحديد قوائم المكونات والمواد الداخلة فيها.

**3- مجال التعليم والتدريب:** تستعمل التكنولوجيا الرقمية بشكل واسع في هذا المجال وذلك من خلال العديد من التطبيقات والتي منها:

- نظم التدريب: من خلال المحاكاة لرواد الفضاء والطيارين على سبيل المثال، لتدريبهم على قيادة المركبات، مما يقلل من التكاليف والمخاطر.

(1)- محمد توفيق ومان، مرجع سابق، ص ص: 57-59.

- برمجيات مساندة للتعليم والتعلم، والتي تهدف إلى زيادة إنتاجية المدرس والدارس.
  - نظم المعلومات التربوية والتي تساعد على صياغة ووضع السياسات التربوية والتخطيط التربوي وجهود البحوث والتنظيم في مجال التعليم.
  - تأهيل وتطوير قدرات القوى العاملة في المؤسسات الاقتصادية، وذلك بتخطيط برامج تدريبية تعمل على زيادة التحكم في الأداء ورفع الكفاءة.<sup>(1)</sup>
- هذا، كما تشمل التكنولوجيا الرقمية بقية المجالات الأخرى، وذلك نتيجة سعي الحكومات لإدخال هذه التكنولوجيا في جميع الميادين وخاصة الإدارية منها كالحكومة الإلكترونية وغيرها، وذلك لأن الإدارة الرقمية تستطيع أن تقدم أفضل الخدمات للمواطنين وتؤدي مختلف الوظائف بكفاءة عالية، لكونها تنمو وتترعرع في بيئة الابتكار والخلق والإبداع، وهذا ما يجعلها سريعة التكيف والاستجابة لمختلف المتطلبات والحاجيات، وبذلك تصبح الإدارة ومن خلالها المجتمع مسابير لمختلف تطورات العصر.

#### 8- مزايا وعيوب التكنولوجيا الرقمية:

##### 1- مزايا التكنولوجيا الرقمية:

- توجد العديد من المزايا للنظام الرقمي مقارنة بغيره من أنظمة الاتصالات والتي من أهمها النظام التماثلي ومن أهم هذه المزايا:
- 1- عملت الرقمنة على إسقاط الحواجز الفاصلة بين أنساق الرموز المختلفة من نصوص وأصوات وأنغام وأشكال وصور ثابتة ومتحركة، وذلك بتحويل هذه الأنساق الرمزية إلى سلاسل رقمية قوامها (الصفير والواحد) حتى تتواءم مع نظام الأعداد الثنائي أساس عمل الكمبيوتر.<sup>(2)</sup>
  - 2- يمكن استخدام الألياف الضوئية من خلال التشغيل أو الإيقاف (On/Off) أو الإشراق والإعتماد، لكي تعبر عن البيانات الرقمية، وبسبب التردد العالي جدا للضوء، يمكن التعامل مع كميات ضخمة جدا من المعلومات، ويمكن أن تصل قدرة النبضات إلى 1.7 مليون نبضة في الثانية. كما يتيح استخدام الليزر (Laser) نقل أكثر من بليون رمز في الثانية.

(1)- محمد توفيق ومان، مرجع سابق، ص ص: 61-63.

(2)- نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001، ص: 77.

- وتحمل وصلات الألياف الضوئية الواسعة الاستخدام حوالي 560 مليون رمز في الثانية، وتحمل بعض الألياف أكثر من بليون رمز في الثانية في حالة الاستخدام التجاري.<sup>(1)</sup>
- 3- لا تسمح الاتصالات الرقمية بأي قدر من التشويش أو التداخل في كل مرحلة من مراحلها، لأن عملية الإرسال وعملية الاستقبال غير مستقلة، كما هو الحال في الاتصالات التماثلية، بحيث يؤدي ذلك إلى قدر من التشويش. وعليه فإن قوة الاتصال الرقمي وفاعليته تكمن في مقاومة التشويش، ومقاومة التداخلات، والمحافظة على قوة الإشارات عبر خط الاتصال.
- 4- النظام الرقمي مصمم بشكل يسمح بمراقبة أوضاع الاتصال بشكل مستمر، ويصح مسارها، ويحقق التوافق والتناغم بين الأصوات، والتحكم في الصدى. كما يعمد النظام الرقمي إلى تصحيح الأخطاء التي قد تحدث إلكترونيا.
- 5- أمنية الاتصالات الرقمية ( Security ) حيث بالإمكان تبادل المعلومات التي تتطلب قدرا من السرية، في البنوك أو المصالح الرسمية المختلفة.<sup>(2)</sup>
- 6- تمكن التكنولوجيا الرقمية من تخزين واسترجاع عدد لا يحصى من المعلومات والبيانات في مساحة ذاكرة صغيرة نسبيا، وكلما زادت سعة الذاكرة كلما زادت القدرة على التلاعب بالإشارة بطرق مختلفة.
- 7- تقليص حجم معدات ووسائل الاتصال وخفة وزنها وقلة تكاليفها وسهولة استخدامها.
- 8- يتسم النظام الرقمي بالشمول، بحيث يسمح بنقل البيانات في شكل نصوص وأصوات وصور ورسوم بقدر عال من الدقة. كما يمكن نقل المحادثات أو الأصوات المركبة في وقت واحد وبدرجة عالية من النقاء والجودة.
- 9- المرونة والتي تسمح بتحقيق قدر عال من جودة الاستخدام وذلك بخضوع النظم الرقمية للتحكم من جانب برامج ( Software ) بالحاسب الإلكتروني.<sup>(3)</sup>

(1)- قطشه عبد القادر، إسهام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير الرسالة التلفزيونية الجزائرية: الألعاب العربية العاشرة (من 09/24 إلى 2004/10/08) نموذجا (دراسة وصفية تحليلية)، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006/2005، ص: 46-47.

(2)- عامر إبراهيم قنديلجي، المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والانترنت، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص: 125.

(3)- لبنى جلال سكيك، مرجع سابق، ص: 111.

## 2- عيوب التكنولوجيا الرقمية:

- لكل تكنولوجيا مزايا وعيوب، والتكنولوجيا الرقمية لا تشكل استثناء ومن عيوبها:
- 1- تكميم الخطأ: عملية الرقمنة يمكنها إدخال كميات من الأخطاء إذا لم تكن هناك مستويات كافية لتمثيل الإشارة التناظرية. وعلى سبيل المثال يخضع نظام الفيديو إلى رمزين ( bit ) للكلمة. وسيكون أربعة ألوان مستنسخة فقط للإشارة التناظرية الأصلية والمشهد لن يكون ممثلاً بدقة. ولتصحيح الخطأ يمكن رفع عدد المستويات، وهذا ما يمكن من زيادة التتابع و/أو تخزين الحاجيات، وهذا يعتبر عادة حلاً وسطاً بين هذه العوامل ودقة عملية الرقمنة.
  - 2- هيمنة النظام التناظري: نعيش إلى حد ما في عالم تناظري، فالكثير من أشكال المعلومات وحتى الأجهزة كالهاتف والتلفزيون والراديو وغيرها تناظرية، وتنتج وتنقل المعلومات التناظرية، وهذا ما يحتم استخدام أنظمة تناظرية.
  - 3- الاستثمارات العامة: للاستثمارات العامة وزن كبير في هذه القضية، فالتبديل من النظام التناظري إلى النظام الرقمي سيكون صعباً للغاية، لأن أغلب الأجهزة المستعملة الآن تناظرية من الهاتف والتلفزيون وحتى إلى أنظمة الاتصالات الكبرى التي تعتمد عليها شركات الاتصالات، وإعادة تجهيز هذه الشركات وكذا البيوت بأجهزة رقمية يتطلب مليارات الدولارات إضافة إلى تعطيل العديد من المصانع وبالتالي المجتمع الذي سيكون من الصعب تعامله مع هذه الطفرة. وعليه فيجب إدخال هذه التكنولوجيا بشكل تدريجي من خلال دمج العديد من التقنيات الجديدة ومنتجاتها في أنظمة الاتصالات الحالية من أجل التخفيف من تأثير التحول إلى التكنولوجيا الرقمية.<sup>(1)</sup>

(1) - Micheal M. A. Mirabito, Barbara L. Morgenstern, The new communications Technologies: Applications, Policy, and Impact, 5<sup>th</sup> edition, Focal Press, ELSEVIER, Burlington, USA, 2004, p: 25.

## II- الشبكات والوسائط المتعددة:

### I-II- الشبكات:

#### 1- تعريف الشبكات:

توجد العديد من التعريفات للشبكة أو الشبكات، ومن بينها هذا التعريف الذي يعني بالشبكة "التوزيع أو البث خلال وسائل الاتصال من بعد ( Telecommunications ) ( أو الاتصالات السلكية واللاسلكية ) لخدمات المعلومات"<sup>(1)</sup>.

كما يوجد هناك تعريف بسيط للشبكة وهو " ربط حاسب أو أكثر مع الأدوات المرتبطة المتصلة معا بواسطة تسهيلات الاتصالات "<sup>(2)</sup> وهناك تعريف آخر للشبكة حيث " يقصد بالشبكة اشتراك مؤسستين أو أكثر في تنظيم معين، يتيح لها المشاركة في المصادر والخدمات من خلال روابط الاتصال عن بعد "<sup>(3)</sup>.

ومما سبق يظهر أن الشبكة هي عبارة عن ربط مجموعة من الحواسيب ومن تم مجموعة من المؤسسات أو المشتركين، بواسطة تسهيلات الاتصالات عن بعد سواء كانت سلكية أو لا سلكية ، مما يتيح سهولة تبادل المعلومات والاتصالات بين أطراف الشبكة أو المستخدمين من خدماتها.

#### 2- خصائص الشبكات:

هناك عدة خصائص تؤثر على تشغيل هذه الشبكات ومن أهمها:

- 1- سرعة إرسال البيانات.
- 2- حالة البيانات وهل ترسل كاملة أو نصف مزدوجة ( Half-duplex ).
- 3- طرق التوقيت.
- 4- استخدام الإرسال المتضاعف ( Multiplexing ).
- 5- الحاجة إلى مودم ( Modem ).
- 6- أوساط الإرسال.
- 7- تقسيمات الشبكات.

(1)- محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990، ص: 83.

(2)- محمد محمد الهادي، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات: مع معجم شارح للمصطلحات، الطبعة الأولى، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001، ص: 333.

(3)- أحمد أنور بدر، مقدمة في تكنولوجيا المعلومات وأساسيات استرجاع المعلومات، الطبعة الأولى، دار الثقافة العلمية، الإسكندرية، 2003، ص: 91.

8- أساليب التحويل في الشبكات.

9- تركيب الشبكات.<sup>(1)</sup>

3- أهمية الشبكات:

تلعب الشبكات دورا كبيرا في تبادل المعلومات حول العالم، خاصة باستخدام التقنيات الرقمية في الاتصالات وتطوير أداء الشبكات، التي تزداد أهميتها يوما بعد يوم، نتيجة لما يلي:

1- لقد سمح التغيير والتطور السريع في عالم الشبكات والاتصالات، بربط الحواسيب الشخصية بعضها ببعض وحتى ربط هذه الحواسيب مع أنظمة وأجهزة وشبكات ضخمة، وصارت هذه الشبكات وسيلة لتكوين بنوك معلومات لها خدمات علمية وثقافية وخدمية ومالية عامة، بالإضافة إلى تعاملها مع عدد كبير من تطبيقات الحواسيب الشخصية الرخيصة الثمن والواسعة الانتشار.

2- تطوير تدفق المعلومات وتسهيل العلاقة مع العملاء داخل المؤسسة وخارجها.

3- تجميع البيانات من مصادر الأصلية بصورة موحدة.

4- تقليل معوقات اتخاذ القرار في المؤسسات، عن طريق توفير قاعدة للبيانات وربطها بمراكز اتخاذ القرار.

5- ترسيخ ثقافة تكنولوجيا المعلومات لدعم وبناء ثقافة مؤسسية إيجابية لدى كافة العاملين.

6- التعلم المستمر وبناء المعرفة.

7- اختصار وقت تنفيذ المعاملات المتعلقة بالعملاء.

8- التواصل عن بعد، فالشبكة تتيح إمكانية التواصل بين المستخدمين في مواقع مختلفة ويستخدمون نظم تشغيل مختلفة وبرامج مختلفة، حيث أن هذه الطريقة تمكن المؤسسات المترامية الأطراف من عقد لقاءات واجتماعات تنسيقية بأقل التكاليف، كما تمكن الناس من التواصل فيما بينهم مهما تباعدت المسافات، وتشاركهم فيما يعرف بالشبكات الاجتماعية التي أصبحت من خصائص الاتصال الشبكي.

9- ربط أصحاب المهن المختلفة والتخصصات المتنوعة بالمؤسسات العلمية (المعاهد، الجامعات، مراكز البحوث،...)، مما يمكنهم من مواصلة التعلم والاطلاع على آخر المستجدات في تخصصاتهم.<sup>(2)</sup>

(1)- أحمد أنور بدر، مرجع سابق، ص: 90.

(2)- محمد توفيق ومان، مرجع سابق، ص: 65-66.



#### 4- فوائد الشبكات:

لاشك أن للشبكات فوائد كثيرة، تعود بالفائدة على المؤسسات الاقتصادية بالدرجة الأولى، وغيرها من المؤسسات الأخرى، وحتى المواطن البسيط الذي يستعمل هذه الشبكات في شتى الأغراض، ومن أهم هذه الفوائد:

- 1- التشارك بالبرامج والأنظمة: تؤمن الشبكة إمكانية تشارك عدة مستثمرين في البرمجيات والأنظمة المتواجدة على أجهزة الشبكة أو على الحاسوب الرئيسي لهذه الشبكة، مما يساعد على بناء قواعد بيانات مشتركة وتوحيد الأنظمة وعدم تكرار البيانات. كما يمكن للشبكة توفير إمكانية استخدام قواعد البيانات من مختلف طرفيات الشبكة.
- 2- توفير تجهيزات مشتركة بشكل اقتصادي حسب الحاجة: تساهم الشبكات في توفير كلفة شراء بعض التجهيزات من طرف المؤسسات، نتيجة استعمالها لأجهزة الشبكة، وهذا ما يسمح لها بشراء طرفيات ذات جودة عالية خاصة بدخولها على الشبكة.
- 3- الترخيم من خلال قواعد البيانات المشتركة لمختلف الأقسام: تؤمن الشبكة من خلال قواعد البيانات المعالجة المشتركة للمعلومات من طرف مختلف الأقسام في المؤسسة، مع الحفاظ على التنسيق وعدم التضارب والاختلاف في المعلومات.
- 4- توفر للمستثمرين العمل بوثوقية عالية ضمن أقل تكلفة ممكنة: تتمتع بعض أنظمة الشبكات بأدائية ووثوقية عالية، حيث يمكنها توفير البدائل مباشرة في حال حدوث خلل أو عطل ما في أحد مكونات الشبكة، مما يسمح للمستثمر بمواصلة عمله في أقل فترة ممكنة.
- 5- توسيع قاعدة مستثمري الحاسبات الشخصية بتكلفة منخفضة: يمكن توسيع قاعدة مستخدمي الحاسبات الشخصية في المؤسسات من خلال اللجوء إلى الحاسبات التي لا قرص لها الرخيصة الثمن، والتي تستخدم نظام الملفات المركزي في الحاسوب الرئيسي للشبكة.
- 6- توفير التحكم والإدارة المركزية للأنظمة الموزعة جغرافياً: تسمح العديد من نظم تشغيل الشبكات بمراقبة جميع مكونات الشبكة والتحكم بها من موقع مركزي، وبالتالي إمكانية إدارتها بشكل جيد، ورفع مستوى أداء العمل على الشبكة.
- 7- تأمين التوافق بين التجهيزات والبرمجيات المختلفة: تعتبر الشبكات أفضل وسيلة، لربط أنظمة حاسوبية مختلفة، وخلق التوافق فيما بينها.
- 8- المرونة والسرعة في تبادل الملفات والمعلومات والبريد: توفر شبكات الاتصالات إمكانية تبادل الملفات والمعلومات بين المستخدمين بسهولة فائقة وسرعة عالية.

9- التخاطب والمناقشة بين مستثمري الشبكة: تعمل شبكات الاتصالات على توفير العديد من الخدمات، الدردشة ( بالكتابة، الحوار ) والبريد الإلكتروني وغيرها من الخدمات التي تسهل الاتصال وتيسره.

10- حماية وأمن المعلومات: تتمتع معظم أنظمة الشبكات بمواصفات أمان عالية، تحمي الملفات والبيانات، مما يسمح للشركات بمراقبة الملفات الداخلة والخارجة والتحكم بها.

11- النقل المتعدد الأنواع للبيانات (Multimedia): تتميز الشبكات الحديثة بإمكانية نقل الصوت والصورة ومختلف أنواع البيانات ( خدمات الشبكات الرقمية المتكاملة ISDN ) وتهدف هذه الشبكات إلى ربط كل حاسوب في المنزل أو العمل بخطوط عالية السرعة. ومن الخدمات المفيدة التي توفرها هذه الشبكات إجراء المؤتمرات عن بعد (Video Conference).<sup>(1)</sup>

## 5- أنواع الشبكات:

إن المعلوماتية مناط بها إدخال البيانات ومعالجتها وتخزينها وإعادة استرجاعها، أما الاتصالات فيتمثل دورها في توفير واسطة نقلها وتبادلها، ولإنجاز هذا كله لابد من شبكات، هذه الشبكات بدأت من مفهوم الشبكية السلكية أحادية النقل في عصر التلغراف، لتمر عبر تطور هائل استثمر في بناء شبكات الهاتف.<sup>(2)</sup>

كما دشنت الثورة الإلكترونية القرن الواحد والعشرين بتطور هام في مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية مع ميدان الإعلام الآلي.<sup>(3)</sup> والذي تمخض عنه تعدد الشبكات، التي يمكن تقسيمها حسب حجمها إلى الأنواع التالية:

### 1- الشبكة المحلية "LAN" Local Area Network:

ويستخدم هذا المصطلح للدلالة على الحاسبات المتصلة معا في إطار شبكة منتشرة على مدى جغرافي ضيق، أي التي توجد في مبنى أو مباني متجاورة للشركة نفسها.<sup>(4)</sup> وترتبط حواسيبها عادة بكابلات، وهذا ما يسمح للمشاركين فيها بتقاسم التجهيزات والبرامج والبيانات المتوفرة، كالبرامج الإحصائية، وبرامج معالجة الكلمات، والبرامج التطبيقية وقواعد البيانات، والطابعات عالية الجودة. وتركب هذه الشبكات في مختلف المؤسسات الأكاديمية والتجارية والصناعية والصحة وغيرها.<sup>(5)</sup>

(1)- هاني شحادة الخوري، تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرين: مدخل تعريفي لتكنولوجيا المعلومات، الجزء الأول، الطبعة الأولى، مركز الرضا للكمبيوتر، دمشق، 1998، ص: 94-97.

(2)- أعمار يوسف، مرجع سابق، ص: 35.

(3)- بوترعة عبد الرزاق، مرجع سابق، ص: 66.

(4)- محمد محمد الهادي، مرجع سابق، ص: 328.

(5)- عامر إبراهيم قنديلجي، مرجع سابق، ص: 229.

## 2- شبكات المدن "MAN" Metropolitan Area Network:

وهي مجموعة متصلة من LANs تشكل فيما بينها شبكات أكبر حجماً، وتغطي مدينة بأكملها.<sup>(1)</sup>

## 3- الشبكة الواسعة "WAN" Wide Area Network:

تستخدم لربط الشبكات المحلية المتباعدة جغرافياً، وذلك باستخدام الأجهزة الموجهة والمسيرة والخطوط المتخصصة لنقل البيانات رقمياً بحيث يمكن لها اختيار المسار المناسب لنقل البيانات.<sup>(2)</sup> وهذه الشبكات هي التي تمتد عبر البلدان والقارات، ويعتبر نظام الطيران الدولي أفضل مثال على هذا النوع من الشبكات وكذلك شبكة الانترنت. وتتعامل الشبكات الهاتفية المحلية والقطرية والدولية لربط شبكات مختلفة ببعضها البعض. كما يمكنها استخدام الأمواج الميكروية والأقمار الصناعية.<sup>(3)</sup>

## 6- توسيع شبكة الاتصالات بالتقنيات الرقمية:

يشهد العالم اليوم ثورة كبرى في ميدان تأسيس ومد الكابلات وتوسع استخدام شبكات الأقمار الصناعية في نقل حجم متزايد من المعلومات والبرامج التلفزيونية، عبر خطوط المكالمات والاتصالات بين الكمبيوترات، وتشكل شبكة الكابلات التي تتكامل مع الأقمار الصناعية العصب الحيوي لنقل المعلومات بالتقنيات الرقمية.

كما توسعت مهمات خطوط الهاتف التقليدية لتشمل نقل شتى المعلومات المرسلة بالتقنيات الرقمية، ولحل مشاكل هذا التوسع وجب توسيع حجم الخطوط الحالية أو استخدام تقنيات ضغط المعلومات، وهذا يعني أن تعوض الخطوط الهاتفية النحاسية بخطوط من الألياف البصرية وشبكة الأقمار الصناعية، مع استخدام أجهزة المودم. بالإضافة إلى توسيع استخدام شبكة الخدمات الرقمية المتكاملة (ISDN)، حتى تزداد سرعة تدفق المعلومات، لتسمح بنقل الأفلام السينمائية والشرائط المجسمة بسرعة كبيرة وبجودة عالية، وإلغاء معاناة مستخدمي الانترنت في نقل صور متقطعة وببطء.<sup>(4)</sup>

## 7- شبكة الخدمات الرقمية المتكاملة "ISDN" (Integrated Service Digital Network):

وهي شبكة اتصالات رقمية على نطاق دولي، نبعت من خدمات التلفزيون، وتهدف إلى إحلال كل خطوط التليفونات الحالية التي تستخدم تحويلات رقمية من وإلى التناظرية بتحويلات رقمية بصفة كاملة، مع تسهيلات إرسال قادرة على حمل كل وسائط البيانات من أصوات وأشكال وصور وفيديو.

(1)- هاني شحادة الخوري، مرجع سابق، ص: 98.

(2)- محمد توفيق ومان، مرجع سابق، ص: 64.

(3)- هاني شحادة الخوري، مرجع سابق، ص: 98.

(4)- نفس المرجع، ص: 103-104.

وقد بنيت هذه الشبكة على أساس قناتي اتصال أساسيتين:

- قنوات اتصال من نوع (B) التي تحمل الصوت والبيانات والأشكال على مدى 64 كيلوبت في الثانية الواحدة.

- وقنوات اتصال من نوع (D) والتي تحمل معلومات الرقابة والإشارة وبيانات إدارة الوصل بسرعة تقدر بـ 16 كيلو بت في الثانية. ويطلق على خدمات الحاسبات المعيارية لهذه الشبكة D+Bc.

والنطور الثاني لهذه الشبكة (ISDN-2) يقدم نوعي الخدمة السابق الإشارة إليهما، كما يعتبر ملائماً لنقل البيانات بكافة أشكالها، كنقل مؤتمرات الفيديو ( Video Conference ) التي تعتمد على جودة الشكل من أجل الاستخدام التجاري.<sup>(1)</sup>

إلا أن التكلفة المالية لهذه التقنية أعلى من التقنيات الأخرى التي تستعمل المودم، لأنها تتطلب تثبيت أنواع خاصة من المعدات الإضافية من قبل شركات الهاتف.<sup>(2)</sup>

## 8- الشبكات اللاسلكية:

كثيرة هي الشبكات اللاسلكية أو خيارات التشبيك اللاسلكي، وتتنوع هذه الشبكات بتنوع الوسيط الشبكي أو تقنية التشبيك وفيما يلي أهم هذه الشبكات أو التقنيات:

### 1- الأشعة تحت الحمراء "IR" Infra Red:

وهي تكنولوجيا الإشعاع الكهرومغناطيسي مع ترددات في مجال الكهرومغناطيسية في مدى أقل من الضوء الأحمر الملموس مباشرة، وتقدم هذه التكنولوجيا أو التقنية معدلات إرسال عالية مع سعة نطاق واسعة إلى حد كبير في اتصالات خط الرؤية المباشر.<sup>(3)</sup>

### 2- البلوتوث Bluetooth:

تعمل هذه التقنية بموجات الراديو القصيرة (SW) عبر التردد 2.4 جيجا هرتز، وتدعم نقل البيانات في اتجاه واحد فقط استقبالا أو إرسالاً بسرعة 720 كيلوبت في الثانية. ثم تطورت هذه التقنية لتصبح قادرة على العمل في اتجاهين لجهاز واحد وبسرعة أعلى. وتعمل هذه التقنية على مدى يقدر بـ 8متر. وضمنت هذه التقنية التشبيك اللاسلكي في بعض اللوحات الأم (Motherboard) وفي موائمات خاصة عبر واجهة (USB)، بالإضافة إلى تضمينها أجهزة الهواتف النقالة التي منها انطلقت واتسعت شعبيتها.

(1)- محمد محمد الهادي، مرجع سابق، ص: 324-325.

(2)- عامر إبراهيم قنديلجي، مرجع سابق، ص: 201.

(3)- محمد محمد الهادي، مرجع سابق، ص: 324.

### 3- شبكات الواي فاي "WiFi" (Wireless Fidelity):

وهي تقنية حديثة نسبياً نشأت في أواخر الألفية الماضية، واستطاعت اكتساح ساحات الاتصالات اللاسلكية بسرعتها المتفوقة وسهولة تركيبها وقلة تكلفتها. تطورت هذه التقنية حتى لا يكاد جهاز أو مكان يخلو من موجاتها الممتدة عبر الأثير.

حيث أصبحت هذه الموجات تزدهم في المقاهي والمطارات والفنادق وحتى في البيوت، كما أصبحت الأجهزة المحمولة والمكتبية تتنافس أثيرها، ولهذه التقنية العديد من المعايير مثل (802.116)، وكل الأجهزة الموجودة في السوق تخضع لمعايير معينة.

### 4- شبكات الواي ماكس "Wi MAX" (Worldwide Interoperability for Microwave Access):

وتعني إمكانية الوصول العالمي بموجات المايكرويف. تتميز هذه التقنية بسعة التغطية التي تصل إلى 50-70 كيلومترا في الاتجاهات الأربع. وتصل سرعتها النظرية إلى 70ميغابت في الثانية لكنها لا تبلغ هذه القيمة عند المستخدم لأنها خدمة جماعية أي أنها تعرض هذه السرعة على مجموعة من المستخدمين الذين يوزعون الاتصال العريض بينهم. وتتميز بسهولة تركيبها على أبراج الهواتف النقالة.

### 5- خدمة الحزم الراديوية العامة: "GPRS" (General Packet Radio Service):

ويعتمد هذا النظام على تحويل البيانات بشكل حزم تؤمن تحويل البيانات، وهذه التقنية اللاسلكية موجهة لنقل البيانات عبر شبكات الهاتف النقال وذلك باستخدام أجهزة النقال المتوافقة مع هذه التقنية. حيث يتم نقل المعلومات في شكل حزم مما ساهم في الوصول إلى أحجام أكبر من المعلومات وبسرعات عالية، ويتميز هذا النظام بخواص منها:

- التنقل من مكان إلى آخر أثناء نقل البيانات.
- التمتع باتصال دائم مستمر.
- التكلفة حسب حجم المعلومات المتبادلة وليس على مدة الاستخدام.
- متوفرة في كل مكان.
- سرعة عالية لنقل البيانات<sup>(1)</sup>.

(1)- سامية علي الشريفي، أنظمة شبكات النقال، مجلة تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، السنة التاسعة، العدد: 108، جويلية 2010، وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات، صنعاء، ص ص: 21-22.

## II-II- الوسائط المتعددة:

### 1- تعريف الوسائط المتعددة:

هناك العديد من التعريفات التي تناولت الوسائط المتعددة ومن هذه التعريفات، هذا التعريف الذي يقول: " بأنها عبارة عن صنف من برمجيات الكمبيوتر التي توفر المعلومات بأشكال مختلفة كالصوت والصورة والرسوم المتحركة إضافة إلى النصوص مع ربط محكم للمعلومات بأشكالها المختلفة"<sup>(1)</sup>.

وهناك تعريف آخر جاء فيه أن الوسائط المتعددة هي الجمع بين أكثر من وسيلة من أجل تقديم بعض المعلومات، حيث بالإمكان الجمع بين النص والجرافيك، والصوت والرسوم المتحركة وحتى الفيديو من أجل خلق تطبيق للوسائط المتعددة.<sup>(2)</sup>

كما يضيف كل من "جيبس Gibbs" و "تستشريتس Tschritzis" " أن شاشة الكمبيوتر يمكن أن تشمل على صور فوتوغرافية وتسجيلات صوتية ومقاطع فيديو في شكل رقمي، وأن الوسائط المتعددة تقوم بمزج الصوت والمواد المرئية لتحسين الاتصال وإثراء العروض "<sup>(3)</sup>.

في التعريفات السابقة نرى تركيز الباحثين على مكونات الوسائط المتعددة والبيئة التي تصنع فيها ( أي الكمبيوتر ) وكذلك الإشارة إلى طبيعتها الرقمية، وإمكانياتها في استيعاب جميع أشكال البيانات والقدرة على توضيحها. بينما نجد "هولسينجر" يعرض إمكانية استخدام الوسائط المتعددة في مختلف وسائل الإعلام والاتصال مبرزا، بذلك الإمكانيات الهائلة لهذه البرمجيات ومرونتها في التكيف مع مختلف الوسائل. من خلال ما قدمه قائلا: " أن الوسائط المتعددة بمقدورها أن تكون أحد أقوى الأشكال في نقل الأفكار والبحث عن المعلومات وتجربة الأفكار الجديدة لأي وسيط اتصال تم تطويره "<sup>(4)</sup>.

ومن خلال ما تقدم يمكن تعريف الوسائط المتعددة على أنها عبارة عن برامج كمبيوتر تتكامل فيها مجموعة من وسائل الاتصال الرقمية سواء كانت سمعية (الكلام المنطوق، الأصوات، المؤثرات الصوتية)،

(1)- منال عبد العال مبارز، سامح سعيد إسماعيل، تطبيقات تكنولوجيا الوسائط المتعددة، الطبعة الأولى، دار الفكر، عمان، 2010، ص ص: 20-21.

(2) -Ramesh Bangia, Multimedia and web Technology, 1<sup>st</sup> edition, Fire Wall Media, New Delhi, 2004, p: 537.

(3)- حسن دياب علي غانم، المعايير اللازمة لإنتاج وتوظيف برامج الوسائط المتعددة الكمبيوترية وأثرها على التحصيل بالمدارس الإعدادية، رسالة ماجستير في تكنولوجيا التعليم، معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة، 2006، ص: 03.

(4)- نفس المرجع، ص: 02.

أو بصرية (نصوص مكتوبة، رسوم خطية، رسوم متحركة، صور ثابتة، فيديو)، تستخدم من أجل تقديم معلومات معينة، متيحة للمستخدم إمكانية التفاعل معها لأجل تحقيق أهدافه.

## 2- التطور التاريخي للوسائط المتعددة:

إن تطور الوسائط المتعددة، يرتبط بالتطور التاريخي في مجال وسائل الإعلام والاتصال، وخصوصا بالتطورات التقنية والمتمثلة في رقمنة هذه الوسائل، وكذلك فإن هذا التطور يرتبط بشكل مباشر بتطور الأجهزة والبرامج المساندة لإنشاء الوسائط المتعددة، والمتمثلة أساسا في جهاز الكمبيوتر وبرامجه.

الجيل الأول: حيث يعد كمبيوتر ماكنتوش لشركة آبل والذي ظهر سنة 1984، انطلاقة عالم الوسائط المتعددة، فقد تميز عرضه بدرجة وضوح عالية ومعالج سرعته 8 ميغاهرتز. وقد مهد الطريق أمام الكمبيوتر الشخصي (MAC II) الذي ظهر سنة 1987 والذي جاء بتطبيقات الوسائط المتعددة. وفي 1990 قدمت شركة آبل جهاز (MAC IIF)، كما أعلنت شركة (IBM) عن دخولها عالم الوسائط المتعددة، بطرح وحدات إدخال الصوت والصورة والرسوم المتحركة.

الجيل الثاني: ويضم الأجهزة التي صممت خصيصا لغرض الوسائط المتعددة. حيث في 1990 أنتجت شركة (Commodore) كمبيوتر مصغر مشغل للأقراص المدمجة (CD-ROM) للرسوم المتفاعلة يعرف بـ (Commodore CD-TV).

كما ركز المؤتمر الخامس لشركة مايكروسوفت عام 1990 والذي حمل عنوان "أقراص CD-ROM للوسائط المتعددة" أشغاله على تكنولوجيا الأقراص المدمجة في إنتاج أعمال متعددة الوسائط.<sup>(1)</sup> كما بدأ التوحيد والإدماج ضمن وحدة الحاسوب الذي أضيفت إلى وظائفه، فزيادة على قراءة الأقراص المضغوطة، أصبح يستخدم لتأدية وظيفة الهاتف والفاكس، والاتصال بشبكة الانترنت. لينتقل هذا الإدماج تدريجيا إلى وسائل أخرى كالتلفزيون متعدد الوظائف والهاتف النقال متعدد الوظائف وغيرهما.<sup>(2)</sup>

وهكذا ظهرت الوسائط المتعددة التي أصبحت متوفرة في جميع أجهزة الكمبيوتر (إنتاجا وتشغيليا) كما استعملت الوسائط المتعددة التفاعلية في مختلف الوسائل الأخرى ولعل أهمها التلفزيون التفاعلي. وتستخدم الوسائط المتعددة على شبكة الانترنت بشكل غير محدود، وتعتبر التطورات الأخيرة في برامج الوسائط المتعددة والمتمثلة في تحويل الفيديو إلى (3D) وكذلك الفيديو (HD).

(1)- تومي فضيلة، التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري: البرامج الموضوعاتية نموذجاً، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2008/2007، ص: 69-70.  
(2)- فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال: المفهوم، الاستعمالات، الأفاق، مرجع سابق، ص: 81.

وقد غزت هذه التقنية معظم الوسائل الأخرى كالتلفزيون والسينما وكل وسائل الإعلام الأخرى.

### 3- عوامل تطور وانتشار الوسائط المتعددة:

يشهد العالم اليوم ما يطلق عليه اسم ثورة الوسائط المتعددة التي تقوم على توظيف جميع الأجهزة الإلكترونية العاملة في مجال الإعلام والفنون والاتصالات حول الحاسب الشخصي، حيث أصبح هو الجهاز المحوري الذي تعمل من خلاله أو مستقلة عنه كل الوسائل السابقة، كما يتيح إمكانية الارتباط بينه وبين هذه الوسائل أو بين الوسائل المختلفة. وذلك لقدراته في تنفيذ الاتصالات وترتيب نظام العمل وتدوين البيانات والمعلومات وحفظ ونقل واستقبال ومعالجة الصور المرئية، واستقبال وبث الرسائل المكتوبة والمسموعة وغير ذلك من الأنشطة التي تسهل وتيسر عمل مختلف وسائل الإعلام. ولاشك أن الكمبيوتر من غير الوسائط المتعددة وتطبيقاتها ما كان ليستطيع أن يقوم بهذه المهام. والوسائط المتعددة في حد ذاتها تطورت وانتشرت نتيجة لعدة عوامل ومن أهمها:

1- اتجاه أجهزة الكمبيوتر نحو تصغير الحجم، وتسريع العمليات بفاعلية أكثر في أداء وظائف وقدرات أكبر في إمكانياتها.

2- نمو الانترنت وتعدد خدماتها.<sup>(1)</sup>

3- زيادة جودة تصنيع المعدات والأجهزة المختلفة ورخص تكلفتها وزيادة سرعتها واستخدامها للنظم الرقمية بدلا من التماثلية مما يعني القدرة على ربطها بالكمبيوتر.

4- التطلع إلى تسهيل الحياة على الإنسان وتحقيق رفاهيته وذلك بجعل آلة واحدة قادرة على القيام بمهام متعددة وسهلة الاستخدام بدلا من التعامل مع مجموعة من آلات.

5- أبحاث الذكاء الاصطناعي في مجالات الروبوت (Robots) والرؤية في الكمبيوتر والتعرف على الحروف والحديث.

6- الهدف التجاري وحرب التقنية بين الدول الكبرى.<sup>(2)</sup>

### 4- معدات وأنظمة الوسائط المتعددة:

#### أ- المعدات:

وهي الأجهزة التي تستعمل في الوسائط المتعددة وأبرزها:

1- جهاز الكمبيوتر: والذي يجب أن يكون مزودا بمعالج سريع وقدرة تخزين عالية، ونظام عرض قوي.

2- البطاقات: بطاقات ألوان متعددة والبطاقات الإضافية للجهاز مثل بطاقة الصوت والصورة.

(1)- تومي فضيلة، مرجع سابق، ص ص: 67-68.

(2)- منال عبد العال مبارز، سامح سعيد إسماعيل، مرجع سابق، ص: 20.



3- محطات العمل: وتعني المعدات التي تساعد على تحقيق الاتصال بين أجهزة الحاسبات عن طريق إدخال ومعالجة وإخراج المعلومات باستخدام حاسب مركزي يعرف بالخادم (Serveur)، كما قد تساعد أيضا على تكامل المعلومات، في إطار شبكة الكمبيوتر كهيكل لنظام عمل مثل شبكة العمل المحلية، أو شبكة العمل البيئية أو شبكة العمل الدولية.

4- البرمجيات: كمجموعة الأوامر ونظم المعلومات التي تساعد في تشغيل الكمبيوتر وتزيد من فعاليته وتسهل من استخداماته، وهي تتضمن برامج متنوعة تتيح لمستخدم الجهاز إمكانية تناول ومعالجة المعلومات والبيانات، والتعمق في النصوص من خلال البيانات الأساسية للوسائط المتعددة التي تتضمن جهاز الفيديو والصوتيات والصور الرقمية من خلال الكاميرات الرقمية أو أجهزة المسح الضوئي (مسح الصور الفوتوغرافية)، إلى جانب وسائل أو أدوات التحكم في البرامج وخريطة المعلومات المخزنة، والروابط التي توفر حرية الحركة والانتقال عبر البيانات الأساسية، من أجل توفير التفاعلية وقدرة المستخدم على الاختيار.<sup>(1)</sup>

#### ب- الأنظمة:

يمكن تصنيف أنظمة الوسائط المتعددة إلى:

1- أنظمة التشغيل (Playback Systems): وهي عبارة عن أجهزة الكمبيوتر الشخصي التي تحتوي على الحد الأدنى من الإمكانيات والبرامج الضرورية لتشغيل برامج الوسائط المتعددة بمختلف أنواعها.

2- أنظمة التأليف (Authoring Systems): وهي أجهزة الكمبيوتر والأجهزة الخارجية الملحقة بها والمساعدة على إدخال مختلف أشكال المعلومات، وأدوات التأليف (برمجيات الوسائط المتعددة) الضرورية لإنشاء برامج الوسائط المتعددة.<sup>(2)</sup>

#### 5- الوسائط المتعددة التفاعلية والوسائط الفائقة:

##### أ- الوسائط المتعددة التفاعلية:

وهي الوسائط غير الخطية (Non-linear Media) والتي تعتمد على الكمبيوتر فقط، وهي عبارة عن عروض تستخدم جميع وسائط الاتصال المستخدمة في الوسائط المتعددة من نص مكتوب، وصوت مسموع، وصور ثابتة أو متحركة، ورسوم، ورسوم متحركة وجداول وفيديو، كما أنها تمكن المستخدم من التحكم المباشر في تتابع المعلومات، حيث تسمح له بالتحكم في اختيار وعرض المحتوى والخروج والانتهاء من البرنامج من أي نقطة وفي أي وقت شاء.

(1)- أبنى جلال سكيك، مرجع سابق، ص: 104-105.

(2)- منال عبد العال مبارز، سامح سعيد إسماعيل، مرجع سابق، ص: 35-36.

وبالتالي فإن الوسائط المتعددة التفاعلية ما هي إلا وسائط متعددة ولكن مضاف إليها التفاعلية التي تتيح للمستخدم إمكانية التحكم في اختيار أسلوب عرض المعلومات والانتقال الحر داخل البرنامج والتوقف أو الانتقال لأي عنصر أو موضوع، ولهذه الوسائط مجموعة من الخصائص أهمها ثلاثة وهي:

- 1- أنماط الوسائط المتعددة (النص والصوت، والفيديو، والرسوم...الخ)
  - 2- البيئة غير الخطية (السير في عرض المحتوى وفقا لرغبة المستخدم واختياره).
  - 3- المستخدمون كمنتجين (تفاعل المستخدم مع البرنامج).
- وهذا يعني أن الوسائط المتعددة التفاعلية تسمح للمستخدم باستقبال البيانات والمعلومات وكذلك المشاركة الفعالة في عرض محتويات البرنامج أي أن هناك اتصال في اتجاهين (من الآلة إلى المستخدم ومن المستخدم إلى الآلة).<sup>(1)</sup>
- ب- الوسائط الفائقة:**

للسائط الفائقة عدة تعريفات منها تعريف محمد عطية الذي يقول: "بأنها تجميع لمواد الوسائط المتعددة التي تتكون من ملفات النصوص والصوت والصور والرسوم الثابتة والمتحركة أو لقطات الفيديو في موضوع محدد وتنظيمها والربط بينها بطريقة تفرعية ومتداخلة من خلال مسارات لا خطية وباستخدام استراتيجيات بحث معينة للتوصل إلى المعلومات أو المشاهد المطلوبة بسرعة كبيرة".<sup>(2)</sup>

كما توجد تعريفات أخرى والتي منها هذا التعريف الذي ينظر إلى الوسائط الفائقة باعتبارها "تطبيق إعلامي شبيه بالنص التشعبي (الفائق)، لكنه يقوم على بنية الوسائط المتعددة، وكما يتصل النص بوسائط أخرى مع النص نفسه، فالوسائط المتشعبة تحتوي على وصلات داخلية لا تنقل مستخدمها إلى النص فقط، وإنما إلى وسائط أخرى، مثل الصور والأصوات والرسومات والأفلام و الجرافيك المتحرك".<sup>(3)</sup>

هذا، وللوسائط الفائقة مجموعة من الخصائص و أهمها:

- 1- استخدام النص الفائق أو النشط (Hyper) الذي يمكن من خلاله الوصول المباشر إلى المعلومات المطلوبة دون الحاجة إلى البحث في الصفحات كما يمكن من خلاله الرجوع إلى مواضيع أو معلومات سابقة أو القفز مباشرة إلى مواضيع متقدمة.

---

(1)- تومي فضيلة، مرجع سابق، ص ص: 65-66.  
(2)- منال عبد العال مبارز، سامح سعيد إسماعيل، مرجع سابق، ص: 49.  
(3)- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سابق، ص: 125.

- 2- الوصول غير الخطي للمعلومات ويتم ذلك من خلال الارتباط والمسارات.
- 3- استخدام وصلات أو الارتباطات وهي التي ترشد المستخدم إلى المعلومات المرتبطة بالمحتوى.
- 4- المفردات المعلوماتية وهي عبارة عن قطع منفصلة من المعلومات، والتي ربما تأخذ شكل النص أو الرسوم أو الصوت أو الفيديو أو غير ذلك، بينما تقوم الارتباطات بعملية وصل وقطع المعلومات مع بعضها البعض لتشكيل شبكة من المعلومات المختلفة.
- 5- تتوفر بيئة معلومات الوسائط المتعددة حيث يمكن لأنظمة الوسائط الفائقة تخزين كميات ضخمة من المعلومات في أشكال متنوعة تشمل مختلف أشكال المعلومات من نصوص مكتوبة وأصوات مسموعة وصور ثابتة أو متحركة.
- ومن خلال ما سبق يتضح أن هناك ارتباط بين الوسائط المتعددة والوسائط المتعددة التفاعلية والوسائط الفائقة. فالوسائط المتعددة هي تجميع لعناصر النص المكتوب، مع الصوت المسموع، مع الصورة الثابتة أو المتحركة... الخ، في العرض الواحد، وتكون هذه الوسائط تفاعلية عندما يعطى المستخدم الحرية في اختيار أسلوب العرض، وانتقاء المعلومات التي يرغب فيها. كما تصبح هذه الوسائط فائقة عندما تزود داخل محتوى العرض بتوصيلات لربط العناصر من خلالها بما يمكن المستخدم من الإبحار في العرض.<sup>(1)</sup>
- 6- استخدامات الوسائط المتعددة:

تتعدد استخدامات الوسائط المتعددة في مختلف المجالات، ولعل أبسط استخدام لها يتمثل في شبكة الانترنت (الوب خصوصا) التي تقوم بنيتها أساسا على الوسائط المتعددة. بالإضافة إلى الاستخدام في وسائل الإعلام ومجالات أخرى والتي يمكن ذكر أهمها فيما يلي:

- 1- تستخدم في الهاتف النقال من خلال الرسائل القصيرة.
- 2- تستخدم بشكل مكثف في صحافة الانترنت من أجل عرض المواد الإعلامية.
- 3- في برامج الإعلام المتخصص مثل التوجيه الصحي والسكاني.
- 4- في التعليم والتدريب مثل خلق نموذج افتراضي لطائرة لبناء بيئة مساعدة لتدريب الطيارين في أجواء مشابهة لما يواجهه الطيار أثناء قيادته.
- 5- في الترويج التجاري، وعروض البيع المتنوعة (الإشهار).<sup>(2)</sup>

(1)- تومي فضيلة، مرجع سابق، ص: 66.

(2)- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سابق، ص: 131.

6- في مجال الأعمال: عروض المبيعات - إنشاء قواعد بيانات وسائط متعددة- تقديم معلومات إرشادية من خلال الأكتشاك العامة للمعلومات، والأكتشاك العامة هي تلك الحاسبات المتاحة للعامة في الأماكن العامة (محلات وأسواق تجارية وفنادق...الخ).

7- في المنزل: من خلال ألعاب الفيديو المختلفة وكذا من أجل الاتصال بنظم المعلومات<sup>(1)</sup> مما سبق يتضح أن الوسائط المتعددة قد غزت مختلف المجالات، وأن استخدامها أصبح في كل مكان وفي جميع التطبيقات المتعلقة بوسائل الإعلام والاتصال وكذا كل الأجهزة الأخرى التي لها علاقة بالإعلام الآلي والكمبيوتر والمعلومات.

---

(1)- أعمر يوسف، مرجع سابق، ص: 44.

### III- تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الجزائر:

#### 1- شبكة الاتصالات في الجزائر:

تملك الجزائر شبكة تغطي معظم الرقعة الجغرافية لها، وتتألف هذه الشبكة من مراكز تكثيف ومراكز لاسلكية، وأهم مكونات هذه الشبكة هي:

#### 1- شبكة البث الرقمي:

وهي تتكون من شبكتين :

\* الشبكة الوطنية العامة: وتضم:

- 10700 كلم من خطوط الألياف الضوئية (من GB 2.5 إلى GB10 )، توسعت إلى 14000 كلمة سنة 2003 وكذا 22000 كلم من الحزم الهرتزية الرقمية.

- 20000 كلم من شرايين الألياف المركزية (FHN).

- شبكة نقل عن طريق الساتل تظم 50 محطة أرضية، 03 دولية: محطتان خاصتان بإنتلسات، ومحطة لعربسات، إضافة إلى 46 محطة دومسات (DOMSAT)، شبكة الراديو الريفية، تتكون من 136 محطة (AM) تسمح بربط 1400 قرية.

- نسبة الرقمنة تقارب 85 % بالنسبة لشبكات الاتصال.

\* الشبكة الدولية:

- ارتباط في أعماق البحر يربط الجزائر بشبكة الاتصالات الدولية (SE-ME-WE)..

- خط بالألياف البصرية يربط الجزائر العاصمة بـالما الإسبانية (40 جيجابت/ث).

- خط بالألياف البصرية يربط الجزائر العاصمة بـ لاغوس النيجيرية.

- خط بحري يربطها مع فرنسا طاقته 565 ميغابت/الثانية.

#### 2- الشبكات عبر الأقمار الصناعية:

\* الشبكة الوطنية:

شبكة (VSAT) لقد أتاح القمر الصناعي بصفته الأداة المفضلة في مجال الاتصالات

الهاتفية، تطوير في مختلف الخدمات المتخصصة ومنها خدمة (VSAT) التي تتوجه أساسا

إلى شبكات المؤسسات. وقد بدأ العمل بها في مارس 2001 وتعمل في رقعة ذبذبات تعرف بـ

(KU) وتسمح بتغطية واسعة عبر التراب الوطني، خاصة في المناطق التي تفتقر للهياكل

القاعدية في مجال الاتصالات الهاتفية التقليدية. وتستعمل (VSAT) لاتصالات الجزائر قطعة

دائرية بـ (24 MHZ) تسمح بإجراء (60 مكالمة) في آن واحد، وهي موصولة بشبكات

أرضية ثابتة ودولية وتشتغل حسب مبدأ الطرق المشتركة (SCPC/DAMA).

\* شبكة الاتصالات الدولية: وتشمل:

- محطة أرضية: المغرب وليبيا (140 ميغابت /ثا)، تونس (622ميغابت /ثا).  
- شبكة (INMARSAT) العالمية للاتصالات، فقد تزودت الجزائر بمحطة عبور خاصة تتكفل بحركة مرور النهائيات (INMARSAT) العاملة عبر التراب الوطني وعلى السفن، وتتشكل من 4 أقمار تغطي المناطق المحيطة الأربعة:

- المحيط الأطلسي شرقا (AORE).

- المحيط الأطلسي غربا (AORW).

- المحيط الهندي (IORT).

- المحيط الهادي (PORP).

\* الشراكة: أما في مجال الشراكة فنجد:

- خدمة الثريا للهاتف المحمول (GMPCS) عن طريق القمر الصناعي.

- (RASCOM) شبكة إفريقية بالقمر الصناعي.<sup>(1)</sup>

### 3- شبكة إرسال المعلومات بالخدمات (DZPAC):

وهي شبكة وطنية تتولى إدارتها والإشراف عليها إدارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، ووظيفتها تتمثل في نقل البيانات، كما أنها ترتبط بشبكة الانترنت الدولية وبنوك وقواعد المعطيات.<sup>(2)</sup>

### 4- الشبكة البريدية الخاصة:

وتحوي هذه الشبكة: 3492 منفذ لـ 1200 إلى 96000 بت/ثا.

- شبكة إيصال المعلومات لديها في المجموع 8252 منفذا.

- شبكة تلكس مكونة من 5000 نهائي (Terminals).

وهذا البرنامج الموسع سمح بتوصيل أكثر من 1000 شبك بنكي و تجاري، و 3310 شبابيك بريدية على المستوى الوطني، منها 1000 شبك موصول بشبكة (MEGAPAC) وهي شبكة خاصة بوزارة البريد والاتصالات، حيث يسير بريد الجزائر ما يقارب 9 ملايين حساب بين حساب بريدي وحساب توفير (CNEP).<sup>(3)</sup>

### 2- برنامج إصلاح قطاع الاتصالات:

أجرت الحكومة الجزائرية العديد من الإصلاحات لضمان التنافسية والتنويع في الاقتصاد الجزائري ومؤسساته وتطوير قطاع الاتصالات.

(1)- بوترة عبد الرزاق، مرجع سابق، ص ص: 24-27.

(2)- بختي إبراهيم، الانترنت في الجزائر، مجلة الباحث، العدد: 2002/01، جامعة ورقلة، الجزائر، ص: 31.

(3)- بوترة عبد الرزاق، مرجع سابق، ص: 129.

من أجل تحسين أرضية الولوج إلى الشراكة مع الاتحاد الأوروبي ومنظمة التجارة الدولية. وهذا ما يتطلب تكييف قطاع الاتصالات مع التغيرات والتوجهات الاقتصادية والسياسية من أجل مسايرة التطورات العالمية في النمو التكنولوجي والتقني في مجال الاتصالات. وكان من أهداف هذا البرنامج ما يلي:

- 1- زيادة العرض فيما يخص الخدمات الهاتفية لتسهيل استعمال الخدمات الاتصالية من قبل أكبر عدد من المستخدمين، خاصة في المناطق الريفية.
- 2- تحسين نوعية الخدمات المقدمة وتنويعها لسد متطلبات المؤسسات والأشخاص وتخفيض الأسعار.
- 3- توسيع نطاق الخدمات الاتصالية وجعلها في متناول سكان المناطق النائية والمعزولة، وهو ما يعتبر ضرورة اقتصادية.
- 4- تطوير شبكة وطنية متكاملة للاتصالات لعصرنة الإدارة.
- 5- ترقية الاتصالات كقطاع اقتصادي ضروري لإنشاء اقتصاد تنافسي متفتح تمثل الخدمات فيه جزءا هاما من الدخل القومي.

ومن أجل تحقيق هذه الأهداف فقد تضمن هذا البرنامج المحاور التالية:

- أ- إدخال تعديلات على الإطار التشريعي والتنظيمي المتعلق بالقطاع حتى تكون الإصلاحات على قاعدة صلبة صحيحة وشفافة.
- ب- فصل الاستغلال والتنظيم والسياسة القطاعية وهذا بإعادة هيكلة وزارة البريد والمواصلات.
- ج- فتح رأسمال المتعامل التاريخي وعرض أسهمه في البورصة أمام العامة.
- د- حماية وتطوير الخدمات الشاملة أو الكلية على كامل التراب الوطني.<sup>(1)</sup>

### 3- الانترنت في الجزائر:

#### 3-1- الارتباط بالانترنت:

تم ربط الجزائر بالانترنت عن طريق مركز البحث في الإعلام العلمي (CERIST)، في مارس 1994، وذلك في إطار التعاون مع اليونسكو بهدف إقامة الشبكة الإفريقية للمعلومات (RINAF) والتي تعتبر الجزائر نقطة انطلاقها. حيث ربطت الجزائر في بادئ الأمر بمدينة بيزا الإيطالية، ولكن بسعة ضعيفة قدرت بـ (96 كيلوبت/ثا) ثم طورت عام 1997 إلى (256 كيلوبت/ثا) باستخدام الألياف البصرية والارتباط عبر باريس.

(1) - بوترة عبد الرزاق، مرجع سابق، ص ص: 20-21.

كما تم ربط الجزائر بواشنطن في نهاية 1998 بواسطة القمر الصناعي الأمريكي (MAA) بطاقة (1ميغابت/ثا) وفي شهر مارس 1999 أصبحت طاقة الارتباط (2 ميغابت /ثا).<sup>(1)</sup> قدر عدد الهيئات المشتركة في الانترنت سنة 1996 بحوالي 130 هيئة، وفي 1999، ارتفع عدد هذه الهيئات إلى 800 منها 100 في القطاع الجامعي، 50 في القطاع الطبي و500 في القطاع الاقتصادي و 150 في القطاعات الأخرى. ويوجد هناك تباين كبير بين عدد المشتركين ومستعملي الانترنت في الجزائر نظرا لزيادة اشتراك الهيئات و انخفاض الاشتراك الفردي نتيجة ارتفاع التكلفة وهذا ما يجعل معرفة عدد المستخدمين صعبة للغاية.

وكان (CERIST) يحتكر تقديم خدمة الانترنت إلى غاية 14 أكتوبر 2000 أين صدر مرسوم تنفيذي يحدد شروط و كفاءات وضع واستغلال خدمة الانترنت، وبذلك فتح المجال أمام الخواص، وبالتالي ظهور التنافس بين مقدمي خدمة الانترنت مما أدى إلى انخفاض كلفة الاشتراك وبالتالي زيادة اشتراكات الأفراد.<sup>(2)</sup>

### 3-2- مزودو الانترنت:

لقد تطورت الانترنت في الجزائر في السنوات الأخيرة مقارنة بالأعوام الأولى لظهورها بالجزائر. وهذا بعد أن فتحت الجزائر المجال أمام مزودي خدمة الانترنت الخواص. ومن بين هؤلاء المزودين هناك من يهتم بالاتصال و التعليم عن بعد، ومنهم من يفتح على القطاع العام، ويقوم بتوصيل المعطيات، وهناك من يقترح مضامين زائدة على الدخول على شبكة الانترنت. وقد ساهم هؤلاء المزودون عن طريق نشاطاتهم المكثفة والمتنوعة، وكذلك التنافس فيما بينهم، في تخفيض أسعار الاتصال وتسهيله على المواطن الجزائري، مما أدى إلى سهولة الدخول على شبكة الانترنت سواء بالاشتراك أو من خلال مقاهي الانترنت. وفيما يلي أهم مزودو خدمة الانترنت الخواص في الجزائر:

- TDA ( Télé Diffusion Algérienne ).

- ICOS.

- EEPAD.

- Groupe Alkhaouarismi.

- Imittance Technologie.

(1) - باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت: دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة منتوري- قسنطينة، رسالة ماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة قسنطينة، 2008/2007، ص: 59.

(2) - تاوتي عبد العليم، دراسة سوق خدمة اتصالات الهاتف النقال في الجزائر (الفترة 2000 إلى 2005)، رسالة ماجستير في الدراسات الاقتصادية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 2006، ص: 31-32.



- Procom International.

- BMG International.<sup>(1)</sup>

### 3-3- الوضع الراهن لاستخدام الانترنت:

يشهد قطاع الانترنت نموا ضعيفا مقارنة بالنمو السريع للهاتف النقال، حيث تعاني الجزائر من قلة المشتركين في الانترنت، كما أن عدد المستخدمين في المؤسسات ومقاهي الانترنت غير معروف مما يصعب عملية إحصاء هؤلاء المستخدمين وإعطاء أرقام حقيقية عنهم، ومع ذلك هناك بعض الأرقام عن الانترنت في الجزائر، ومنها إحصائيات موقع ارابيك بيزنس التي شملت 17 دولة عربية، وقام الموقع بترتيب هذه الدول حسب عدد المستخدمين، وذلك حتى تاريخ 30 جويلية 2010.

حيث احتلت الجزائر المرتبة الرابعة بعدد مستخدمين يقدر بـ 4.7 مليون مستخدم أي ما يعادل 13.6 % من إجمالي السكان، وتأتي بذلك بعد كل من السعودية والمغرب ومصر، وقد احتلت هذه المرتبة لانخفاض الاستخدام عموما في الوطن العربي، ولأن الترتيب اعتمد على عدد المستخدمين وليس على نسبة المستخدمين إلى العدد الإجمالي، فلو تم الترتيب على أساس نسبة الذين يستخدمون الانترنت إلى العدد الإجمالي للسكان لاحتلت الإمارات المرتبة الأولى بحوالي 75%، وأما الجزائر فكانت قد احتلت إحدى المراتب الأخيرة.<sup>(2)</sup>

وأما فيما يخص مستخدمي الانترنت ذات التدفق العالي، فقد قدر حتى نهاية فيفري 2011 حسب سلطة الضبط للبريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، بحوالي 830 ألف مستخدم وهو ما يمثل نسبة كثافة تقارب 10%، مع حساب تعداد سكاني يقدر بقرابة 36 مليون نسمة.<sup>(3)</sup>

وعليه فإن هناك عمل كبير أمام المؤسسات المقدمة لخدمة الانترنت بالجزائر من أجل التعريف أكثر بهذه الخدمة وأهميتها للمستخدمين، وكذا العمل على تسهيل إجراءات الربط والاشتراك، وتخفيض الأسعار، كما أن الدولة مطالبة باستخدام التقنيات الحديثة للربط بالانترنت، مثل استخدام الشبكات اللاسلكية المختلفة، وتوسيع الربط بالألياف البصرية، من أجل زيادة عدد المشتركين في الانترنت ذات التدفق العالي.

(1) - تاوتي عبد العليم، مرجع سابق، ص ص: 39-40.

(2) - <http://ejabat.google.com/ejabat/thread?tid=05ecbb72b299354d>  
(le 24/03/à 2011 12.42)

(3) - <http://www.algerie360.com/ar/30253/> (le 27/02/2011 à 11:12)

#### 4- الهاتف النقال في الجزائر:

##### 4-1- شبكة الهاتف:

يزيد عدد المشتركين في الهاتف الثابت عن 3 ملايين مشترك وتحتوي الشبكة الهاتفية 134 مركزا هاتفيا، وقد بلغت الكثافة الهاتفية للهاتف الثابت عام 2002 (7.33%)، كما بلغت الكثافة الهاتفية للثابت والمحمول سنة 2003 في العالم العربي (14%) وتصل في الدول المتقدمة إلى (95%)، بينما الجزائر لا تتعدى النسبة (12%). وحسب الديوان الوطني للإحصاء (2003) يوجد في الجزائر 3000 هاتف عمومي و 1400 كشك متعدد الخدمات، وهذا ما يمثل 5 أكشاك لكل 10 آلاف ساكن، مقابل 14 لكل 10 آلاف ساكن في المغرب و 20 لكل 10 آلاف ساكن في تونس. وبلغت نسبة تجهيزات البيوت بالهاتف (25%) عام 2002 (7.25%) فقط من البيوت الريفية مجهزة بالهاتف و (42.6%) من البيوت في المدن.

ويتكون العمود الفقري للشبكة العمومية من وصلات نقل بقدرة 2.5 جيجابت/ثا، أي 2.5 مليار بت/ثا، أما الشرايين الثانوية فسعتها تقدر بـ 266 ميغابت/ثا وتقدر نسبة الفاعلية بـ (90%)<sup>(1)</sup>. وهكذا فإن شبكة الهاتف في الجزائر تعاني من العديد من النقائص، خاصة في بداية الألفية الجديدة، وخصوصا الهاتف الثابت الذي لم يعرف الانتشار المناسب، وبالتالي وبناء على ما سبق يبدو الهاتف الثابت قد فسخ المجال أمام الهاتف النقال الذي استطاع أن يحقق الانتشار ويصل إلى الأماكن التي عجز الهاتف الثابت من بلوغها، وعلى هذا فإن أي تطور في قطاع الاتصالات الهاتفية في الجزائر، سيكون لصالح الهاتف النقال حتى ولو كانت هناك منافسة من الهاتف الثابت اللاسلكي، إلا أنها لن تكون لها أهمية أمام زحف الهاتف النقال بتطبيقاته واستخداماته المتعددة التي تجاوزت المكالمات الهاتفية إلى التصوير والاستماع إلى الراديو ومشاهدة التلفزيون والإبحار في شبكة الانترنت.

##### 4-2- متعاملي الهاتف النقال في الجزائر:

يحتوي سوق الهاتف النقال في الجزائر على ثلاث متعاملين هم:

##### 1- اتصالات الجزائر "موبيلس" (ATM):

إن الجزائرية للاتصالات "موبيلس" هي عبارة عن شركة مساهمة ذات رأسمال قدره 100,000,000,000 دج مقسم إلى 1000 سهم قيمة كل سهم 100,000,00 دج وهي مملوكة بشكل كلي للجزائر للاتصالات وقد أصبحت مستقلة في أوت 2003.<sup>(2)</sup>

(1) - بوترة عبد الرزاق، مرجع سابق، ص ص: 129-130.

(2) - تاوتي عبد العليم، مرجع سابق، ص: 86.

## 2- أوراسكوم للاتصالات الجزائر "OTA":

أوراسكوم للاتصالات هي عبارة عن شركة مصرية ظهرت في فترة وجيزة واكتسحت مجال الاتصالات في دول إفريقيا والشرق الأوسط. في جويلية 2001 تحصلت مجموعة أوراسكوم للاتصالات على الرخصة الثانية من الهاتف النقال في الجزائر بعد منافسة شديدة مع أكبر الشركات العالمية المتخصصة في القطاع وذلك مقابل 737 مليون دولار أمريكي. ويعتبر "Djezzy" التسمية التجارية التي تستخدمها أوراسكوم للاتصالات في شبكة (GSM) في الجزائر. وبمجرد انطلاقتها رسمت أوراسكوم أولويتها الإستراتيجية والمتمثلة في تطوير شبكتها بتكنولوجيا عالية وتغطية كل الولايات قبل نهاية أوت 2003.<sup>(1)</sup>

## 4- الوطنية للاتصالات "WTA":

تم تأسيس " الوطنية للاتصالات " بالكويت سنة 1999، وهي الشركة الخاصة الأكبر في الكويت، برأسمال يقدر بأكثر من 10 ملايين دولار، وقد عرفت الوطنية نموا كبيرا في الشرق الأوسط وكذا في دول شمال إفريقيا. وبعد خمس سنوات من إنشائها أصبحت الوطنية تغطي أكثر من نصف سوق الهاتف النقال في الكويت. الوطنية للاتصالات الجزائر هو فرع من فروع الشركة الكويتية، وقد تحصلت على رخصة الهاتف النقال في الجزائر في 02 ديسمبر 2003، بفضل مناقصة بقيمة 421 مليون دولار. وفي 25 أوت 2004 قامت الوطنية بالطرح التجاري لعلامتها "نجمة"، التي بدأت في المدن الكبرى، ثم انتشرت في كل التراب الوطني.<sup>(2)</sup>

## 4-3- الوضع الراهن لمشاركي الهاتف النقال:

تشهد الجزائر نموا سريع لعدد مستخدمي الهاتف النقال في السنوات الأخيرة، للعديد من الأسباب، ولعل من أهمها انخفاض أسعار الأجهزة وكذا أسعار المكالمات ومختلف الخدمات الأخرى، وكذلك تحسن دخل الأسرة الجزائرية، ولكل هذه الأسباب وغيرها، وصلت نسبة المشتركين في الهاتف النقال مقارنة بعدد السكان إلى 91.6 % ، حسب سلطة الضبط للبريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، التي أعلنت عن اقتراب عدد مشاركي الهاتف النقال في الجزائر من 33 مليون مشترك، وهذا بزيادة تقدر بأكثر من 50 ألف مقارنة بـ 2009.

(1) - تاوتي عبد العليم، مرجع سابق، ص: 91.

(2) - نفس المرجع، ص: 98.

وعن ترتيب المتعاملين في الهاتف النقال، بلغت حصة أوراسكوم تيليكوم الجزائر "جازي" 46 % من سوق النقال في الجزائر بـ 15.087 مليون مشترك مع نهاية 2010. وقد سجل المتعامل زيادة بحوالي 500 ألف مشترك مقارنة بالتقدير السابق لسلطة الضبط. فيما تراجع متعامل الهاتف النقال العمومي والمتعامل التاريخي "موبيليس" بحوالي 632.726 ليصل عدد المشتركين إلى 9.446 مليون مشترك، ويحتل بالتالي الرتبة الثانية بحصة سوق تقدر بـ 28.8 % من حصص السوق الإجمالية، ثم تأتي الوطنية للاتصالات الجزائر "نجمة" التابعة لمجمع كيوتل القطري حاليا بـ 8.245 مليون مشترك، وتسجل تحسن في تعداد المشتركين مع زيادة بأكثر من 213 ألف مشترك جديد مقارنة بسنة 2009، وبلغت حصة "نجمة" في سوق النقال 25.2 % من مجموع الحصص.<sup>(1)</sup>

وهكذا فإن انتشار الهاتف النقال في الجزائر، أصبح أمر واقع، وبالنظر للأرقام الحالية فإنه من المتوقع أن تتجاوز نسبة التغطية 100 % في السنوات القليلة القادمة.

---

(1) -<http://www.algerie360.com/ar/30253/> (le 27/02/2011 à 11:12)

5- مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

النسبة	الارقام بالقيمة المطلقة	تعيين	التعريف بالمؤشر	الفئة
0.164	9300	مقاهي الإنترنت	مؤشر 1:	مؤشرات الهياكل
2.17	51504	الأكشاك المتعددة الخدمات	"تجهيزات عمومية لـ 1000 نسمة (مقاهي الإنترنت، الأكشاك المتعددة الخدمات، مخادع عمومية للهاتف)"	
0.874	4247	اتصالات الجزائر	مخادع عمومية للهاتف	
	16500	حورية		
	20747	المجموع		
13.35	2990000	الهاتف الثابت:	مؤشر 2:	
	697603	-الخطي		
	3687603	WLL - المجموع		
97.90	7703689	الهاتف الجوال:	"الكثافة الهاتفية بالنسبة لـ 100 نسمة".	
	14108857	-موبيس		
	5218926	-جيزي		
	27031472	نجمة	المجموع	
12.31	710967	نسبة العائلات التي لها حاسوب بالنسبة لـ 100 عائلة	مؤشر 3:	
93.1	31579616	نسبة السكان الذين لهم جهاز تلفاز بالنسبة لـ 100 نسمة	"تجهيزات الإعلام الآلي و الاتصال"	
معلومة غير متوفرة	الطور الابتدائي		مؤشر 4:	
0.58	الطور المتوسط:	نسبة تجهيزات التربية		
حاسوب/100 تلميذ	18384 حاسوب/3158117 تلميذ			
2.54	الطور الثانوي:	"تجهيزات الإعلام الآلي لقطاع التربية"		
حاسوب/100 تلميذ	24848 حاسوب/974736 تلميذ			
4.72	45000	نسبة تجهيزات التعليم العالي	حاسوب/100 طالب	
4.80	20000	نسبة تجهيزات التكوين	952067 طالب	

الفصل الثاني: تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة

		و التعليم المهنيين	حاسوب/416642 متربص	حاسوب/100 متربص	
مؤشرات النفاذ الى تكنولوجيات الاعلام والاتصال	مؤشر 5: "النفاذ الى الانترنت المشاركين المقيمين"	نسبة النفاذ إلى الإنترنت ذي التدفق العالي بالنسبة لـ 100 نسمة	585455	10.14	
		نسبة النفاذ إلى الإنترنت ذي التدفق المنخفض بالنسبة لـ 100 نسمة	105892	1.83	
	مؤشر 6: "النفاذ إلى الإنترنت المشاركين المهنيين(مؤسسات)"	نسبة النفاذ إلى الإنترنت المشاركين المهنيين(مؤسسات)	16579	13.94	
	مؤشر 7: "أسعار النفاذ إلى الإنترنت"	أسعار النفاذ إلى تجهيزات الإعلام الآلي في السوق المحلية	السعر المتوسط لحاسوب في السوق/الأجر الوطني الأدنى المضمون	1.8	الأجر الوطني الأدنى المضمون
		أسعار النفاذ إلى الإنترنت في السوق المحلية بالعرض المحدود	السعر المتوسط للوصلة في السوق/الأجر الوطني الأدنى المضمون	3.33%	الأجر الوطني الأدنى المضمون
		أسعار النفاذ إلى الإنترنت في السوق المحلية بالعرض غير المحدود	السعر المتوسط للوصلة في السوق/الأجر الوطني الأدنى المضمون	4.91%	الأجر الوطني الأدنى المضمون
	مؤشر 8: "الاستعمال الشخصي للإنترنت ذي التدفق المنخفض"ترنت"	نسبة استعمال الإنترنت ذي التدفق المنخفض من طرف الأشخاص	192 دقيقة/ شهرين	3.18	سا/شهرين
	مؤشرات استعمال تكنولوجيات الإعلام وال الاتصال	مؤشر 9: "الاستعمال المهني للإنترنت"	نسبة استعمال الإنترنت من طرف المؤسسات	عنوان إلكتروني	58.2%
				موقع ويب	29.4%
			اسم مجال	15.2%	
		نسبة الدخول إلى الإنترنت من طرف المؤسسات	مؤشر الدخول	41.44%	

المصدر: موقع وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال www.mptic.dz

# الفصل الثالث

## العلاقات الاجتماعية

## الفصل الثالث: العلاقات الاجتماعية

تلعب العلاقات الاجتماعية والإنسانية أهمية بالغة في تماسك المجتمع، حيث نلاحظ أن المجتمع والجماعة هم مجموعة من الأفراد يتواجدون مع بعضهم في مواجهة ما يهدد المجتمع. وقد يتطلب الوفاء بهذه العلاقات الاجتماعية التواصل بين الأفراد والمشاركة في المناسبات والاحتفالات الأسرية، وتلك الخاصة بالزملاء والأصدقاء التي تزيد من قوة الترابط الأسري والقربى وترابط الزمالة والصدقة. وهذا ما يؤدي إلى زيادة التفاعل الاجتماعي بين مختلف الأطراف ويؤدي إلى تعميق هذه العلاقات الاجتماعية بأن يحصل هناك تقارب ما بين الأسر من خلال التعارف والتفاعل بين الشباب والذي قد يؤدي إلى الزواج. وهو ما يمتن العلاقات أكثر من خلال المصاهرة التي تجمع أسرتين في أسرة واحدة.

وإضافة للعلاقات الاجتماعية القائمة على التواصل وجها لوجه، ظهر مؤخرا نوع جديد من هذه العلاقات ويقوم على التواصل عن بعد باستخدام مختلف وسائل الإعلام والاتصال كالانترنت والهاتف النقال، وهذا النوع من العلاقات يمكن تسميته بالعلاقات الافتراضية والتي أدت إلى ظهور ما يعرف بالمجتمعات الافتراضية، والتي تتجلى بوضوح من خلال غرف الدردشة على الانترنت وكذا الشبكات الاجتماعية.



## I- العلاقات الاجتماعية والجماعة:

### I-II- العلاقات الاجتماعية:

#### 1- تعريف العلاقات الاجتماعية:

الإنسان اجتماعي بطبعه، فهو يعيش وسط غيره من البشر في جو يسوده التفاعل والتعايش، وهذا ما يؤدي إلى تكوينه لعلاقات مع آخرين. وهذه العلاقات الاجتماعية تنمو وتتطور مشكلة الجماعات والنظم الاجتماعية التي تكون الحياة الاجتماعية الإنسانية. والتي من خلالها يتمكن الإنسان من تحقيق حاجاته وأهدافه الخاصة والمشاركة مع غيره من الناس. وعليه فإن العلاقات الاجتماعية هي أساس التعايش بين البشر وهي أساس التطور والرفق. ولهذا فقد اهتم بدراستها العديد من العلماء ووضعوا لها العديد من التعاريف، بحكم الانتماء إلى علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي، وكذلك بحسب توجهات العلماء والباحثين الذين خاضوا في هذا المجال، وحتى يكون هناك تعريف واضح لهذا المصطلح لابد من التعرض إلى شطريه. فنبدأ بكلمة علاقة والتي لها معاني متعددة، غير أنه يمكن اعتبار أن أهم معاني (العلاقة) في إطار دراسة علم الاجتماع هما معنيين أساسيين:

أ- بمعنى وضع محدد لـ (أ) و (ب)، وضع قائم على التأثير المتبادل ناشئ بدون أن تكون وراءه رغبة واعية أو قصد ذاتي مثل علاقات الإنتاج.

ب- بمعنى التأثير الواعي أو الفعل الذاتي الموجه من (أ) بالنسبة لـ (ب) والناشئ من الوعي بارتباط ذاتي معين، مثل علاقات الصداقة<sup>(1)</sup>.

وأما فيما يخص الجزء الثاني أي (اجتماعي) فهو كل ما يتصل بالمجتمع الإنساني والتفاعل الذي يحدث بين مختلف وحدات هذا المجتمع من أفراد وجماعات وغيرها<sup>(2)</sup>.

وفيما يخص تعريف مصطلح العلاقات الاجتماعية فقد تنوعت وتعددت التعاريف ومنها، تعريف ماكس فيبر والذي ركز فيه على خصائص العلاقة الاجتماعية، حيث يقول: "مصطلح العلاقة الاجتماعية يستخدم غالبا لكي يشير إلى الموقف الذي من خلاله يدخل شخصان أو أكثر في سلوك معين واضعا كل منهم في اعتباره سلوك الآخر. بحيث يتوجه سلوكه على هذا الأساس"<sup>(3)</sup>.

أما زنانكي فقد قدم تعريف تفصيلي للعلاقات الاجتماعية، معتمدا على التفاعلات الاجتماعية بين وحدتين اجتماعيتين أو أكثر. حيث عرف العلاقات الاجتماعية " بأنها نسق معين ثابت يشمل طرفين (سواء كانا فردين أو جماعتين) تربطهم مادة معينة أو مصلحة أو اهتمام معين أو قيمة

(1) - جمال مجدي حسنين، سوسيولوجيا المجتمع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2007، ص: 98-99.

(2) - جابر عوض سيد، التكنولوجيا والعلاقات الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1996، ص: 145.

(3) - غريب محمد سيد أحمد، علم الاجتماع ودراسة المجتمع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2003، ص: 332.

معينة تشكل قاعدة لتفاعلهم بجانب أنها ( أي العلاقات ) هي نسق معين من الواجبات والمسئوليات أو وظيفة مقننة للطرفين بحيث يكون كل طرف ملزم بأدائها نحو الطرف الآخر".<sup>(1)</sup> وبناء على ما سبق فالعلاقات الاجتماعية عبارة عن نموذج للتفاعل الاجتماعي المتبادل بين شخصين أو أكثر، وينطوي على الاتصال المباشر ( وجهها لوجه ) أو الغير مباشر (باستعمال وسائل الإعلام). كما أن هذه العلاقات قد تكون طويلة الأجل كعلاقة الزوج بزوجه أو قصيرة الأمد كعلاقة البائع بالمشتري.

## 2- أهمية العلاقات الاجتماعية:

تعتبر العلاقات الاجتماعية ضرورة ملحة لأي إنسان، ذلك أن الفرد لا يستطيع أن يعيش بدون هذه العلاقات. وهذا لأن العلاقات الاجتماعية تساعد الفرد على تحقيق العديد من الأمور، بالاعتماد على عوامل كثيرة ومنها ما ذكره مارفن أولسن فيما يلي:

1- **الجزء الذاتي:** حيث أن الفرد يسعى إلى خلق علاقات مع الآخرين، لأنها تتسبب في إشباع مظاهر النفس، وبدونها لا يشعر بالمتعة والسعادة في صحبة الآخرين.

2- **الاهتمامات العامة:** العلاقات الاجتماعية تمد الفرد بالأساس الاجتماعي المستمد من الاهتمامات المشتركة بين الجماعات.

3- **التوقع والاضطرار:** حيث يشعر الفاعلون الاجتماعيون بذلك نحو بعضهم البعض.

4- **الاعتماد المتبادل:** الحياة الاجتماعية تقوم على الاعتماد المتبادل، فالمنع الأصلي في صورته النهائية ما كان ليصل إلى هذه الصورة لولا سلسلة من العمليات الإنتاجية التي قام بها العديد من المهارات الإنسانية، وبالتالي سلسلة من العلاقات الاجتماعية.

5- **المعتقدات:** الدين يطالب الفرد بالتعاون، فالدين الإسلامي يحث على أن يحب المرء لأخيه ما يحب لنفسه، وأن يتعاون معه تعاوناً إيجابياً.

6- **القوة:** العلاقات الاجتماعية في الغالب تحتاج إلى هذا العنصر، وذلك بهدف ضبط سلوك الأفراد والجماعات من أجل سيادة علاقات سوية.<sup>(2)</sup>

وهذه العوامل تلعب دور مهم في نشأة العلاقات الاجتماعية، وغلبة عامل على آخر يعود إلى التوظيف الاجتماعي السائد. ولهذا نجد بروز سمات أحد هذه العوامل على باقي العوامل الأخرى في مجتمع ما وبروز عامل آخر في زمان أو في مكان آخر. وعموماً فإن هذه العوامل هي ما يجعل العلاقات الاجتماعية ذات أهمية في المجتمع.

(1) - جابر عوض سيد، مرجع سابق ، ص: 148.

(2) - نفس المرجع، ص ص: 146-147.

### 3- أنماط العلاقات الاجتماعية:

تتعدد أنماط أو أشكال العلاقات الاجتماعية التي تربط بين الناس ومن أهمها ما يلي:

- 1- **علاقات اجتماعية طويلة الأجل وعلاقات قصيرة الأمد:** العلاقات الاجتماعية طويلة الأجل هي عبارة عن نموذج التفاعل المتبادل الذي يستمر فترة معينة من الزمن مثل علاقة الدور المتبادل بين الزوج والزوجة. وأما العلاقات الاجتماعية قصيرة الأمد فهي كذلك عبارة عن تفاعل متبادل ولكنه لا يستمر إلا فترة قصيرة من الزمن، كما هو الحال بالنسبة لشخصين يجلسان بجوار بعضهما في حافلة وتكلما أثناء الركوب فقط.
- 2- **العلاقات الاجتماعية المباشرة وغير المباشرة:** إن تواجد العلاقات الاجتماعية بين الناس لا يعني فقط تلك الحالات التي يدخل فيها الأفراد في تفاعلات مباشرة أي وجها لوجه، ولكن يمكن أن تتم هذه العلاقات بطرق غير مباشرة كاستعمالهم لوسائل الإعلام المختلفة كالهاتف النقال والانترنت. وكذلك عن طريق المؤسسات التنظيمية العامة التي تشمل المجتمع ككل، وبالتالي فإن الواجبات المتبادلة تتم بدون اللجوء إلى الإحساس الذاتي بالواجب نحو الطرف الآخر، ودون أن يكون الهدف هو الحفاظ على استمرار هذه العلاقة.
- 3- **العلاقات الداخلية والعلاقات الخارجية:** تتمثل العلاقات الاجتماعية الداخلية في علاقات الأعضاء داخل الجماعة أو المنظمة والعواطف التي بينهم. بينما العلاقات الاجتماعية الخارجية فهي تتمثل في علاقات الجماعة أو المنظمة مع البيئة المحيطة بها.
- 4- **العلاقات الاجتماعية الإيجابية والأخرى السلبية:** العلاقات الاجتماعية الإيجابية أو المجمعمة والتي تؤدي إلى الاتفاق أو الإجماع. وهذا النوع من العلاقات يلعب دورا كبيرا في تماسك ووحدة وتكامل المجتمع، ومن أمثلة هذه العلاقات التعاون والتكيف. أما العلاقات الاجتماعية السلبية أو المفرقة فتؤدي إلى التفكك والتنافر والحروب، ومن أمثلة هذه العلاقات التنافس والصراع.<sup>(1)</sup>

(1) - جابر عوض سيد، مرجع سابق ، ص ص: 153-155.

## II-I - الجماعة:

### 1- تعريف الجماعة:

تعتبر الجماعة وحدة مصغرة من المجتمع، وقد وجدت في أشكال مختلفة عبر التاريخ. وتعتبر الأسرة ( الزوج والزوجة ) هي اللبنة الأولى لظهور الجماعة، إذ مع زيادة عدد أفراد هذه الأسرة بدأت في الاتساع لتكون أسرة ممتدة وتسيطر على الأسر الأخرى مشكلة القبيلة. وهكذا بدأت الجماعة في التطور والتبلور لتصل إلى ما وصلت إليه اليوم من تطور وتعدد لأشكالها وتصنيفاتها. ورغم هذا التطور إلا أن أهم مكوناتها لم يتغير، وهو ضرورة وجود علاقة تربط بين الأفراد الذين يكونونها.

ونظرا لأهمية الجماعة في المجتمع فقد تناولها بالدراسة كل من علم النفس وعلم الاجتماع، وخصها المفكرين والباحثين بالعديد من التعاريف ومنها:

تعريف أولمستد ( Olmsted ) الذي يركز على أهمية الاتصال بين الأفراد، حيث يعرف " الجماعة على أنها تجمع عدد من الأفراد، يتصل كل منهم بالآخر، آخذين في الاعتبار أهمية هذا الاتصال ومدركين لوجود بعض المتشابهات التي دعت إلى ارتباطهم ببعضهم " (1).

كما يشير ألبيون سمول ( Albion w. Small ) " إلى أن الجماعة الاجتماعية أي عدد من الناس كبيرا أم صغيرا تنكشف بينهم بعض العلاقات الاجتماعية وتأخذ علاقاتهم انطبعا يلفت الأنظار من خلال الأفعال وردود الأفعال، السعي للكسب، وتبادل مشاعر القبول والنفور، والإيجاب والقبول " (2).

ومما سبق فإن الجماعة هي ببساطة " مجموعة من الأفراد تربط بينهم علاقات معينة ".

### 2- نشأة الجماعة وتطورها:

منذ أن وجد الإنسان على سطح الأرض وهو يسعى إلى التقرب من الآخرين من أجل مساعدته على محاربة الوحوش والبحث عن الطعام وغير ذلك من الأمور، التي لا يستطيع أن يحصل عليها بنفسه، وقيامه بهذا الأمر أدى إلى ظهور الجماعة. التي تعد ظاهرة ملازمة للحياة الاجتماعية في جميع الأزمنة. فقد كانت تقوم بمهام متعددة، لأن كل منها كان يتكفل بمجموعة واسعة من الاحتياجات الإنسانية.

- ففي عصر المجتمع الأبوي كانت الجماعات عددها ضئيلا وتقتصر على الجماعة المنزلية

التي تتفاعل مع أعضائها وتمارس جميع الوظائف التي تناسب احتياجاتهم. قرب الأسرة هو الذي

(1) - ماهر محمود عمر، سيكولوجية العلاقات الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2006، ص: 223.

(2) - جمال محمد أبو شنب، العلاقات الإنسانية: دراسة في مهارات الاتصال والتعامل، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2009، ص: 234.

يتكفل بإعالة أبنائه، و هو الذي يتولى توجيه عبيده وإدارة أمواله ( قطعان الماشية ) وبعدها جاءت القبيلة أين اتسعت الجماعة وأصبح زعيم القبيلة مسئول عن كل ما تحتاجه جماعته أو قبيلته.

- وفي أثنينا في القرن السادس عشر قبل الميلاد، أو في روما بعد ذلك كانت الجماعات أكثر عدداً، فمنها ما ينتمي إليها الفرد بالمولد ويستطيع الانفصال عنها مثل جماعة النبلاء والغوغاء في روما. وهناك جماعة يرتبط أفرادها برباط الدم أي سلالة جد واحد، ومنهم الأرقاء أو العبيد وهم غرباء تم أسرهم أو شرائهم. كما توجد جماعات أقل أهمية في مجتمع المدينة، مثل الجماعات العسكرية، وجماعات الموظفين والصناع والتجار والجماعات التربوية الثقافية الدينية.

- أما في فرنسا القديمة فقد كثر عدد الجماعات نسبياً وزاد عدد أفرادها، وقد اتسمت بالإقليمية فكانت هناك جماعة القرية التي تبدو كأسرة تضم كل الأسر، كما عرفت الجماعات المهنية وجماعات التعاون، إضافة إلى الجماعات الترفيهية في المدينة.

- وبالاقتراب من العصر الحديث تزداد الجماعة تنوعاً ويزداد عددها وتتباين وظائفها وأنشطتها، فقد أدى التطور واستخدام الميكنة إلى انقلاب عميق في الهياكل الاقتصادية والاجتماعية، فأصبحت الجماعات تنشأ ويزداد عددها دون انقطاع، حتى أن المجتمع أصبح يبدو عبارة عن نسق منظم من الجماعات المتباينة.<sup>(1)</sup>

- ومع التطور المذهل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وظهر ما يعرف بالوب 2.0 ظهر نوع جديد من الجماعات لم يكن له جذور من قبل وهو الجماعات الافتراضية التي تمثل الآن أهم الجماعات الفاعلة على جميع الأصعدة.

### 3- عناصر تكوين الجماعة:

حتى تكون هناك جماعة، فإنه من الضروري وجود مجموعة من العناصر، والتي من دونها لا يمكن لأي جماعة أن تتكون، وفيما يلي أهم العناصر الواجب توفرها في تكوين أي جماعة مهما كانت:

#### 1- الهدف المشترك:

لكل جماعة هدف مشترك تكونت بغرض تحقيقه، وحتى يتحقق هذا الهدف في أسرع وقت وجب على الأفراد المكونون لها أن يسعوا إلى ذلك وبأعلى قدر من الدافعية، ونكران الذات في سبيل مصلحة الجماعة، بهدف تحقيق الأهداف المشتركة.

#### 2- عدد من الأشخاص:

وجود الأشخاص هو الأساس في تكوين أي جماعة وعصبها الحي، لأنه لا يمكن أن تكون

(1) - جمال محمد أبو شنب، مرجع سابق، ص ص: 235-236.

هناك جماعة عدد أفرادها واحد، فحتى تكون هناك جماعة يجب أن يكون عدد أفرادها اثنان فما فوق، رغم أن هناك من يقول بأن الجماعة تبدأ من ثلاثة أفراد فما فوق لأن ذلك يزيد من تقوية العلاقات الاجتماعية بين هؤلاء الفردين، مثلا فوجود زوج وزوجة يعتبر جماعة ولكن هذه الجماعة تصبح أكثر تفاعلا إذا كان فيها طفل يربط هذين الزوجين ويزيد من توطيد علاقتهما. وعموما فإن وجود فردين فما فوق هو أساس قيام أي جماعة.

### 3- التفاعل الدينامي:

لن تستطيع أي جماعة أن تخطو خطوة واحدة نحو تحقيق أهدافها، ولن تستمر في أعمالها ما لم يكن هناك تفاعل دينامي بين أعضائها، بحيث يساعد كل منهم الآخر على فهم أدوارهم وتأديتها داخل الجماعة في نمط من العلاقات التي تربطهم مع بعضهم البعض، من أجل المحافظة على استمرارية الجماعة وتقديمها نحو تحقيق أهدافها المنشودة.

### 4- نمط العضوية:

يوجد نمطين لعضوية الجماعة، فقد تكون عضوية الأفراد لجماعة ما إجبارية، بحيث تفرض عليهم دون أن يكون لهم رغبة في الانضمام إليها، وهذا ما يقلل من دافعيتهم للإنجاز فيها ويعرقل مسيرتها، لأن هؤلاء الأفراد يسعون دوما لتدمير هذه الجماعة وبالتالي التخلص من قيودها المفروضة عليهم. وقد تكون عضوية الأفراد لجماعة ما نابعة من اختيارهم وتطوعهم بناء على رغبتهم الشديدة في الانضمام إليها، وهذا ما يدعم قبولهم لأدوارهم فيها بما يسهم في تشجيعهم على التعبير عن أنفسهم داخلها، ويجعلهم أكثر انفتاحا. وهذا ما يؤدي كذلك إلى تماسك الجماعة وتلاحم أعضائها واستمرار إنجازاتها، والصمود أمام العراقيل والعقبات التي تحاول النيل منها.

### 5- نظم من العلاقات:

إن وجود مجموعة من الأشخاص في مكان ما لا تربطهم أية صلة، لا يمكن أن يكون جماعة، وذلك نتيجة غياب الأساس الثاني للجماعة والمتمثل في وجود نظم من العلاقات التي تربطهم مع بعضهم في صلات وتفاعلات دينامية تسهم في تدعيم عضويتهم التطوعية الاختيارية من أجل تحقيق أهداف الجماعة. وهكذا فإن أي جماعة يجب أن تتوفر على عدد من الأشخاص تربط بينهم نظم من العلاقات الاجتماعية بهدف الوصول إلى أهدافها.<sup>(1)</sup>

(1) - ماهر محمود عمر، مرجع سابق، ص ص: 224 - 225.

#### 4- تصنيفات الجماعة:

وضع العديد من التصنيفات للجماعة، وقد ارتكز كل من وضع هذه التصنيفات على أسس معينة، ومن بينها تصنيف ( جورج جورفيتش ) الذي اتخذ أساس تكوين الجماعة معيارا للتصنيف التالي:

##### 1- جماعات الأمر الواقع:

وهي الجماعات التي يشترك فيها أعضاؤها من تلقاء أنفسهم أو دون الخضوع لأوامر هيئة معينة مثل الأسرة بالنسبة للأطفال، والأقليات الوطنية.

##### 2- الجماعات المفروضة:

وهي التي يفرض الاشتراك فيها على أعضائها، أو التي تلزم المنتفعين بها بضرورة الخضوع لها مثل الجماعات الحرفية في العصور الوسطى والجماعات المهنية في العصر الحديث.

##### 3- الجماعات الإرادية:

وهي التي يشترك فيها الأعضاء بمحض إرادتهم ووفقا لرغباتهم مثل النقابات، والأحزاب السياسية، وجماعات النوادي الرياضية والأدبية والثقافية والفنية.<sup>(1)</sup>

كان هذا نموذج من التصنيفات المقدمة للجماعة، وهو تصنيف ضيق للغاية لكونه اعتمد على جانب واحد فقط وهو أساس تكوين الجماعة. وتوجد العديد من التصنيفات الأخرى الأكثر اتساعا، والتي اعتمدت على عدة جوانب للتصنيف، وقد ركز أغلبها على خمسة تصنيفات وهي كالتالي:

##### 1- الجماعة الأولية والجماعة الثانوية:

◆ **الجماعة الأولية:** وهي الجماعة التي يمكن لأعضائها مواجهة بعضهم بعضا وجها لوجه في طلب مساعدة معينة، أو في الحصول على إجابة لسؤال محدد. ويطلق عليها أيضا الجماعة المرجعية. وتتميز الجماعة الأولية بالوحدة والتشابك، كما تتميز بصغر الحجم والتشابه في الخلفية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية بين أعضائها، زيادة على توافر المحبة والمودة والتعاطف بين أعضائها. ومن أمثلة الجماعة الأولية نجد، الأسرة، جماعة الدراسة، جماعة لعب الأطفال.<sup>(2)</sup>

◆ **الجماعة الثانوية:** وهي الجماعة التي لا تعتمد بالضرورة على المواجهة المباشرة، وتتميز بالقصد والتكوين الشعوري، ويطلق عليها أحيانا الجماعة ذات الاهتمام الخاص، ويمثلها جماعة الوطن، والحزب السياسي، والطائفة الدينية.

(1) - جمال محمد أبو شنب، مرجع سابق ، ص: 233.

(2) - ماهر محمود عمر، مرجع سابق ، ص: 227 - 228.

وتتضح أهمية الجماعة الدينية في مجالين:

- 1- إمكانية تقسيم العمل فيها، أي التخصص لتأدية وظائف معينة وثابتة.
- 2- العلاقة المتفق عليها من خلال الوفاق على إمكانية قيام العلاقة الاقتصادية مثلا، وقيام قانون متفق عليه لها.<sup>(1)</sup>

## 2- الجماعة الداخلة والجماعة الخارجة:

✦ **الجماعة الداخلة:** وهي الجماعة التي تتميز العلاقات فيها بالأمن والنظام والاستقرار، ويتجسد فيها التعاون بين أعضائها والمساعدات المتبادلة واحترام الفرد لحقوق الآخرين، أي أن أعضائها يشعرون بالأخوة والتضامن والولاء إلى الجماعة، كما أنهم مستعدون للدفاع عنها والتضحية من أجلها. ولكن اتجاههم لمن عداهم - أعضاء الجماعات الأخرى - يعتبر شعورا عدائيا و كراهيا. ومن أمثلة هذه الجماعة، جماعة الوطن، حيث أن المواطنين يشعرون بانتمائهم لهذا الوطن ومستعدين للتضحية من أجله، وكذلك الأسرة، حيث أنه غالبا ما يكون هناك شجار بين الإخوة والأخوات، ولكن في حالة تعرض أحدهم لعدوان من خارج الأسرة يقفون كلهم معه ضد هذا العدوان.<sup>(2)</sup>

✦ **الجماعة الخارجة:** وهي الجماعة التي لا تشعر الفرد اتجاهها بالانتماء والمساعدة المتبادلة والتعاون والتعاطف، وأبعد من ذلك يقف المرء منها موقفا معاديا. وعموما فإن الجماعة الخارجة هي كل جماعة تختلف عن الجماعة الداخلة، حيث أن الجماعة الداخلة هي ببساطة « جماعتنا نحن we group » والجماعة الخارجة هي « جماعتهم هم they group » ونقصد ب « نحن » فقط أعضاء أسرتنا مثلا، أما غيرهم فيكونوا في جماعة خارجة عنا.<sup>(3)</sup>

## 3- الجماعة المفتوحة والجماعة المغلقة:

✦ **الجماعة المفتوحة:** وتسمى كذلك بالجماعة المستمرة ( continuous group ) نظرا لإمكانية انضمام أي عدد من الأعضاء الجدد إليها في أي وقت بعد تكوينها. كما تتميز بإمكانية انسحاب أي عدد من الأعضاء وفي أي وقت. وهذا ما يؤثر سلبيا على العلاقات الاجتماعية المتبادلة بين أعضائها مما يؤدي إلى اختلال توازنها، وبالتالي لا يشعر الأعضاء فيها بالجدية في علاقاتهم الاجتماعية المتبادلة بينهم، ولاسيما عند تأكيد إحساسهم بأن وجودهم في هذه الجماعة وقتي وانتقالي. ومن الأمثلة على الجماعات المفتوحة، جماعة الدروس الدينية في المساجد، جماعات التوعية في الجمعيات والمؤسسات.

(1) - جمال محمد أبو شنب، مرجع سابق ، ص: 237.

(2) - غريب محمد سيد أحمد، مرجع سابق ، ص: 185.

(3) - نفس المرجع، ص ص: 185-187.



✦ **الجماعة المغلقة:** وتتكون من هؤلاء الأفراد الذين وجدوا أصلاً منذ بداية تكوينها، بحيث لا يمكن لأي عضو جديد أن يلتحق بها بعد ذلك. ومن ثم، فهي قاصرة على عدد ثابت من الأعضاء لا يتغير منذ بدء تكوينها وحتى وقت حلها. وهذا كفيلاً بأن يخلق جو من الاستقرار البيئي للعمل الجماعي ككل باعتبارها وحدة لها كيان مستقل عن كيان أعضائها. ويتميز العمل داخل الجماعة المغلقة بتوازن التأثيرات الإنسانية المتبادلة والموجهة لسلوكيات أعضائها، وهذا ما يزيد من قوة التفاعل بينهم والاستفادة من إيجابية علاقاتهم التأثيرية المتبادلة. ومن هذه الجماعات نجد: جماعة الدراسة في الفصول الدراسية بالمدارس والجامعات، جماعات الإرشاد والعلاج النفسي بمستشفيات الصحة النفسية.<sup>(1)</sup>

#### 4- الجماعة الدائمة والجماعة المؤقتة:

✦ **الجماعة الدائمة:** وهي الجماعة التي يدخل فيها الأعضاء في علاقات اجتماعية، ويعتمد وجودها على مشاركة هؤلاء الأعضاء في فعاليتها. كما تتميز هذه الجماعة بالاستمرار أو البقاء لمدة زمنية طويلة نوعاً ما. ومن هذه الجماعات نجد: جماعة الجامعة، جماعة العمل وهناك جماعات تعمر طويلاً كالكنيسة الرومانية. وعلى هذا يمكن أن نقسم الجماعات إلى جماعات قصيرة الأجل وجماعات طويلة الأمد.

✦ **الجماعة المؤقتة:** وأفضل مثال على هذه الجماعة هو الحشد، الذي هو تجمع لكائنات إنسانية بدون تنظيم، والمشاركة فيه تكون وقتية لانفعال أو اهتمام أو هدف عام. مثل التجمع لإخماد النيران أو لرؤية حادث معين أو مشاهدة سفينة ترسو في الميناء وكلاهما سبق يتميز بوجود الأفراد المؤقت والغير الدائم ولا المنظم.<sup>(2)</sup>

#### 5- الجماعة الرسمية والجماعة غير الرسمية:

✦ **الجماعة الرسمية:** وهي الجماعة التي يعمل أعضاؤها سوية بغية الوصول إلى أغراض وأهداف محددة عن طريق قواعد محددة. والجماعة الرسمية تتميز بأن لها صفة الإلزام من زاوية التنظيم الذي يعمل على ثبات الجماعة وحماية الحاجات التي يقوم بها الأعضاء، كما تعمل الجماعة الرسمية على تنمية شخصية الأعضاء في بعض الاتجاهات. ونظراً لتمييزاتها فغالبا ما يطلق عليها الجماعة الغير طوعية أو غير الاختيارية، حيث أن الفرد فيها ينتمي إلى الجماعة دون أدنى رغبة منه، كإنتماء فرد إلى أسرة عن طريق القرابة، وإنتمائه إلى جماعة الذكور عن طريق الجنس.<sup>(3)</sup>

(1) - ماهر محمود عمر، مرجع سابق، ص: 230 - 231.

(2) - غريب محمد سيد أحمد، مرجع سابق، ص: 188 - 189.

(3) - جمال محمد أبو شنب، مرجع سابق، ص: 229.

✦ الجماعة غير الرسمية: هي عبارة عن جماعة يتم تكوينها أو تشكيلها بناء على تجمع عدد من الأفراد، يعملون معا بأسلوب جماعي خلال إطار غير منظم وغير رسمي وبدون أي التزام بلوائح معينة، ودون مراعاة لأي قوانين. ولا يرتبط أعضاء هذه الجماعة إلا بربط أدبي فقط قوامه التعاون المثمر والبناء، من أجل تحقيق هدف مشترك.

وتتميز العضوية في هذا النوع من الجماعات بأنها اختيارية وتطوعية، كما أن هذه الجماعات لا تستمر إلا فترة زمنية قصيرة، تنقضي مباشرة بعد تحقيق الهدف المنشود الذي أنشئت من أجله. ومن هذه الجماعات نجد: جماعات المشجعين لمقابلة رياضية، جماعات المخيمات، جماعات الرحلات.<sup>(1)</sup>

---

(1) - ماهر محمود عمر، مرجع سابق، ص: 229.

## II- التواصل والتفاعل الاجتماعي:

### I-II- التواصل الاجتماعي:

#### 1- تعريف التواصل:

##### 1-1- لغة:

التواصل من مادة ( وصل )، يقال: وصلت الشيء وصلا وصلة ووصل إليه وصولاً، أي بلغ أوصله غيره. وعموماً فإن للتواصل عدة معاني منها:

- التوصل إلى الشيء والوصول إليه.
- التكلف في الوصول إلى الشيء.
- التواصل مع الآخر، أو مع شيء ما وإقامة علاقة معه، والعملية هنا إبلاغية متبادلة يتم خلالها تداول المعلومات أو الأفكار، أو الأخبار.<sup>(1)</sup>

##### 2-1- اصطلاحاً:

توجد العديد من التعريفات التي تناولت التواصل، وذلك نتيجة تعدد التخصصات التي تتناول موضوعه، كعلم النفس وعلم الاجتماع وكذلك اللسانيات. لهذا سيتم عرض مجموعة من هذه التعريفات حسب التخصصات:

#### أ- التواصل من وجهة نظر علماء النفس:

عُرف التواصل في علم النفس منذ زمن طويل انطلاقاً من نموذج نقل " الخبر " الذي تصوره "شانون". ومن أهم التعريفات التي قدمت للتواصل ما قدمه "موسكفسكي" والذي جاء فيه " إن ظواهر التواصل الاجتماعي تشير إلى تبادل الرسائل اللسانية وغير اللسانية ( صور، إيماءات... الخ ) بين الأفراد والجماعات. ويتعلق الأمر بالوسائل المستعملة لنقل خبر معين والتأثير في الآخرين " <sup>(2)</sup>.

#### ب- التواصل من وجهة نظر علم الاجتماع:

يعود تعريف التواصل في علم الاجتماع إلى "دور كايم" الذي يعتبره تفاعل داخل جماعة تتبادل أو تتقاسم فيها تصورات جماعية، كما قدم العديد من علماء الاجتماع تعريفات للتواصل ومن بينها

---

(1) - هادي نهر، أحمد محمود الخطيب، إدارة الاتصال والتواصل: النظريات- العمليات- الوسائط- الكفايات، عالم الكتب الحديث، إربد، الأردن، 2009، ص: 23.

(2) - BEUDICHON Janine, La communication: processus, formes et applications, Armand Colin /HER, Paris 1999, P: 83

تعريف "موران" الذي يقول: " طبقا لخطاظة كلاسيكية هناك تواصل عندما يرسل A (فردا أو جماعة) رسالة ما يتلقاها B. وهذا لا يحدث بدون معوقات. و بخلق شروط فهم متبادل نشيط، خاصة في حالة المناقشة، فإن رهانا كبيرا يظهر في الحياة الاجتماعية ".<sup>(1)</sup>

### ج- التواصل من وجهة نظر اللسانيين:

لقد وضع اللسانيون العديد من التعريفات للتواصل منذ مدة، وظلت هذه التعريفات تتغير بتغير المفكرين وكذلك نتيجة التطورات التي تحدث في علم اللسانيات. وبذلك فقد كان هناك فرق واضح بين تعريفات العلماء الأوائل للتواصل والعلماء المعاصرين، والذين منهم "موشليير" الذي يقول: "هناك العديد من التعبيرات الاصطلاحية في اللغة المتداولة التي ترتبط بالتواصل... فهي تقدم التواصل مثل الفعل أو النشاط المرتكز على نقل خبر مرسل ما (متكلم) (Locuteur) إلى متلقي ما (مستمع) (Auditeur) عن طريق الكلمات والجمل و النصوص،... المنظور إليها باعتبارها قوالب للأفكار التي سيتكون منها المحتوى...".<sup>(2)</sup>

### د- التواصل من وجهة نظر المعنى العام:

إن المعنى العام مرجع ثابت، بما أن هذا المفهوم متداول بكثرة خارج الأوساط العلمية، فمعجم (Le petit Larousse) يعرف التواصل باعتباره " فعلا لإيصال شيء ما: رأي، رسالة، معلومة ". وفي معجم (Le Litre) نجد تعريف للتواصل من خلال مظاهره المختلفة " فعل الإخبار أي نتيجة هذا الفعل... تبادل المستندات... عند معرفة الخصم... معلومة... ".<sup>(3)</sup>

ومما سبق يتضح مدى اتساع مفهوم التواصل أو التواصل الاجتماعي وهو المقصود بالتحديد في هذه الدراسة، والذي يعني تواصل الفرد مع العائلة في البيت والأصدقاء في الشارع وزملاء الدراسة في الجامعة والجيران و المعارف الآخرين في أماكن أخرى... الخ. ويكون هذا التواصل هدفه المحافظة على العلاقات الاجتماعية بين الفرد والأشخاص المحيطين به، و ذلك من خلال مشاركتهم الأفكار والمعتقدات والعادات والتقاليد السائدة في هذا المجتمع. ويكون هذا التواصل مباشرا (وجها لوجه) أو باستعمال وسائل الاتصال كالهاتف النقال والانترنت، ويؤدي هذا التواصل إلى علاقات سطحية وأخرى عميقة ووطيدة و حميمية.

(1) - BEUDICHON Janine, Op. cit, p: 85.

(2) - IBID, p: 87.

(3) - IBID, p:81.

## 2- الفرق بين الاتصال والتواصل:

نظرا للتشابه الظاهر بين الاتصال والتواصل، فإن هناك من الباحثين من لا يفرق بينهما، والحقيقة أن هناك فروق دقيقة بين الاتصال والتواصل. " فالتواصل مرادف للتعرف... فيه معنى التكافل والتكافؤ فالإنسان لا يمكن بحال من الأحوال أن تستقيم حياته دونما حاجة إلى غيره من جنسه ".<sup>(1)</sup>

فالتواصل إذا من التشارك والتفاعل أي أن المتلقي عنصر مهم في عملية الإبلاغ، ولا بد من وجود عقد عرفي مسبق بينه وبين المرسل حول الإشارة المعينة، وعليه لا يكون هناك تواصل بين إنسان يتكلم العربية وحدها وإنسان آخر يتكلم الصينية وحدها.

أما الاتصال فهو أكثر شمولاً في الدلالة على انتقال المعلومات أو الأفكار أو الاتجاهات أو العواطف من شخص إلى شخص إلى جماعة أخرى أو بين الجماعات، من خلال الرموز، فالالاتصال أساس كل تفاعل اجتماعي يمكن من نقل المعارف وبيسر التفاهم بين الأفراد.<sup>(2)</sup>

## 3- التواصل اللفظي وغير اللفظي:

تعد اللغة من أعلى صور الرموز تطورا أو ارتقاء، فيها يتبادل الناس الأفكار والخبرات والمشاعر والأحاسيس، و بها تتكون المجردات والتعميمات. لذلك يمكن القول أن الجنس البشري لم يكتسب إنسانيته إلا عندما أصبح قادرا على الحديث والتخاطب. غير أن التواصل لا يقتصر على الجانب اللفظي فقط بل يتضمن جانبا آخر غير لفظي، كالإيماءات والإشارات والمظهر وأوضاع الجسد وغيرها، التي تعتبر من الوسائل الغير لفظية للتواصل لأنها تنقل للمستقبل رسائل معينة يمكنه تفسيرها وفهمها. وتعتبر المسافة بين الأفراد من أكثر وسائل التواصل غير اللفظي حساسية حيث " أن الفضاء الفاصل بين المتخاطبين يشكل فائضا مضمونيا يشير إلى دلالة جديدة تضاف إلى الإرسالية اللسانية. مثال ذلك أن حجم المسافة الفاصلة بين المتخاطبين "يخبر" عن طبيعة العلاقة بين المنخرطين في عملية الإبلاغ (علاقة حميمية، علاقة عادية، علاقة تراتبية...)"<sup>(3)</sup>.

و غالبا ما يتحدد معنى المعلومات المتبادلة بناء على السياق الذي أثيرت فيه. ويتكون السياق من عدة أمور، منها الأحداث السابقة والعلاقات بين الأفراد وما يتوقع الأفراد حدوثه، وطبيعة الموقف الذي تم فيه تبادل المعلومات.

(1) - محمد محمد سيد خليل، عفت محمد الشرقاوي، ثقافة التواصل في عصر العولمة: رؤية عربية، الطبعة الأولى، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص: 63.  
(2) - هادي نهر، أحمد محمود الخطيب، مرجع سابق، ص: 24.

(3) - [www.saidbengrad.com/cv.htm](http://www.saidbengrad.com/cv.htm) ( le 28/12/1010 à 10:45 )

بل وفي بعض الحالات قد يكون من الأمور البالغة الأهمية لفهم ما يقوله المتحدث ( ضرورة الاشتراك في الإطار المرجعي مع المتحدث ) وبالتالي إمكانية تفسير ما يصدر عن المتحدث من كلام وإيماءات.<sup>(1)</sup>

وهكذا فإن التواصل الاجتماعي أو بين الأفراد يقوم على جانبيين، لفظي ويقال أنه يشكل 35% من عملية التواصل بينما الجانب الغير لفظي يشكل 65% من عملية التواصل، وبناء على ذلك فإن أهم أنواع التواصل هو التواصل الذي يتم وجها لوجه.

#### 4- عناصر عملية التواصل:

يقسم "موران" عملية التواصل إلى خمسة عناصر:

1- المرسل L'émetteur: مصدر الرسالة، الذي دائما ما يشير فيها إلى أنه يتمتع بامتياز في التحليلات، ويعتبر هو المبادر في عملية التواصل.

2- المتلقي Le récepteur: متلقي الرسالة، وهو غالبا العنصر الرئيسي في عملية التواصل باعتباره المستهدف من هذه العملية.

3- الرسالة Le message: المحتوى المرسل، الذي يصرح بإهماله في التحليل، وهي الحامل للأفكار والمعلومات والمشاعر المراد إيصالها إلى المتلقي وتكون متضمنة في ألفاظ أو إيماءات أو فيهما معا.

4- الوساطة Le media: قناة الإرسال، وإذا كانت هناك قناة واحدة، كالتلفزيون مثلا، فإن الوساطة تستطيع أن تنوب عن الرسالة بالرؤية. كما يقول مارشال ماكلوهان " الوسيلة هي الرسالة "

5- الوسطاء Les intermédiaires: من المحتمل أنهم يتناوبون كما يتجاوبون ويتزعمون الرأي. وهم قادة الرأي الذين يتولون شرح الأفكار والمعلومات للآخرين وبالتالي يساعدون أفراد المجتمع على التواصل مع بعضهم ومع الأحداث.<sup>(2)</sup>

وعموما فإن عملية التواصل الاجتماعي تعتمد على التناوب في أداء الأدوار بين المرسل والمتلقي في إطار التأثير والتأثر بين الأفراد و/أو الجماعات.

#### 5- العوامل المؤثرة في التواصل:

تخضع أطراف التواصل إلى تأثير ثلاثة أنماط من العوامل وهي:

أ- العوامل النفسية: وهي كل ما يترسب في اللاوعي من إحباطات وتماتلات.

(1) - السيد عبد الحميد عطية، محمد محمود مهدي، الاتصال الاجتماعي وممارسة الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2003، ص: 16.

(2) - BEUDICHON Janine, Op. cit, pp: 85 - 86.

حيث يرى "Kurt Lewin" أن الفرد الاجتماعي يخضع لضغوطات شتى منها ما هو داخلي (مرتبط بماضي الفرد) ومنها ما هو خارجي (مرتبط بالمجتمع) هذه الضغوطات هي التي تملئ جملة من السلوكيات وتتحكم بصورة لا إرادية في عملية التواصل، فهي مثلا قد تجعل الفرد يعمد إلى جملة من الميكانزمات مثل:

- التصفية: حذف المعلومات المقلقة له.  
- الإسقاط: دمج فكرة الآخر في فكرته، كأن يقول مثلا: هذا يفكر مثلي وبذلك ينفي خصوصيات الآخر المعرفية والعاطفية. أو يقوم بنسب مواقف سلبية للآخر قد لا تكون موجودة فيه لإبراز مشاعره السلبية نحو هذا الآخر.

- التأويل الدفاعي: كأن يقوم الفرد بإعطاء المعلومة الجديدة مفهوما مخالفا لمفهومها الصحيح، حتى لا تزعزع استقراره الداخلي.

ب- العوامل المعرفية: ومن أهمها:

- النظام المعرفي: وهي طريقة الفرد في التفكير، وتنظيمه للمعلومات ومعالجتها، وبذلك فإن النظام المعرفي هو الذي يحدد - داخل وضعية التواصل - اللغة المستعملة (الرمز) وكيفية تركيب الرمز ثم تفكيكه، ولكي يتم التواصل في أفضل صورة لابد من تحقيق التجانس بين الأنظمة المعرفية للمتواصلين (المرجعية الفكرية).

- نظام التمثلات: أي الصورة الذهنية التي يحملها الفرد عن نفسه وعن الأشياء المحيطة به، وهي تقوم بدور أساسي في إنجاز أهداف التواصل. إذ تحدد السلوكيات والتوقعات الخاصة بتصرفات الآخر. لذلك كلما تقاربت التمثلات يكون التواصل إيجابيا.

ج- العوامل الاجتماعية: ومن أهمها تأثيرا:

- الأحكام المسبقة والمقولة Préjugés et stéréotypes: وهي أحكام قبلية تمثل جزءا من نظام السلوكيات الاجتماعية، وقد تسهل التواصل أو تشوشه.

- الأدوار والمكانة الاجتماعية: المكانة هي إحدى مكونات الذات الاجتماعية، وتتحدد حسب وضعية الفرد في النظام الاجتماعي، لذلك تكون كثيرة التغير وذلك حسب الوضعية الاجتماعية التي يجد فيها الفرد نفسه (أب، أخ، زوج...)، وكل وضعية تحتم على الفرد تنمية سلوكيات حتى يمارس الدور الموافق لها (أي على الفرد أن يتكيف مع الدور الذي يؤديه).

فدور الأب مثلا يختلف تماما عن دور الأخ وعن دور الصديق ولذلك يجب على الفرد أن يكون مرنا في تقمص الأدوار.<sup>(1)</sup>

## 6- التواصل والانترنت:

لقد ساهمت التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في تغيير أشكال التواصل الاجتماعي، إذ بفضلها أصبح التواصل عن بعد أمرا واقعا لا جدال فيه. فالاتصال الإلكتروني المتعدد الوسائط يحقق مجالا شبكيا للتواصل، حيث يتحول فيه الفرد باستمرار بين مواقع البث والتلقي، فتارة يكون هذا الفرد باثا للمعلومات وتارة أخرى يكون متلقي لها. وهذا ما يظهر جليا من خلال شبكة الانترنت التي أنهت ثبات الحدود بين البث والتلقي، إذ تمثل فضاءات التواصل والحوار الاجتماعي أحد أهم تطبيقات الشبكة، حيث تأخذ هذه الفضاءات الجماعية شكل فضاءات الدردشة (chat) والحوار (forum de discussion)، ويتمثل المبدأ العام الذي يميز هذه الفضاءات في أن أفرادا تجمعهم شواغل وهواجس مشتركة يقررون الائتلاف ضمن مجموعة افتراضية ليتحدثوا ويتناقشوا ويتبادلوا الآراء حول المواضيع التي تهمهم، فيشكلون بذلك جماعة (Communauté).

وبهذا أصبح التواصل افتراضي، وصار بالإمكان الانضمام إلى جماعة لا تعرف في الواقع أي عضو من أعضائها، ولكنك تتواصل وتتفاعل معهم بشكل لا يختلف عما لو كنت تعرفهم في الواقع. وقد تطور التواصل عبر شبكة الانترنت، فمن استعمال الصفحة الشخصية (page perso) للتعبير عن الآراء والأفكار، إلى الحصول على مجال أوسع ويتمثل في إنشاء المدونات (Blogs) والتي من خلالها يمكن للفرد أن يعرض أفكاره وآرائه وأن يتواصل مع الآخرين بالرد على ما يرد في مدوناتهم، وقد اتسع استعمال المدونات بعد أن دخلت البوابات و محركات البحث ويسرت للأفراد إنشاء مدوناتهم. وفي ذلك تشجيع على التواصل وتبادل الأدوار (البث والتلقي) وخلق قنوات متعددة للتواصل العمومي.<sup>(2)</sup>

(1) - [www.Arabivebook.com/subjects/selectedsubject.aspx?SID=6507](http://www.Arabivebook.com/subjects/selectedsubject.aspx?SID=6507) (le 05/01/2011)

(2) - [www.dfc.edunet.tn/tanzilat/PDF/ldari/tawasol1.pdf](http://www.dfc.edunet.tn/tanzilat/PDF/ldari/tawasol1.pdf) (le 15/01/2011)



## II-II- التفاعل الاجتماعي:

### 1- تعريف التفاعل الاجتماعي:

تعددت الآراء حول تعريف التفاعل الاجتماعي، سواء في علم الاجتماع أو في علم النفس وعلم النفس الاجتماعي. وذلك راجع إلى اختلاف التخصصات وكذلك إلى اختلاف وجهات نظر الباحثين، وللإحاطة أكثر بهذا المصطلح كان ما يلي:

#### أ- في علم الاجتماع:

عند النظر إلى آراء علماء الاجتماع يبدو أن أبسط تعريف للتفاعل الاجتماعي " هو تأثير متبادل بين سلوك الأفراد والجماعات من خلال عملية الاتصال".<sup>(1)</sup> وفي هذا التعريف يظهر التركيز على عملية الاتصال باعتبارها الأساس في خلق التأثير وبالتالي التفاعل.

وهناك من ينظر للتفاعل الاجتماعي على اعتبار أنه عملية مستمرة ومنظمة من الأفعال التي تخلق التبادل والتفاعل الاجتماعي. كهذا التعريف المطول والمفصل لعملية التفاعل الاجتماعي. والذي نصه: " التفاعل الاجتماعي هو عملية مستمرة ومنظمة من الأفعال بهدف إثارة رد فعل معين من جانب الطرف الآخر في التفاعل، والذي يؤثر بدوره على الطرف الأول لعملية التفاعل. فمثلا ( أ ) يؤثر في ( ب ) كي يثير فيه رد فعل معين، وبعد ذلك، يثير رد الفعل نفسه فعلا آخر من جانب ( أ ). وبالتالي فإن التفاعل الاجتماعي هو نسق من الأفعال من جانب شخصين على الأقل أو جماعتين أو ما بين جماعة وفرد، وبدون التفاعل الاجتماعي لا توجد حياة اجتماعية".<sup>(2)</sup>

ويعرف معن خليل عمر التفاعل الاجتماعي بأنه " عملية التأثير والتأثر أو الأخذ والعطاء بين فردين أو شخصين أو جماعتين، وقد يكون مباشرا أي وجه لوجه وقد يحدث بشكل غير مباشر أي عبر وسائل الإعلام المرئية والسمعية المكتوبة والمقروءة".<sup>(3)</sup> ويظهر في هذا التعريف التركيز على أشكال التفاعل الاجتماعي، وكذلك الإقرار بأن لوسائل الإعلام دور في التفاعل الاجتماعي.

(1) - أحمد رأفت عبد الجواد، مبادئ علم الاجتماع، مكتبة نهضة الشرق، جامعة القاهرة، 1983، ص: 91.

(2) - جمال مجدي حسنين، مرجع سابق، ص: 91.

(3) - رانيا محمد علي قاسم، تأثير الكمبيوتر على العلاقات الاجتماعية للطفل، مركز الإسكندرية للكتاب، 2009، ص: 34.

ب- في علم النفس وعلم النفس الاجتماعي:

وضعت الكثير من تعريفات التفاعل الاجتماعي من قبل الباحثين والمختصين في علم النفس وعلم النفس الاجتماعي. والذين منهم وليم لامبرت و ولاس لامبرت الذين يعرفان التفاعل الاجتماعي بأنه " العملية التي يؤثر بها الناس في بعضهم البعض من خلال التبادل المشترك للأفكار والمشاعر وردود الفعل".<sup>(1)</sup> ومن خلال هذا التعريف يظهر تركيزهما على جوهر التفاعل الاجتماعي والمتمثل في تبادل المشاعر والعواطف. في حين نجد (ثيبو و كيلبي) يعتبران التفاعل الاجتماعي مجرد تبادل آلي للمثير والاستجابة، بين طرفي التفاعل الاجتماعي الذي هو حسبهما " العملية التي يستجيب فيها أحد الأشخاص للأخر كمجموعة من المثيرات وهو نفسه يكون مثيرا لاستجابات الأخر".<sup>(2)</sup>

وأخيرا يمكن تعريف التفاعل الاجتماعي بصفة عامة بأنه " عملية تأثير وتأثر من الاتصال المستمر، بين شخصين أو جماعتين أو بين شخص وجماعة. سواء بطريقة مباشرة ( وجه لوجه ) أو بطريقة غير مباشرة ( عن طريق وسائل الإعلام)".

2- شروط التفاعل الاجتماعي:

هناك شروطا خاصة لحدوث عملية التفاعل الاجتماعي وتتمثل في:

- 1- الاتصال: حتى يحدث التفاعل الاجتماعي لابد من وجود الاتصال بين الأشخاص الداخليين في عملية التفاعل، سواء كان هذا الاتصال رمزيا أي باستخدام اللغة أو ماديا باستخدام التعبيرات الجسمية.
- 2- التكيف: لكي تكون هناك عملية تفاعل يجب أن يتكيف الأفراد مع بعضهم البعض، وذلك حتى ينجح هذا التفاعل ويستمر بينهم.
- 3- الاستمرارية: حيث أن حدوث التفاعل لفترة زمنية محددة يعني استمرار عملية التأثير والتأثر بين الأشخاص المتفاعلين لفترة معينة، حتى يمكن تسمية هذه العملية بالتفاعل الاجتماعي.

(1) - رانيا محمد علي قاسم، مرجع سابق، ص: 37.

(2) - نفس المرجع، ص: 38.

4- **المواجهة:** وتعني المواجهة، أن تكون العلاقة المباشرة بين الشخصين المتفاعلين أو بين الأشخاص المتفاعلين، وأن يتم هذا التبادل وجها لوجه. غير أنه يوجد اختلاف بين علماء النفس حول شرط المواجهة لحدوث عملية التفاعل، ذلك أن بعضهم يرى أن التفاعل الاجتماعي يمكن أن يحدث في وجود المثيرات والاستجابات غير المباشرة. بمعنى أنه لا يشترط أن يتم التفاعل وجها لوجه، بل من الممكن أن يتم التفاعل عبر وسائل الإعلام المختلفة كالهاتف والانترنت.<sup>(1)</sup>

### 3- مستويات التفاعل الاجتماعي:

يعيش الإنسان في بيئة اجتماعية، لذا يجب عليه أن يضع في حسابه قوى هذه البيئة أثناء عملية التفاعل الاجتماعي. وذلك لأنه يؤثر ويتأثر بهذه البيئة المحيطة به. وثمة مستويات للتفاعل الاجتماعي:

1- **التفاعل بين الأفراد:** يعتبر التفاعل الاجتماعي بين الأفراد أي تفاعل شخص مع شخص آخر، أبسط مستويات التفاعل الاجتماعي. كتفاعل الزوج مع زوجته والأم مع طفلها والصديق مع صديقه. حيث يسلك كل واحد منهم سلوكا معيناً واضعاً في اعتباره الآخر وتأثيره عليه.

2- **التفاعل بين الأفراد والجماعات:** وهذا هو المستوى الثاني للتفاعل الاجتماعي، ويبدو جلياً في تفاعل الرئيس مع المرؤوسين والواعظ وجماعة المصلين والمدرّب والفريق، وكل واحد من هؤلاء يؤثر في تابعيه كما أنهم يؤثرون فيه.

3- **التفاعل بين الأفراد والثقافة:** التفاعل بين الأفراد والثقافة هو المستوى الثالث للتفاعل الاجتماعي، ويشير لفظ "ثقافة" إلى العادات والتقاليد والقوانين والمعتقدات وطرائق التفكير والفعل والعلاقات غير الشخصية التي تظهر في المجتمع. وعليه فالنفاعل بين الفرد والثقافة هو في الحقيقة تفاعل بين الفرد والمجتمع لأن الثقافة ماثلة في المجتمع.<sup>(2)</sup>

4- **التفاعل بين الأفراد ووسائل الإعلام والاتصال:** ويعتبر التفاعل بين الأفراد والثقافة، من أكثر المستويات استفادة من هذا المستوى رغم أن هذا المستوى أصبح في الوقت الحالي يساعد على تحقيق كل المستويات السابقة، حيث أنه من خلال الانترنت مثلاً يمكن تحقيق التفاعل بين الأفراد بواسطة البريد الإلكتروني، ويمكن كذلك الحصول على التفاعل بين

(1) - رانيا محمد علي قاسم، مرجع سابق، ص: 39.  
(2) - غريب محمد سيد أحمد، مرجع سابق، ص: 176-177.

الأفراد والجماعات من خلال المدونات. وعموما فإن وسائل الإعلام ترفع من درجة التفاعل بين الفرد والثقافة.

#### 4- أشكال التفاعل الاجتماعي:

يتجسد التفاعل الاجتماعي في العديد من المظاهر أو الأشكال والتي منها:

أ- **التعاون:** وهو العامل المشترك والمتسم بالاستمرار بين فردين أو أكثر بغرض تحقيق هدف متفق عليه، أو إنجاز عمل مشترك. ويعد التعاون دعامة قوية في الحياة الاجتماعية. كما يعتبر التعاون من أهم صور التفاعل الاجتماعي. لذا اهتم الكثير من علماء الاجتماع بدراسته، ومنهم روبرت نست الذي يميز أربعة أنواع من التعاون كما يلي:

★ **التعاون التلقائي أو العضوي:** كمساعدة أحد الأشخاص لمسن من أجل النزول من الحافلة.

★ **التعاون التقليدي:** كأن يتعاون سكان الحي على تنظيفه.

★ **التعاون الموجه:** وهذا التعاون يتم بواسطة توجيه شخص مسئول وله سلطة معينة، مثل أن يوجه الأب الأبناء لتنظيف حديقة المنزل.

★ **التعاون الاتفاقي والتعاوني:** كأن يتفق الإخوة والأخوات على إحضار هدية لأخيهم الصغير في عيد ميلاده.<sup>(1)</sup>

ب- **التنافس:** ويعد التنافس شكلا من أشكال التفاعل الاجتماعي. فنجد عملية المنافسة تقوم على تطلع شخصان أو أكثر أو جماعات إلى الوصول إلى الهدف. ولكن في هذه العملية كل طرف يحاول أن يحقق الهدف قبل الآخر، لأن عملية المنافسة لا يكون فيها إلا فائز واحد. والمنافسة ليست النقيض لعملية التعاون لكونها تشمل بعض درجات التعاون التي تتمثل في تعاون المتنافسين في اللعب معا وخضوعهم للقوانين التي تحكم اللعبة. غير أنه في بعض الأحيان يكون للمنافسة نتائج مؤذية لأحد الطرفين، مع أنها غير مقصودة، كتعرض أحد أطراف المنافسة إلى حالات من الصراع النفسي أو العقلي نتيجة فوزه أو عدم فوزه في المنافسة، وهذا ما يؤدي إلى ارتفاع مستوى القلق الاكتئاب وعدم الود والصراع.<sup>(2)</sup>

(1) - رانيا محمد علي قاسم، مرجع سابق، ص: 44.

(2) - نفس المرجع، ص: 48.

**ج- الصراع:** وهو عبارة عن تفاعل اجتماعي، بمعنى المقاومة للحصول على نفس الأشياء والخدمات. وينتج الصراع داخل الجماعة أو بين الجماعات عادة نتيجة تراخي في الاتصال بين الأفراد أو الجماعات، لأن الاتصال هو الذي يوثق أو اصر التفاهم والتعاون. وينظر إلى عملية الصراع على أنها من العمليات السلبية للتفاعل الاجتماعي، لأنه في حالة وجود قوتين غير متكافئتين يكون النصر حليف الأقوى والخضوع يكتب للأضعف. ورغم ذلك فإن الصراع قد يصبح عملية إيجابية للتفاعل الاجتماعي في حالة وجود قوتين متكافئتين، لأن صراعهما ينتهي عادة بالتعاون بينهما.<sup>(1)</sup>

إلى جانب هذه الأشكال أو العمليات المجسدة للتفاعل الاجتماعي، والتي تعتبر أساسية، هناك من الباحثين والمختصين من يضيف مجموعة أخرى من أشكال التفاعل الاجتماعي. كالصداقة وما يميزها من حميمية، والمشاركة التي تمثل روح الجماعة، وكذلك التسابق الذي يحمل في جوهره الصراع، إضافة إلى العدوان والذي يعتبر من أكثر أشكال التفاعل الاجتماعي سلبية، باعتباره يغذي القلق والتوتر بين الأفراد والجماعات ويحرمهم من الاستقرار.

#### 5- التفاعل الشخصي:

يرتبط التفاعل الشخصي بجاذبية الفرد الذاتية التي تدعم ارتباطه مع شخص ثان في علاقة ثنائية، سواء أكان من نفس الجنس أو من جنس آخر. ولقد حدد علماء النفس الاجتماعي عدة عوامل تساهم إلى حد كبير في خلق هذه الجاذبية الشخصية عند الإنسان، وتدعم تفاعله الشخصي مع إنسان آخر، بغض النظر عن السمات العامة التي تميز كل منهما. ومن هذه العوامل نجد:

**1- التقارب:** يلعب تقارب المكان الذي يضم عدد من الأفراد دورا كبيرا في تعارفهم على بعضهم، وفي ارتباط كل منهم بالآخر ارتباطا ثنائيا وثيقا. سواء أكان ذلك بفعل الزمالة في الدراسة أو في العمل، أو بحكم الجيرة في السكن. فوجود الإنسان مع مجموعة من الناس في حيز مكاني محدد يزيد من إمكانية حصول هذا الشخص على شخص آخر يرتاح له ويشكل معه ثنائي، سواء كان من نفس الجنس كتوطد علاقته مع شخص آخر فتصبح بينهما علاقة صداقة حميمية، أو قد يدخل هذا الشخص في علاقة مع أنثى وتنتهي بالزواج. وفي كل ذلك يعود الفضل إلى المكان الذي جمعهم وقرب بينهم.

**2- الاتجاهات:** يرغب الإنسان دائما أن يصادق الفرد الذي يتفق معه في كثير من الأمور بصفة عامة، وخصوصا فيما يتعلق بالاتجاهات. فمثلا الطالب الغير مدخن يفضل أن يكون من يقيم معه في الغرفة داخل الحي الجامعي غير مدخن، وهكذا فإن الاتجاهات المتشابهة تخلق الجاذبية بين فرد

(1) - غريب محمد سيد أحمد، مرجع سابق، ص ص: 180-181.

وآخر وتربطهما بعلاقة ثنائية تدعم تفاعلها الشخصي، حتى ولو كان هناك أي تفاوت بينهما من حيث المستوى الاجتماعي والاقتصادي.

**3- تكرار الاتصال:** مما لا شك فيه، أنه عندما يتعرف شخص على آخر لأول مرة في مكان ما، ولا يتصل أي منهما بالآخر بعد ذلك، فإنهما سوف يتباعدان، ولن تكون هناك أي علاقة تربطهما بأي شكل من الأشكال. ولكن إذا اتصل أحدهما بالآخر هاتفياً وأعاد الآخر الاتصال بعد مدة، وقررا أن يلتقيا في مكان ما بعد ذلك، وتوالت اللقاءات بينهما ولو بشكل متقطع، فإن كل هذا سيؤدي إلى توطيد العلاقة بينهما وسوف تتوالى اللقاءات وتتقارب وتنشأ علاقة صداقة حقيقية أو علاقة حب إذا كانا من جنسين مختلفين وقد تثمر بالزواج. وهكذا فإن الاتصال المستمر بين الناس يزيد من قوة محبتهم لبعضهم، ويلعب دوراً كبيراً في تحريك الدافعية عند الأفراد من أجل تحقيق التجاذب والتفاعل بينهم.

إلى جانب هذه العوامل التي تعتبر ضرورية للتفاعل الشخصي، هناك من يضيف مجموعة أخرى من العوامل والتي من أهمها ما يلي:

**1- العمر:** يميل الأفراد بصورة عامة إلى تكوين صداقات ثنائية مع غيرهم من جماعات الرفاق الذين ينتمون إلى فئتهم العمرية، حيث يثق كل منهم في رفيقه ويطلع على أسراره التي قد يخفيها حتى على أفراد أسرته، وهذا ما نجده عند المراهقين وخصوصاً منهم الإناث.

**2- الخلفية الثقافية:** يميل الأفراد عموماً إلى تكوين صداقات ثنائية مع غيرهم من الأفراد والجماعات التي تتميز بخلفية ثقافية مشتركة أو مستويات تعليمية متشابهة مع خلفيتهم الثقافية أو مستوياتهم التعليمية. حيث يشعر الفرد بسعادة غامرة عندما يتبادل مع صديقه الحوار حول اهتماماتهما المشتركة وأفكارهما المتشابهة، وهذا ما يدعم تفاعلها الشخصي ويزيد من توطيد العلاقة بينهما.

**3- الجنس:** يلعب اختلاف الجنس دوراً كبيراً في خلق الجاذبية الثنائية بين الرجل والمرأة، حيث يحاول كل منهما أن يبدو في أجمل صورة أمام الآخر، ويسعى بكل الطرق لجلب اهتمامه والتودد إليه، وهذا ما يدعم العلاقة بينهما على أمل أن تنتهي بالنهاية السعيدة وهي الزواج.<sup>(1)</sup>

(1) - ماهر محمود عمر، مرجع سابق، ص ص: 137-139.

### III- الزواج:

#### 1- تعريف الزواج:

أ- لغة: من زوج الشيء بالشيء، وزوجه إليه: قرنه به...والزواج: الاقتران، وزوج الأشياء تزويجا وزواجا: قرن بعضها ببعض...وزوج المرأة بعلمها، وزوج الرجل امرأته.  
النكاح في اللغة: نكح بمعنى تزوج، وهي ناكح: أي ذات زوج، وأنكحه المرأة: زوجه إياها، وأنكحها: زوجها، والاسم: النُّكْحُ والنكح، وهي كلمة كانت العرب تتزوج بها.<sup>(1)</sup>  
وبالنظر إلى المعاني اللغوية لكل من الزواج والنكاح يتبين أن الزواج والنكاح يدلان على معنى واحد.

ب- شرعا: يعرف الفقهاء الزواج بأنه " عقد يفيد حل استمتاع كل من العاقدين بالآخر على الوجه المشروع ".<sup>(2)</sup>

وعرفه الملكية بأنه " عقد لحل تمتع بأنثى غير محرم ومجوسية وأمة كتابية بصيغة لفاذر ومحتاج أو راج نسلا ".<sup>(3)</sup>

ج- اصطلاحا: " يطلق اسم الزواج على رابطة تقوم بين رجل وامرأة، ينظمها القانون أو العرف، ويحل بموجبها للرجل (الزوج) أن يطمأ المرأة ليستولدها. وينشأ عن هذه الرابطة أسرة ".<sup>(4)</sup>  
كما يعرفه محمد أبو زهرة بقوله: " إنه عقد يفيد حل العشرة بين الرجل والمرأة بما يحقق ما يتقاضاه الطبع الإنساني وتعاونهما مدى الحياة ويحدد ما لكليهما من حقوق وما عليه من واجبات ".<sup>(5)</sup>

أما قانون الأسرة الجزائري فيعرف الزواج في المادة (04) كالتالي: " الزواج عقد يتم بين رجل وامرأة على الوجه الشرعي، من أهدافه تكوين أسرة أساسها المودة والرحمة والتعاون وإحسان الزوجين والمحافظة على الأنساب ".<sup>(6)</sup>

(1)- عبد الله محمد خليل إبراهيم، صور مستحدثة لعقد الزواج في الفقه الإسلامي وقانون الأحوال الشخصية، رسالة ماجستير في الفقه والتشريع، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2010، ص: 12.

(2)- علي بن عبد الرحمن الرومي، عبد الله بن عبد العزيز الصانغ، الزواج في المملكة العربية السعودية: دراسة شاملة لقضايا وشؤون الزواج، وزارة الشؤون الاجتماعية، الرياض، 2004، ص: 08.

(3)- أميرة مازن عبد الله أبو رعد، أثر اختلاف الدين في أحكام الزواج في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير في الفقه والتشريع، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2007، ص: 08.

(4)- عبد السلام الترماني، الزواج عند العرب: في الجاهلية والإسلام (دراسة مقارنة)، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1984، ص: 15.

(5)- عبد الله محمد خليل إبراهيم، مرجع سابق، ص: 14.

(6)- نادية بن فليس، تعدد الزوجات في ظل التحولات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية: دراسة ميدانية على عينة من مدينة باتنة، رسالة ماجستير في علم الاجتماع العائلي، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة باتنة، الجزائر، 2005/2004، ص: 60.

وعموماً فإن الزواج هو عبارة عن مركب من المعايير الاجتماعية التي تحدد العلاقة بين رجل وامرأة أو ذكر وأنثى. ويفرض عليهما نسقا من الالتزامات والحقوق المتبادلة الضرورية لاستمرار حياة الأسرة وضمان أدائها لوظائفها.

## 2- الحكم الشرعي للزواج:

الزواج مشروع بالكتاب والسنة والإجماع والعقل والطبع.

### أ- الكتاب:

- 1- قوله تعالى: "فانكحوا ما طاب لكم من النساء مثنى وثلاث ورباع" (\*).
- 2- وقوله: "ومن آياته أن خلق لكم من أنفسكم أزواجا لتسكنوا إليها" (\*\*).
- 3- وقوله كذلك: "وانكحوا الأيامى منكم والصالحين من مباديكم وإيمانكم" (\*\*\*)

### ب- السنة:

- 1- قوله صلى الله عليه وسلم: "تزوجوا فإنني مكاثر بكم الأمم ومن كان ذا طول فليتكح" (\*\*\*\*).
- 2- وقوله: "يا معشر الشباب من استطاع منكم الباءة فليتزوج، فإنه أغض للبصر وأحصن للفرج، ومن لم يستطع فعليه بالصوم فإنه له وجاء" (\*\*\*\*).

ج- الإجماع: دون الحاجة إلى التطرق إلى مختلف وجهات وآراء مختلف المذاهب، فقد انعقد إجماع الأمة على أن الزواج مشروع.

د- العقل: وكما دعا الشرع إلى الزواج فإن العقل يدعو إليه، ويدل على الحاجة إليه، فإن كل عاقل يحب أن يبقى اسمه ولا يمحي رسمه، ولا يكون ذلك إلا بالتناسل الذي طريقه النكاح والزواج.

هـ- الطبع: وأما دواعي الطبع فإنه حسب ما يقول صاحب العناية شرح الهداية: "فإن الطبع البهيمي من الذكر والأنثى يدعو إلى تحقيق ما أعد من المباحضات الشهوانية والمضاجعات النفسانية ولا مزجرة فيها إذا كانت بأمر من الشرع وإن كانت بدواعي الطبع بل يؤجر عليه بخلاف سائر المشروعات" (1).

## 3- الحكمة من مشروعية الزواج:

لقد رغب الإسلام في الزواج وحبب فيه لما يترتب عليه من آثار نافعة تعود على الفرد نفسه، وعلى الأمة جميعا وعلى النوع الإنساني عامة:

(\*)- سورة النساء، الآية: 03.

(\*\*) - سورة الروم، الآية: 21.

(\*\*\*) - سورة النور: الآية: 32.

(\*\*\*\*) - صحيح سنن ابن ماجه.

(\*\*\*\*\*) - صحيح مسلم.

(1) - أميرة مازن عبد الله أبو رعد، مرجع سابق، ص: 11.



- 1- التحصين للزوجين من الوقوع في الرذيلة، وكسر حدة التوقان إلى الاتصال الجنسي، ودفع شرور الشهوة، وغيض البصر عن النظر إلى المحرمات.<sup>(1)</sup>
- 2- إن تشريع الزواج في الإسلام يحقق الاستقرار والأنس للرجل والمرأة على حد سواء، ويحقق المودة والرحمة بينهما.<sup>(2)</sup>
- 3- إقامة الأسرة التي يتم بها تنظيم المجتمع السليم وإقامة الأسرة لا يكون إلا بالزواج ومشاركة الرجل والمرأة في بناء الحياة وتحمل أعبائها.<sup>(3)</sup>
- 4- إن غريزة الأبوة والأمومة تنمو وتتكامل في ظلال الطفولة، وتنمو مشاعر العطف والود والحنان، وهي فضائل لا تكمل إنسانية إنسان بدونها.
- 5- الزواج هو أحسن وسيلة لإنجاب الأولاد وتكثير النسل، واستمرار الحياة مع المحافظة على الأنساب التي يوليها الإسلام عناية فائقة.<sup>(4)</sup>
- 6- إحكام الصلة بين الأسر والقبائل فكم من أسرتين متباعدتين لا تعرف إحداهما الأخرى وبالزواج حصل التقارب بينهما والاتصال.<sup>(5)</sup>
- 7- حماية المجتمع من الأمراض الخبيثة التي يصاب بها الإنسان نتيجة الوقوع في الفاحشة، كمرض نقص المناعة المكتسبة (الإيدز).<sup>(6)</sup>

#### 4- أهداف ووظائف الزواج:

إن الزواج ضرورة شرعية وحياتية في هذه الدنيا فهو الوسيلة المشروعة لإشباع الرغبات والطاقات الغريزية وإقامة العلاقات الاجتماعية والتعارف بين الأسر، ولذلك فإن الهدف من الزواج هو تحقيق المودة والرحمة بين الزوجين والتعاطف والتعاون وتقاسم أعباء الحياة والمسؤوليات. وعموماً هناك عدة تصنيفات لهذه الأهداف والتي منها ما حدده الباحث "عبد الله ناصح علوان":

1- المحافظة على النوع الإنساني.

2- المحافظة على الأنساب.

3- سلامة المجتمع من الانحلال الخلقي.

4- سلامة المجتمع من الأمراض.

(1)- محمد رأفت عثمان، فقه النساء في الخطبة والزواج، دار الاعتصام للطبع والنشر والتوزيع، القاهرة، ص: 12-13.

(2)- عبد الله محمد خليل إبراهيم، مرجع سابق، ص: 15.

(3)- نادية بن فليس، مرجع سابق، ص: 40.

(4)- علي أحمد عبد العال الطهطاوي، شرح كتاب النكاح، الطبعة الأولى، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005، ص: 25.

(5)- نادية بن فليس، مرجع سابق، نفس الصفحة.

(6)- أميرة مازن عبد الله أبو رعد، مرجع سابق، ص: 12.

- 5- السكن الروحي والنفسي.
  - 6- تعاون الزوجين في بناء الأسرة وتربية الأولاد.
  - 7- تأجج عاطفة الأبوة والأمومة.
- كما يوجد تصنيف آخر لأهداف الزواج حدده "بدران أبو العينين بدران" والذي يتمثل في:

- 1- عمارة الكون.
  - 2- حفظ الأسرة من المضار والمفاسد الاجتماعية.
  - 3- كبح الميول والشهوات الجنسية.
  - 4- غرس الكثير من الصفات النبيلة.
  - 5- التعاون في بناء الأسرة وتحمل مسؤولياتها.
- وهناك تصنيف ثالث:
- 1- المحافظة على بقاء النوع الإنساني.
  - 2- عدم اختلاط الأنساب.
  - 3- السكن النفسي والروحي.
  - 4- المحافظة على المجتمع من الانحلال الخلقي وما يترتب عنه من فوضى جنسية.
  - 5- تهذيب طباع الفرد وأخلاقه.<sup>(1)</sup>

وأما فيما يخص وظائف الزواج، فيوجد العديد منها يستفيد منها الفرد والمجتمع، وهي تختلف باختلاف بناء الزواج. فعندما يكون الزواج من داخل النسق القرابي أو الأسر الممتدة فإن أهم وظائف الزواج تصبح هي الإنجاب والمحافظة على اسم الأسرة وملكيته. وأما في المجتمعات المعاصرة فتتعدد وظائف الزواج ومن أهمها:

- 1- الاستقلال والاستقرار.
- 2- تأسيس أسرة خاصة.
- 3- الإنجاب.
- 4- تحقيق السعادة والحب.
- 5- الاعتماد على النفس.
- 6- الأمن الاقتصادي.
- 7- العلاقة الجنسية المشروعة.

(1)- نادية بن فليس، مرجع سابق، ص ص: 41-42.

8- تبادل العواطف واستبعاد مشاعر الوحدة.<sup>(1)</sup>

#### 5- خصائص الزواج:

لاشك أن نظام الزواج يختلف عن بقية النظم الاجتماعية الأخرى فهو يتميز بعدة خصائص والتي منها:

أ- التواصل Contact:

يجعل الزواج الأفراد أقارباً وأصحاباً، ويشكل بينهم علاقات حميمية، كما يجعل الأسر الصغيرة بالمصاهرة أسراً كبيرة. وبالتالي تتسع شبكة العلاقات الاجتماعية وعليه فإن الحياة الزوجية تعتبر من وسائل التواصل الاجتماعي.

ب- الاتفاق Conjointement:

تفرز العلاقة الزوجية علاقات تجاذب وتنافر، ولأجل ذلك يجب توفر الفهم المنبعث من التلاؤم في العواطف والأمانى والتطابق الحقيقي في الأشياء المشتركة وإن كانت قليلة. وهذا ما ينشط الاتفاق ويضع الحياة الزوجية على قاعدة أساسية مبنية على الرغبة في المشاركة الحقيقية بين الطرفين.

ج- العقد Acte:

إن ارتباط الرجل بامرأة في إطار الزواج، يحمل في ثناياه، الارتباط الجنسي، الوجداني، النفسي، الاجتماعي، وحتى الاقتصادي. ولهذا كان لزاماً توفر الإرادة الإنسانية الخالية من الإكراه لإبرام عقد الزواج، لأن بحدوثه يصبح كل طرف من الطرفين ملزم بما تعهد به للطرف الآخر. وهذا ما جعل عقد الزواج من أوثق العقود وأغلظها وأكثرها أهمية في المجتمع.

د- الانقصافية Fragilité:

بعد الزواج يكتسب الرجل والمرأة مكانة اجتماعية تحملهما مسؤوليات كبيرة وأدوار حساسة، تحتاج إلى نوع من الحنان والرفقة مع الجدية وغياب هذه الأخيرة ولو جزئياً لأي طرف كان، تجعل أداء الدور ضعيف والاستمرار في ذلك يؤدي إلى التماطل إرادياً أو لا إرادياً في أداء الدور وهذا ما يؤدي إلى الإخلال بالالتزام بين الزوجين وبالتالي يصبح الزواج ضعيف التركيب، قليل الاستقرار والأمان و عرضة للزوال. لذا يمكن القول أن الزواج يقدر على مقاومة التصدع إلا أنه مرهف يهتز لأي ذبذبة اجتماعية أو نفسية خفيفة، قد تتجسد في كلمة أو معاملة بسيطة من أحد الزوجين لآخر.

(1)- محمد أحمد محمد بيومي، عفاف عبد العليم ناصر، علم الاجتماع العائلي: دراسة التغيرات في الأسرة العربية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2003، ص ص: 25-26.

ه- وسيلة توفيق Instrument d'arrangement:

الزواج نظام من مكوناته القيم الدينية والاجتماعية والاقتصادية ذات ديناميكية ذاتية، تجعل النظام يستعيد توازنه عن أي خلل، باكتسابه طريقة ما لإزالة العوائق والصعوبات اليومية نتيجة تطور الوسائل المبدئية للزوجين ونموها بمرور الوقت باحتكاك وتعارف الزوجين أكثر على بعضهما وبالتالي يمتد عمر الزواج وإن تخللته نوبات اضطرابية بين الزوجين، لأنها صور طبيعية مادامت لا تكسر البناء برمته.

و- وسيلة ضبط Instrument de contrôle:

إن طبيعة نظام الزواج الحساسة وتداخل العمليات وتقاطعها بين الزوجين داخل النسق الزواجي، ووجود قيم تعمل عادة على التوفيق بين الزوجين. كل ذلك يعمل على الضبط الاجتماعي داخل النظام الزواجي وهو ما يشير إلى امتلاك قدرة للسيطرة والإخضاع لمواقف الصدام التي يتعرض لها الزوج أو الزوجة أثناء تفاعل أحدهما مع الآخر أو أدائه لدوره، حيث يظهر الضبط في ارتداده عن موقفه خوفا من الردع، والاتجاه نحو الثناء والإطراء في حالة الوفاق. وهكذا فإن ميكانيزمات الضبط لنظام الزواج تلزم الزوجين بالقيام بدورهما في إطار الأسرة، وهذا حفاظا على استمرار وبقاء النظام الزواجي بينهما.<sup>(1)</sup>

## 6- عقد الزواج:

يقصد بعقد الزواج حل استمتاع كل من الزوجين بالآخر على الوجه الشرعي لتأمين السكن النفسي، وإنجاب الذرية الصالحة، والتعاون على بناء الأسرة وتربية الأولاد.<sup>(2)</sup> وحتى يصبح هذا العقد ساريا ومقبولا لا بد له من أركان وشروط:

1- أركان عقد الزواج:

أ- الإيجاب: وهو الصادر أولا من أحد المتعاقدين كأن يقول أبو الزوجة زوجتك ابنتي فلانة، أو يقول الزوج زوجني ابنتك فلانة.

ب- القبول: وهو الكلام الصادر ثانيا من أحد المتعاقدين كأن يقول الزوج لأبي الزوجة: بعد الإيجاب قبلت زواج ابنتك.<sup>(3)</sup>

(1)- نادية بن فليس، مرجع سابق، ص: 64-66.

(2)- محمود المصري أبو عمار، الزواج الإسلامي السعيد، الطبعة الأولى، دار البيان الحديثة، القاهرة، 2006، ص: 308.

(3)- نادية بن فليس، مرجع سابق، ص: 51.

2- شروط عقد الزواج:

أ- الولي: كما عرفه ابن عرفة هو: " من له على المرأة ملك أو أبوة أو تعصيب أو إيصال أو كفالة أو سلطنة أو ذو إسلام ".<sup>(1)</sup>

وعليه فإن الولي يجب أن يكون على صلة ما بالمرأة ويجب أن تتوفر فيه شروط كالإسلام، الذكورة، العقل، البلوغ، الرشد، والحرية.

ب- شاهدا عدل: يصح العقد بحضور الشهود، ويكتفي بشاهدين عدلين يسمعان الإيجاب والقبول، ويشترط في الشهود مجموعة من الشروط من أهمها: الذكورة، العدالة، الإسلام، العقل، الحرية، والبلوغ.<sup>(2)</sup>

والحكمة من اشتراط الإشهاد في الزواج، بيان خطورته وأهميته، وإظهار أمره بين الناس لدفع الظن والتهمة عن الزوجين، وإثبات حقوق الزوجين وتمييز الحلال من الحرام.<sup>(3)</sup>

ج- الصداق ( المهر): وهو قدر من المال قل أو كثر، يعطيه الزوج لزوجته تكريماً وإيناساً لوحشتها، وهذا شرط اشترطه المالكية، فلا يصح الزواج بدونه، ولكن لا يشترط ذكره عند العقد. بل يستحب فقط لما فيه من اطمئنان النفس.<sup>(4)</sup>

د- الصيغة: وهي الإيجاب والقبول بين طرفي العقد، ويشترط في الصيغة أن تكون بألفاظ مخصوصة إضافة لشروط أخرى منها:

1- موافقة الإيجاب والقبول من كل وجه، فلو قال أبو المرأة زوجتك ابنتي على مهر قدره ألف دينار، فقال الزوج قبلت هذا الزواج على مهر قدره تسعمائة دينار، لم ينعقد، لكن لو قال: قبلت بألفي دينار انعقد، لأن المخالفة هنا لخير الموجب.

2- اتحاد مجلس الإيجاب والقبول.

3- عدم رجوع الموجب عن إيجابه قبل قبول الآخر، فإن صدر القبول بعد رجوع الموجب عن إيجابه لم ينعقد العقد.

4- تجيز الصيغة: فيجب في الصيغة أن لا تكون معلقة على شرط، كقول الزوج لأبي الزوجة تزوجت ابنتك إن قدم فلان، أو مضافة إلى زمن المستقبل، مثل: تزوجت ابنتك غدا.<sup>(5)</sup>

(1)- سها ياسين القيسي، زواج الصغار في ضوء تحديد سن الزواج، رسالة ماجستير في الفقه المقارن، كلية الشريعة والقانون، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2010، ص: 24.

(2)- نادية بن فليس، مرجع سابق، ص: 52-53.

(3)- عبد الله محمد خليل إبراهيم، مرجع سابق، ص: 26.

(4)- نفس المرجع، ص: 27.

(5)- أميرة مازن عبد الله أبو رعد، مرجع سابق، ص: 22.

## 7- أشكال الزواج:

لقد عرفت المجتمعات البشرية أشكالاً مختلفة من الزواج ومن أهمها:

أ- وحدانية الزواج: ويعتبر هذا الشكل من الأشكال المفضلة في كثير من المجتمعات، ومعناه زواج رجل واحد من امرأة واحدة، وهذا الشكل منتشر على المستوى العالمي. بل إن هناك مجتمعات ترفض كل أشكال الزواج عدا الوحدانية، إلا أن هذا لا يعني أن الزواج لا بد أن يحدث مرة واحدة طوال العمر فقط، بل يمكن السماح بالزواج مرة أخرى في حالة الطلاق أو وفاة أحد الزوجين.<sup>(1)</sup>

ب- تعدد الأزواج: وهو الزواج التعددي ويقصد به الزواج بكثيرين وهو ينقسم إلى ثلاثة أنواع:

1- تعدد الزوجات: وهو زواج رجل واحد بعدة نساء " تعدد الزوجات مبدأ أصيل في نظام الزواج في الإسلام، وليس هناك حرج إطلاقاً في ممارسته من المسلم، ولو كان من أجل المباشرة والمتعة الجنسية وحدها. لأن هذا المبدأ هو: إقرار لشأن من شؤون الطبيعة البشرية وهو شأن الغريزة، مع المحافظة على أخص جانب في هذه الطبيعة، وهو المسؤولية الفردية"<sup>(2)</sup>.

2- تعدد الأزواج: وهو أن تتزوج امرأة واحدة بعدد من الرجال، وهذا الشكل من الزواج محدود الحدوث، ولا يوجد إلا في بعض القبائل الإفريقية ذات التقاليد الصارمة.

3- الزواج الجماعي: وفيه يتزوج عدد من الرجال مجموعة من النساء على أن يكن حقا مشاعاً بينهم. وقد انتشر هذا الشكل من الزواج في المجتمعات البدائية في العصور القديمة، إلا أن هذا الشكل من الزواج نادر الحدوث في الوقت الحالي إلا في حالات فردية تعتبر شاذة إلى حد كبير.<sup>(3)</sup>

ج- الزواج الداخلي والخارجي:

1- الزواج الداخلي: وهو الزواج الذي يمنع أفراد الجماعة من الزواج بمن لا ينتمون إلى تلك الجماعات فيتم الزواج من داخل الجماعة التي ينتسب إليها، وعلى ذلك فالأفراد يتزوجون من داخل طبقتهم (Class)، أو جماعتهم العرقية (Race)، أو الإثنية (Ethnic)، أو الدينية. فمثلاً عدم الزواج من زوج يدين بدين آخر فاليهود لا يشجعون على الزواج من خارج دينهم، والإسلام حرم زواج المسلم من مشركة حتى تسلم وإن كان قد وافق على زواج المسلم من كتابية فإنه قد حرم زواج المسلمة بغير المسلم. كما نجد في الدين المسيحي وخاصة في المذهب الكاثوليكي حيث يفضل الزواج من كاثوليكية، والمذهب البروتستانتي يفضل الزواج من بروتستانتية.

(1)- محمد أحمد محمد بيومي، عفاف عبد العليم ناصر، مرجع سابق، ص: 25.  
(2)- محمد البهي، الفكر الإسلامي والمجتمع المعاصر: مشكلات الأسرة والتكافل، الطبعة الثالثة، دار التوفيق النموذجية للطبع والجمع الآلي، مكتبة وهبة، القاهرة، 1982، ص: 227.  
(3)- محمد أحمد محمد بيومي، عفاف عبد العليم ناصر، مرجع سابق، نفس الصفحة.

2- الزواج الخارجي: وهو الزواج الذي يبيح للفرد الزواج من خارج الجماعة التي ينتمي إليها، حيث على الأفراد أن يتزوجوا من خارج جماعتهم القرايبية. وأكثر قواعد نظام الزواج الخارجي شيوعاً هو ذلك الذي يقضي بتحريم نكاح المحارم أو معاشرتهم والتي تمنع زواج الابن من أمه والأب من ابنته والأخ من أخته. وقد وسعت كثير من القبائل البدائية من دائرة التحريم لتشمل كل أفراد العشيرة التي ينتمي إليها الفرد. مثل: قبائل ميلانيزيا بأستراليا، وينتشر هذا النظام بين سكان أستراليا الأصليين، حيث يحكم بالقتل على كل من يخرج على هذه القاعدة.<sup>(1)</sup>

---

(1)- نادية بن فليس، مرجع سابق، ص ص: 69-70.

#### IV- المجتمع الافتراضي:

##### 1- تعريف المجتمع الافتراضي:

قبل التطرق إلى تعريف المجتمع الافتراضي، لابد من الإشارة إلى تعريف المجتمع المحلي (الطبيعي)، الذي يعرف على أنه "عبارة عن مجموعة من الناس، يشتركون في تفاعل اجتماعي، وبعض الروابط المشتركة بينهم، ويشتركون في مساحة ما، على الأقل لبعض الوقت".<sup>(1)</sup> وعليه فإن العناصر الأساسية لتكوين مجتمع محلي (طبيعي)، هي: الجماعة، التفاعل والروابط والمكان والزمان. وبوجود هذه العناصر يكون هناك مجتمع محلي، تسوده التفاعلات الاجتماعية، ويترايط نتيجة علاقات اجتماعية متعددة، وهذا النمط من العلاقات الاجتماعية هو الذي ساد طيلة العصور الماضية وما زال حتى الآن. ولكن في السنوات الأخيرة ظهر نوع آخر من التفاعلات الاجتماعية وبالتالي تشكلت علاقات اجتماعية، نتيجة التطورات التي حدثت في وسائل الإعلام والاتصال والتي أهمها ظهور الانترنت وتطورها السريع. ليظهر نوع جديد من العلاقات الاجتماعية العابرة للقوميات والتي لا تعترف بالمكان وحتى بالزمان.

وهذه العلاقات أدت إلى ظهور ما يعرف بالمجتمع الافتراضي، ويعد هوارد رينغولد (Howard Rhingold) من الأوائل الذين ساهموا في توجيه نظر العالم صوب دراسة المجتمعات الافتراضية، وقد جاء ذلك في كتابه (الجماعات الافتراضية) "The Virtual communities" والذي يؤكد فيه بأن هذه الجماعات هي عبارة عن تجمعات اجتماعية تشكلت من أماكن متفرقة في أنحاء العالم يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر.<sup>(2)</sup> ويقول في كتابه كذلك، بأن الناس في المجتمعات الافتراضية يستعملون الكلمات على الشاشات لتبادل المزح والحجج، التدخل في الحديث الفكري، إدارة التجارة، تبادل المعارف، التشارك في الأحاسيس، وضع خطط، الترتبة، المعادة، الوقوع في الحب، إيجاد الأصدقاء وفقدانهم، اللعب، المغازلة، إنشاء فن راقى، والكثير إذا لم تتعطل عن الكلام.<sup>(3)</sup>

وهو ما يتوافق مع هذا التعريف الذي يقول: "إن الأفراد في هذه المجتمعات الافتراضية يقومون بكل شيء تقريبا مما يفعله الناس في الحياة الحقيقية (الواقعية) غير أنهم لا يبرحون مكانهم".<sup>(4)</sup> ومن ذلك يظهر أن ما يفعله الناس في المجتمعات الافتراضية لا يختلف عن أفعالهم في

(1) - <http://www.minshawi.com/vb/threads/6148> ( le 18/03/1011 à 15:17 )

(2) - <http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=96350&eid=897>

( le 15/03/1011 à 14:07 )

(3) - Howard Rhingold, The virtual community, (the electronic version).

(4) - طارق سيد أحمد الخلفي، معجم مصطلحات الإعلام: انجليزي- عربي، الطبعة الأولى، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2008، ص: 312.



المجتمعات المحلية (الطبيعية)، وإنما هناك فرق واحد وهو أنهم لا يفعلون ذلك وجها لوجه. ويعد مصطلح المجتمع الافتراضي من المفاهيم الجديدة التي برزت نتيجة ثورة الاتصالات الحديثة، ولذلك فإنه لم يضبط بعد بتعريف محدد وإنما هناك محاولات لتعريفه منها: تعريف عمر الجويلي الذي يعرف الجماعات الافتراضية " بأنها جماعات تشكلت إثر الثورة المعلوماتية التي أتاحت الفرصة إلى تقليص التباعد الجغرافي مما أتاح الفرصة للاتصال بين أفراد يقعون عبر مسافات متباعدة يجمع بين أفرادها نوع من الإحساس بالولاء والمشاركة".<sup>(1)</sup> وعرفها Jonathan Layzer "بأنها تجمعات تشكلت من خلال شبكة الانترنت لا يقطن أعضاؤها في بوتقة جغرافية واحدة ولكنهم موزعون في أنحاء مختلفة ومنتشرة حول العالم يجمع بين هذه التجمعات اهتمامات مشتركة ومختلفة وتتعدد أنماط هذه التجمعات ما بين تجمعات تجارية وتجمعات طبية وتتسع لتشمل أنماط أخرى متعددة".<sup>(2)</sup>

وهناك تعريف آخر للمجتمعات الافتراضية يقول: " هي تجمعات اجتماعية، تنشأ من الشبكة Net، حين يستمر أناس بعدد كاف، في مناقشاتهم علنيا، لوقت كاف من الزمن، بمشاعر إنسانية، كافية لتشكيل شبكات من العلاقات الشخصية في الفضاء السائبري Cyberspace".<sup>(3)</sup> ويعتبر هذا التعريف شامل إلى حد ما، نظرا لتركيزه على المقيمين الأساسيين للجماعات الافتراضية وهما الاجتماعي والتكنولوجي. لأن هذه المجتمعات تنشأ نتيجة للدافع الاجتماعي (التجمعات الاجتماعية) في بيئة تكنولوجية (شبكة المعلومات)، وبالتالي فإن المجتمعات الافتراضية هي عبارة عن تجمعات عبر الشبكة تسودها تفاعلات اجتماعية رقمية، لوقت يكفي لبناء علاقات اجتماعية شخصية بين الأفراد.

## 2- خصائص المجتمعات الافتراضية:

توصلت مجموعة من الأكاديميين، في ورشة عمل سنة 1996، إلى الاتفاق حول خصائص وسمات مشتركة تمت ملاحظتها بين المجتمعات الافتراضية. وتتلخص هذه الخصائص فيما يلي:

- ★ الغرض المشترك بين الأعضاء.
- ★ مشاعر مشتركة (تكرار الأنشطة والحماس المتبادل).
- ★ الوصول النفاذ إلى الموارد المشتركة، ووجود سياسات ولوائح لتحديد الوصول لهذه الموارد.
- ★ وجود المعلومات وتوفرها للجميع، والدعم والخدمات بين الأعضاء.

(1) - <http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=96350&eid=897>

( le 15/03/1011 à 14:07 )

(2) - نفس الموقع على الانترنت.

(3) - <http://www.minshawi.com/vb/threads/6148> ( le 18/03/1011 à 15:17 )

- ★ إطار مشترك للتقاليد الاجتماعية، اللغة، والبروتوكولات المتبعة (الاتصال والتواصل).
- ★ وجود دليل على أن المشتركين الأعضاء لديهم أدوار مختلفة.
- ★ الأعضاء وسمعتهم الاجتماعية والعلمية والفكرية والثقافية.
- ★ الوعي بحدود العضوية و هوية الجماعة.
- ★ المعايير المبدئية للاشتراك في المجتمع المعني.
- ★ تاريخ المجتمع ووجوده على مدى فترة من الزمن.
- ★ الأحداث الملحوظة والطقوس التي تمارس من قبل الأعضاء (التفاعل والبناء).
- ★ البيئات الطبيعية المشتركة (الأصول).
- ★ العضويات التطوعية والإسهامات المختلفة لدعم المجتمع<sup>(1)</sup>.

ويمكن أن تختلف وجهات النظر بشأن هذه الخصائص، حسب الحق المعرفي المعني، ومدى تركيز بعضها ودرجة أهميتها في مجال دون آخر. وكذا نتيجة لمدى اشتراك أفراد المجتمع في النظام التكنولوجي (كالبرمجيات والبروتوكولات وأنظمة التشغيل وغيرها)، والتي بلا شك لها تأثير على المستخدم وطريقة تفاعله مع الأفراد الآخرين.

### 3- المجتمع الافتراضي بين الاستعمالية والاجتماعية:

☞ **الاستعمالية:** وهي كيفية تعامل الأفراد مع بعضهم البعض باستخدام التكنولوجيا.

☞ **الاجتماعية:** تتعلق بكيف يمكن لأعضاء المجتمع الرقمي المعني أن يتفاعلوا مع بعضهم البعض بمساندة التكنولوجيا.

وعليه فإن التفاعل الافتراضي يركز على جانبيين وهما تعامل الإنسان مع الحاسوب أو التكنولوجيا وتفاعله مع الإنسان الآخر المقابل له والذي يتبادل معه الحديث والمشاعر، ومنه فإن لكل من عنصري الاستعمالية والاجتماعية محدداته الخاصة.

#### أ- محددات الاستعمالية:

● قياسات تتعلق بالحوار، ودعم التفاعل الاجتماعي، بملاحظة كفاءة البرمجيات وتناسبها من حيث:

- مؤشرات الأوامر.
- التغذية الراجعة.
- سهولة استخدام الأوامر.
- سهولة حركة الشخصيات الرسومية.

(1) - <http://www.sali4ever.com/vb/archive/index.php/t-811.html>  
( le 18/03/1011 à 12:20 )

- إدارة مساحة التعامل الافتراضي في البيئة المستخدمة.
- سرعة التعلم (مثلا: المدى الزمني لتعلم قراءة وإرسال رسالة، واستخدام حركات التعبير الرسومية المتاحة، تحريك الشخصيات الرسومية...الخ). ويمكن قياس ذلك بمدى الزمن المتاح للفعل والاستجابة.
- معرفة مدى إشباع راحة المستخدم (السهولة، السرعة، الدقة)، وطواعية إنجاز وتمثيل المراد في الكتابة والحركة والتفاعل بين المشتركين.
- قياس عدد الأعضاء في فترات زمنية محددة، يشير إلى كفاءة البرمجيات المستخدمة.
- ♣ محددات وقياسات تتعلق بتصميم المعلومات:
  - سرعة التعلم (كم يستغرق وقت إيجاد المعلومات وقراءتها وفهماها).
  - إشباع رضا المستخدمين حول تصميم المعلومات، مثلا: نظام المساعدة، إجراءات التسجيل...الخ.
  - مدى سهولة إيجاد المعلومات المرتبطة بالمعلومات المستخدمة.
  - مدى وقوع المستخدمين في الأخطاء.
- ♣ محددات وقياسات تتعلق بالإبحار Navigation:
  - سهولة الإبحار عبر نوافذ المجتمع الافتراضي والصفحات الإلكترونية ذات العلاقة، مدى تماسك الصفحات والموضوعات والعلاقات فيما بينها.
- ♣ محددات وقياسات تتعلق بالنفوذ Access:
  - سرعة تنفيذ البرامج وإنزال المعلومات Download.
  - سرعة التعلم (زمن تعلم إنزال البرمجيات، زمن الاستجابة للرسائل والتحرك داخل المجتمع).
  - مدى التأثير على الإنتاجية، ومدى اتصال المستخدمين ومدى تعرضهم للأخطاء في العمل.
- ب- محددات الاجتماعية:
  - ✍ محددات وقياسات تتعلق بالغرض Purpose:
    - المحدد العددي: عدد الرسائل/عضو، عدد الرسائل/فترة زمنية محددة، كمية موضوعات النقاش.
    - قياس نشاط التفاعلية Interactivity: (كثافة موضوعات النقاش وعمقها حسب غرض المجتمع: صحي، تعليمي، تجاري...الخ).
    - قياس التبادلية Reciprocity: الأخذ والعطاء من وإلى المجتمع (كمية الأسئلة المتبادلة، كمية الاستجابات، معدل التساؤل و الإجابة).
  - ✍ محددات وقياسات الأفراد:
    - المحدد العددي: عدد الأعضاء، عدد الزوار، عدد الأنواع (مثلا: مشاركون بالنقاش، بالتساؤل، محترفون، مبتدئون، دائمون...الخ).

✍ محددات وقياسات السياسات:

- عدد وتناسب قواعد التحكم في السلوك غير المتحضر، ملاحظة عنصر الثقة ومدى التعامل معه (أمن المعلومات، الخصوصية، استعمال التشفير، تبادل الثقة بين الأعضاء وأمن الخدمات: التجارية، التعليمية... الخ).<sup>(1)</sup>

#### 4- أنماط وآليات المشاركة الافتراضية:

1- أشكال المشاركة الافتراضية: توجد عدة أشكال للمشاركة الافتراضية والتي يمكن حصرها فيما يلي:

أ- من حيث مستوى التفاعل: يمكن تقسيم المشاركة الافتراضية حسب التفاعل إلى نوعين:

1- البناء الشبكي العلمي: والمتمثل في بنية تفاعلية عالمية تتضمن موضوعات ذات مجال عالمي، ولا تخص جماعة إثنية أو أقلية بعينها، ولكنها تتضمن كل الأقليات والتباينات الثقافية.  
2- البناء المحلي للشبكات: وتظهر فيه الجماعات المحلية التي خلقت لنفسها وحدات داخل التفاعلات العالمية، والتي تركز على الموضوعات والسياسات المحلية، أو التي تخص جماعات بذاتها في إطار الاهتمام الداخلي والمحلي. ويخضع محتوى هذه الشبكات إلى تجانس ثقافي كبير.

ب- من حيث محتوى المشاركة: يمكن تقسيم المشاركة عبر الانترنت إلى:

1- مشاركة اجتماعية: وتهتم بالقضايا ذات الطابع الاجتماعي مثل التعارف وتكوين الصداقات ومشاركة الاهتمامات الاجتماعية والمشاركات الأسرية.  
2- مشاركة سياسية: حيث فتحت الانترنت مجالا جديدا للمشاركة السياسية. حيث أصبحت وسيلة لعرض البرامج الانتخابية والتصويت على بعض استطلاعات الرأي وغيرها من القضايا ذات البعد السياسي.

3- مشاركة اقتصادية: تمثل الانترنت مجالا لأصحاب الأعمال والشركات للتفاعل عبر سياقات المجتمع الافتراضي، وفتح قنوات للتسويق والتجارة الإلكترونية، والاستفادة من مختلف التجارب الاقتصادية عبر مواقع الشبكات.

ج- من حيث ديمومة المشاركة: يمكن تقسيم هذا البعد إلى قسمين:

1- المشاركات المستمرة: وهي التفاعلات التي تتميز بالديمومة في النواحي الاجتماعية أو الثقافية أو السياسية أو غيرها. وهذه المشاركات تستمر باستمرار الاهتمامات التي تجمع أصحابها.  
2- المشاركات المتقطعة: وهي المشاركة في موضوعات متباينة ولكن بشكل غير دوري، لاعتبارات خاصة بالفرد أو بموضوعات التفاعل التي يشارك فيها.

(1) - <http://www.minshawi.com/vb/threads/6148> ( le 18/03/1011 à 15:17 )

2- وسائل المشاركة الافتراضية: تتعدد وسائل المشاركة في المجتمعات الافتراضية، ومن أهم هذه الوسائل ما يلي:

● الشبكات الاجتماعية: تتعدد الخدمات التي تبثها الشبكات الاجتماعية من التعارف، والتسلية إلى مناقشة القضايا السياسية الجادة، إلى غير ذلك من الموضوعات المختلفة.

● خدمة الدردشة الجماعية: وتعتبر من أبرز الخدمات الافتراضية، فهي أقوى الوسائل التي تستخدم في تشكيل العلاقات الاجتماعية الافتراضية العابرة للحدود. وذلك لأنها تتسم بالمرونة من خلال التحدث بطريقة مباشرة مع مجموعة من الأشخاص في نفس الوقت.

● المحادثة Talks: وهي من الخدمات الافتراضية التي تقدم من خلال الانترنت، وتسمح للمتلقي باستعمال الرسالة كما لو أنها تكتب أمامه وبذلك فهي تمكن الفرد من التحدث مع أي شخص على وجه الأرض دون مقابل مادي، وقد تطورت هذه الخدمة لتسمح بتفاعلات عن طريق كاميرا الوجه بالوجه.

● القوائم البريدية Mailing List: وتعتبر بوابة للمشاركة، وهي عبارة عن نظام مجهز بحيث يسمح بتكوين مجموعات من المستخدمين يمكن إرسال رسائل إليهم واستقبال رسائل منهم، وتتعلق هذه الرسائل بموضوع محدد.

● المجموعات الإخبارية News groups: وهي نظام يتألف من آلاف اللوحات من النشرات الموزعة التي تتناول موضوعا معيناً، ويتم تنظيم هذه المجموعات تنظيماً متسلسلاً حسب الموضوعات التي تناقشها.<sup>(1)</sup>

## 5- إيجابيات وسلبيات المجتمع الافتراضي:

### أ- الإيجابيات:

1- التطوير: تساهم المجتمعات الافتراضية في تطوير العديد من المجالات، كالتعليم والاتصالات وكذا الترويج للتجارة وغيرها من المجالات.

2- الانفتاح: إن الانخراط في المجتمعات الافتراضية، يمكن الفرد من التعرف على أفراد آخرين من ثقافات وحضارات مختلفة، مما يمكنه من التعرف على عادات وتقاليد مختلف الشعوب، وهذا ما يساعده على الانفتاح على هذه الحضارات واحترام معتقدات هذه الشعوب، وهذا ما يزيد من التفاهم بين مختلف الأجناس البشرية.

3- الاختصار: من خلال التعامل دخل المجتمعات الافتراضية، يمكن اختصار الوقت والمسافات وحتى التكاليف، نتيجة سرعة الاتصالات وزهد كلفتها وإمكاناتها في ربط الفرد مع أي شخص

(1) - <http://digital.ahram.org.eg/Motnw3a.aspx?Serial=341317&archid=17>  
( le 15/03/1011 à 14:19 )

آخر فوق الكرة الأرضية، مما يجعل عالم المجتمع الافتراضي عالم مثالي لقضاء مختلف الحاجيات التي يمكن إنجازها بواسطته. (1)

4- تعدد المراكز وتبادلها: تتسم التفاعلات الاجتماعية على المستوى الافتراضي بتعددية المراكز وتبادلها. فلا توجد سلطة مركزية توجه الحديث، وبالتالي فكل فرد يستطيع أن يكون مركز الجماعة، وكل فرد يستطيع أن يقود الحوار مرة أو مرات. ومن هنا فيمكن أن يكون للجماعة الافتراضية أكثر من مركز في موضوع الاهتمام الواحد. وهذا ما يسمح بالحرية في المناقشات المختلفة.

#### ب- السلبيات:

1- الانقطاع: حيث أن العلاقات الافتراضية تؤدي إلى انقطاع العلاقة مع الأصدقاء، والجيران وحتى مع الأسرة أحيانا. وهذا يحصل خاصة للأفراد الذين تزيد تفاعلاتهم الافتراضية عن تفاعلاتهم الواقعية.

2- الإخفاء: إن العلاقات الاجتماعية في معظمها تجمعات مخفية مجهولة الهوية، إلا في القليل منها، فلا يستطيع الداخل في التفاعلات الافتراضية أن يعرف من الذي يتحدث معه، نتيجة تعدد الهويات وتزييفها والدخول بأسماء ومعلومات شخصية مخالفة تماما للواقع، وهذا ما يؤدي إلى نقص الثقة بين المتفاعلين ومن تم التعامل بحذر.

3- التفكك: إن ابتكار الواقع الافتراضي وعوالمه الإلكترونية أدى إلى تفكك العلاقات الفيزيائية بين الأفراد، وتشكل نوع جديد من أنواع العلاقات الاجتماعية على المستوى الافتراضي، وتشير الدلائل الواقعية أن هناك تزايد في الاتجاه نحو التفاعلات الافتراضية، خاصة في ظل التحديات الطارئة على الواقع المعاش.

4- التمرد: لقد فتح الفضاء السايبري مجال جديد للتمرد والحركات الثورية والتحريرية. فالفرد يستطيع أن يقول ما يريد خارج الضوابط التقليدية للمجتمعات. وهذا ما يساعد في الاتفاق على الثورات أو التظاهرات من دون قيود المكان، ويدرك المتأمل لحركات التمرد على المستويات القومية أو العالمية أن الانترنت وتجمعاته الافتراضية يشكل آلية رئيسية، تساهم في تقارب المسافات والاهتمامات والاتفاق على مناهضة بعض القضايا أو المطالبة ببعض الحقوق.

(1) - <http://www.sali4ever.com/vb/archive/index.php/t-811.html>  
( le 18/03/1011 à 12:20 )

5- الفردية: هناك نزوع في المجتمع الافتراضي وتفاعلاته إلى الفردية والانعزال عن السياق الاجتماعي المحيط بالفرد، فالفرد المنخرط في التفاعلات الافتراضية حتى ولو كانت جماعية، إلا أنه يدخل بوصفه فردا من أمام شاشة الكمبيوتر الخاص به، لينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي، وهذا ما يؤدي إلى نوع من الاغتراب عن الواقع الحقيقي للفرد.<sup>(1)</sup>

---

(1) - <http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=96350&eid=897>  
( le 15/03/1011 à 14:07)

# الفصل الرابع

الإعلام الجديد والمجتمع



لقد أدت التطورات التي شملت وسائل الإعلام والاتصال إلى تغيير تطبيقات واستعمالات هذه الوسائل، التي أصبحت كلها متاحة على شبكة الانترنت، فالوسائل التقليدية التي كانت تفرض محتوى محدد على المتلقين أصبحت من الماضي، وحلت محلها وسائل تتيح للمتلقي (المستخدم أو المستعمل) المشاركة في صياغة هذا المحتوى وحتى في تعديله وحذفه في بعض الحالات (الويكي)، وهذا التطور ما كان ليحدث لولا ظهور الوب 2.0، وما يتيح من تطبيقات كثيرة أدت إلى ظهور ما يعرف بالإعلام الجديد وما يتيح من مزايا أصبح بموجبها المستخدم هو السيد وليس الوسيلة.

كما أدت هذه التطورات إلى ظهور أنواع جديدة من التطبيقات، والتي من أهمها الشبكات الاجتماعية، التي ازدهرت وتطورت في الآونة الأخيرة، وأصبحت البديل لما يعرف بالدردشة والتحدث عبر الانترنت، لأنه من خلال هذه الشبكات أصبح المستخدم بإمكانه استعمالها للتواصل مع العائلة والأهل والأصدقاء وتكوين مجموعات معينة ويتبادل معهم مختلف المعلومات وكذا مناقشة شتى المواضيع.

وأدى ظهور الأجيال الجديدة من الهاتف النقال إلى تمكين هذا الأخير من الوصول إلى الانترنت، و عليه أصبح بالإمكان استخدامه في الدردشة، وكذا للدخول إلى الشبكات الاجتماعية ومناقشة مختلف المواضيع مع الآخرين، كما يستعمل في تحرير النصوص للمشاركة بها في المدونات ومواقع الويكي، إضافة إلى استعماله في إرسال واستقبال الرسائل النصية والصور والفيديو وغير ذلك من الاستعمالات المختلفة التي أصبحت تشمل جميع مناحي الحياة.

## I- الإعلام الجديد:

**1- تعريف الإعلام الجديد:** كغيره من المصطلحات الجديدة، يوجد العديد من التعريفات للإعلام الجديد، وذلك حسب توجهات ووجهة نظر صاحب التعريف. فحسب قاموس التكنولوجيا الرفيعة (High-Tech Dictionary) فإن الإعلام الجديد ما هو إلا " اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة ".<sup>(1)</sup> في حين أن قاموس الكمبيوتر (Computer Dictionary) يركز على أن " الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والانترنت. وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة فضلا عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق ".<sup>(2)</sup> وهناك تعريف آخر يربط بين الإعلام الرقمي و الإعلام الجديد مشيرا إلى أنهما شيء واحد وذلك من خلال هذا التعريف " يشير الإعلام الجديد New Media أو الإعلام الرقمي Digital Media إلى مجموعة من الأساليب و الأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكنا من إنتاج و نشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو الغير متصلة بالانترنت ".<sup>(3)</sup>

ومما سبق فإن الإعلام الجديد هو تلك المعلومات المختلفة من رأي وخبر وتجارب وصور وفيديو التي يتم تبادلها بمختلف الوسائط الإلكترونية الثابتة والمحمولة المرتبطة بشبكة الانترنت أو غير المرتبطة بها.

## 2- بعض المفاهيم والمصطلحات القريبة من الإعلام الجديد:

توجد العديد من المفاهيم والمصطلحات التي ظهرت نتيجة التطور الذي حصل نتيجة اندماج تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتكنولوجيا الكمبيوتر وتكنولوجيا شبكات الاتصال، ومن أهم هذه المصطلحات:

أ- **الإعلام الشبكي:** وهو عبارة عن " العمليات الصحفية التي تتم على مواقع محددة التعريف على الشبكات لإتاحة المحتوى في روابط متعددة، بعدد من الوسائل، وفق آليات وأدوات معينة تساعد القارئ في الوصول إلى هذا المحتوى، وتوفر له حرية التجول والاختيار والتفاعل مع

(1) - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، العدد الثاني، 2007، ص ص: 174-175.

(2) - نفس المرجع، ص: 175.

(3) - <http://www.democracy-forum.org/index.php?newsid=50> (le 20/02/1011à 13:15)

عناصر هذه العمليات، بما يتفق مع حاجات هذا القارئ واهتماماته وتفضيله، ويحقق أهداف النشر والتوزيع على هذه المواقع".<sup>(1)</sup>

ب- الإعلام الإلكتروني: " هو الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى ووسائل الاتصال الإعلامي، آليا أو شبه آلي، في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون".<sup>(2)</sup>

ج- الإعلام الرقمي: وهو " الإعلام المعتمد على التكنولوجيا الرقمية، مثل مواقع الويب Web Sites، الفيديو والصوت والنصوص وغيرها".<sup>(3)</sup>

د- إعلام المجتمع: وهو " ذلك المحتوى الإعلامي الذي يقوم أفراد المجتمع أو الجمهور بإنتاجه وبثه عبر الوسائل الاتصالية الشبكية، وساعد في انتشار هذا النوع من الإعلام انتشار أدوات إنتاج هذا النوع من الإعلام مثل كاميرات الفيديو والكاميرات الرقمية وأجهزة الهواتف النقالة".<sup>(4)</sup>

ومن خلال تعريفات المصطلحات القريبة من الإعلام الجديد يظهر أن هناك تقارب كبير، وحتى احتواء كبير لمصطلح الإعلام الجديد لهذه المصطلحات، فمصطلح الإعلام الجديد يكاد يغطي هذه المصطلحات سواء من خلال طريقة انتشاره وبثه أي الشبكات والتفرعات والوصلات أو من خلال طبيعة أدواته وتجهيزاته الإلكترونية الحديثة والرقمية البحتة، وكذلك حتى من خلال الأشخاص القائمين عليه، والذين هم في الغالب مواطنين عاديين بوسائلهم الإلكترونية الرقمية المحمولة والقادرة على نقل وبث كل ما يريدون إيصاله إلى الآخرين.

**3- خصائص وسمات الإعلام الجديد:** مع أن الإعلام الجديد يشبه الإعلام القديم في بعض جوانبه، إلا أنه يتميز عنه في عدة جوانب أهمها:

1- يعتمد الإعلام الجديد بشكل يكاد يكون حصري على الكمبيوتر الشخصي، والأجيال المتقدمة من الهواتف المحمولة.

2- يعتمد الإعلام الجديد على الملتيميديا (Mutimedia) من خلال عملية إنتاج وتوزيع ومطالعة المواد المكتوبة والمسموعة والمرئية.

(1) - رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الانترنت، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، 2009، ص: 517.

(2) - فيصل أبو عيشة، مرجع سابق، ص: 276.

(3) - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص: 517.

(4) - نفس المرجع، ص: 518.

- 3- منح الإعلام الجديد قدرات غير محدودة للأفراد لإنتاج محتوهم الخاص وتبادلته وبثه على نطاق واسع.
- 4- الإعلام الجديد إعلام عابر للحدود والثقافات واللغات.<sup>(1)</sup>
- 5- يتميز الإعلام الجديد بالسرعة في كافة مراحل الإنتاج والتوزيع والتخزين والاطلاع.
- 6- يعتمد الإعلام الجديد على الحرية الفكرية من خلال عمل الأفراد بعيدا عن أي رقابة.
- 7- الوضوح وتحقيق الهدف المنشود من قبل الإعلام الجديد.
- 8- الأرشفة والتأريخ لمختلف المواد والمعلومات مهما كان شكلها.
- 9- البحث الذكي عن مختلف المضامين في مختلف مواقع الانترنت.
- 10- التطور فائق السرعة للأجهزة والتطبيقات والسرعة في تحديث المضامين الإعلامية.<sup>(2)</sup>

هذا وتوجد مجموعة من السمات للإعلام الجديد، تتمثل فيما يلي:

- **الرقمية:** حيث يتم نقل الملفات المختلفة على شكل أرقام منفصلة هي صفر وواحد، وعند وصولها إلى المستقبل يقوم الجهاز الرقمي بدوره بترجمتها إلى صوت أو صورة أو نصوص أو غير ذلك.
- **التفاعلية:** وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها. والتفاعلية في أبسط معانيها هي أن يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية. فالمرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل، أي هناك تبادل في الأدوار، وبذلك يصبح طرفي الاتصال مشاركين وليس مصادر ومتلقين.
- **تفتيت الاتصال:** وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي. وهي بذلك تعني مدى التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.
- **اللاتزامنية:** وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، كالبريد الإلكتروني، حيث ترسل الرسالة مباشرة من منتجها إلى مستقبلها دون الحاجة لوجود المستقبل للرسالة. والذي بإمكانه أن يطلع عليها في أي مكان وفي أي وقت يريد.

(1) - <http://www.democracy-forum.org/index.php?newsid=50> ( le 20/02/1011à 13:15 )

(2) - [http://www.4shared.com/document/57riGdjZ/\\_online.html](http://www.4shared.com/document/57riGdjZ/_online.html)  
( le 24/02/1011à 15:55 )

وهناك أنظمة لربط البريد الإلكتروني بالهاتف الجوال والتي تتيح للمستقبل أن يعرف بوصول الرسالة وقت إرسالها له.

- **قابلية التحرك أو الحركية:** حيث تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم والحركة أي إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان في أثناء تحرك مستخدميها. مثل الكمبيوتر المحمول الذي يتيح الدخول على شبكة الانترنت في وسط البحار أو في الصحراء وحتى على متن الطائرة.

- **قابلية التحويل:** وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من شكل إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس.

- **قابلية التوصيل:** وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة مع أجهزة أخرى وبغض النظر عن الشركة المصنعة لهذه الأجهزة أو البلد الذي تم فيه الصنع. ومثال على ذلك توصيل جهاز التلفزيون بجهاز الفيديو DVD.

- **الشيوع والانتشار:** وهو الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تبدو في البداية ترف ولكن بعد مدة تصبح ضرورة نتيجة التعود عليها وكذلك نتيجة ظهور وسائل وأجهزة أخرى أكثر حداثة وأعلى ثمنًا. وهذا ما يؤدي إلى اتساع استخدام هذه الوسيلة، كالمبيوتر الذي كان في البداية في متناول الخاصة فقط ولكن مع مرور الوقت أصبح في متناول العامة من الناس وفي كل مكان تقريبًا من الكرة الأرضية.

- **الكونية:** البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية، حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة وتعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونيًا عبر الحدود الدولية جيئةً وذهابًا من أقصى مكان في الأرض إلى أذناه في أجزاء من الألف من الثانية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم.<sup>(1)</sup>

#### 4- أنواع الإعلام الجديد:

يضع ريتشارد ديفيز (Richard Davis) وديانا أوين (Diana Owen) الإعلام الجديد وفق ثلاثة أنواع هي:

1- الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة: ويعود إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة والتلفزيون والصحف، مثل راديو وتلفزيون Talk Show والمجلات الإخبارية مثل 60 Minutes. وبرامج الأخبار الحية Live Shows والبرامج المسائية مثل Night Line

(1) - سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول- الثاني، 2010، ص ص: 444-448.

وبرامج الصباح المعروفة مثل صباح الخير أمريكا Good Morning America وبرامج التابلويد مثل Inside Edition الشبيهة بصحافة التابلويد الورقية. ويشمل التجديد في حالات أخرى، نموذج برنامج أوبرا Oprah Winfrey وقنوات مثل MTV المتخصصة في الموسيقى.

2- الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة: وتمثله جميع الوسائل المتوفرة الآن، والتي تعمل على منصة الكمبيوتر، وهي الوسائل التي مكنت من إنفاذ حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات بمختلف أشكالها.

3- الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة: وفيه تزول الفوارق بين القديم والجديد. فقد أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدودا اصطناعية Artificial. وحدثت حالة من تماهي وتبادل للمنافع بين الإعلام القديم والجديد.<sup>(1)</sup>

## 5- العوامل الرئيسية للإعلام الجديد:

وراء ظاهرة الإعلام الجديد عوامل تقنية واقتصادية وسياسية يمكن تلخيصها فيما يلي:

- **العامل التقني:** ويتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر: تجهيزاته وبرمجياته، وتكنولوجيا الاتصال ولاسيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية. فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الانترنت. التي أصبحت حاليا وسيطا يطوي في داخله جميع وسائط الاتصال الأخرى المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية. وهذا ما انعكس على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها. فقد انكمش العالم مكانا وزمانا وسقطت الحواجز بين القريب والبعيد، وكادت تكنولوجيا الواقع الافتراضي أن تسقط الحاجز بين الواقعي والوهمي وبين الحاضر والغائب وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات.

- **العامل الاقتصادي:** والمتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسما مشتركا يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء. ولكن لكون المعلومات في حد ذاتها سلعة تتعاضد أهميتها يوما بعد يوم. وعليه فإن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية من جهة، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وأفلام وبرامج تلفزيونية من جهة أخرى.

(1) - عباس مصطفى صادق، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد من فانفر بوش إلى نيكولاس نيغروبونتي، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة. لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، 2009، ص: 31.

- العامل السياسي: ويمثله الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب وزاخر بالصراعات والتناقضات.<sup>(1)</sup>

غير أن ما يلاحظ نتيجة تطور تطبيقات الإعلام الجديد أن القوى السياسية قد فقدت السيطرة تماما على انتقال المعلومات والأخبار نتيجة لوجود المدونات والشبكات الاجتماعية وغيرها. وهذا ما جعل المبادرة بيد الشعوب، حيث أصبحت قادرة على التحكم في قرارات الحكام والقوى السياسية المختلفة، ولعل ما يحدث في كثير من الدول العربية من ثورات شعبية عارمة، وتخبطات الحكام في محاولة لإحداث التغيير وتطبيب خاطر الشعوب الهائجة، لأفضل دليل على القدرات المذهلة للإعلام الجديد في تحريك الشعوب وجعلها على دراية بكل ما يحدث في المجتمع، وبالتالي قدرتها على معاتبة ومحكمة الحكام على أخطائهم.

وبالعودة إلى العوامل الرئيسية للإعلام الجديد فإن هناك تداخل بين هذه العوامل الثلاثة، وهذا ما يجعل الإعلام الجديد قضية شائكة، لأن مختلف العوامل تتداخل وتتكامل فيما بينها من أجل أن يتبلور في الأخير نوع جديد من الإعلام يصعب التحكم فيه من طرف الحكومات، وتكون الفائدة فيه - حسب ما يتوفر حتى الآن من معلومات - للشعوب على حساب السلطات والقوى السياسية.

## 6- تأثيرات الإعلام الجديد على المواد الإعلامية:

هناك عدة تأثيرات للإعلام الجديد على المجال الإعلامي في مختلف مراحلها. ويمكن إجمال هذه التأثيرات في ثلاثة مستويات وهي:

- على مستوى الإنتاج: لم يعد إنتاج المحتوى الإعلامي حكرا على المؤسسات الإعلامية المتخصصة، والتي سيطرت لعقود طويلة على تدفق المعلومات. وذلك لأن أدوات الإعلام الجديد أتاحت الفرصة لجميع أفراد المجتمع إمكانية إنتاج المواد الإعلامية المختلفة من نصوص وصور وفيديو وغيرها. وذلك بفضل الأدوات التي يمتلكها الأفراد كالهاتف المحمول المزود بكاميرا وجهاز كمبيوتر شخصي ومصدر للاتصال بالانترنت. وهكذا فإن الإعلام الجديد قد أحدث تغييرا غير مسبوق في طبيعة من ينتجون المحتوى. وبذلك أصبحت الانترنت تعج بالكثير من المعلومات التي رصدها الأفراد، ولاشك أن هذه المعلومات المختلفة الأشكال قد أصبح لها قدرات كبيرة على التأثير وتوجيه الرأي العام، مما أدى بالوسائل الإعلامية التقليدية إلى التسابق على عرض ما ينتجه الأفراد من أجل الوصول إلى أعلى مستوى ممكن من الجودة ونقل الواقع وزيادة القدرة على التواصل مع الجماهير.

(1) - سميرة شيخاني، مرجع سابق، ص: 443-444.

- **على مستوى المحتوى:** كان المحتوى الإعلامي موزعا على أجهزة منفصلة قبل ظهور أجهزة الكمبيوتر والأجهزة المحمولة الأخرى القادرة على الاتصال بالانترنت. ولكن بظهور هذه الأخيرة تغيرت أمور كثيرة، فبعد أن كان للمواد الصوتية أجهزتها، والمواد المرئية والنصوص أجهزتها المنفصلة كذلك، أصبح بإمكان مستخدم الكمبيوتر أن يجد كل هذه الأشكال (الصوت، الفيديو، والنصوص) وغيرها على صفحة واحدة. وذلك بفضل الملتيميديا Multimedia. كما أن الانترنت استطاعت أن تجمع أجهزة التلفزيون والراديو والتليفونات والأوراق وغيرها. وبذلك أصبح كل ما سبق متوفر على شاشة واحدة، كما جعلت استخدام المحتويات المتعددة الأشكال أسهل من أي وقت مضى. هذا، ولعل أهم ما أضافه الإعلام الجديد للمحتوى أو المعلومة، هو وضع حد لزمان المصدر الواحد، وفتح الباب واسعا أمام المصادر المتعددة والمختلفة والحررة للمعلومات.

- **على مستوى النشر والتوزيع:** لقد أدى النشر الإلكتروني إلى سهولة الوصول إلى المعلومات وتحميلها وتبادلها واستخدامها على أجهزة ووسائط مختلفة. وبذلك لم يعد هناك أحد ينتظر المؤسسات التقليدية (دور النشر) حتى تطبع وتنتشر المواد المختلفة. وذلك لأن وسائط الإعلام الجديد ساعدت في تسهيل عملية الوصول إلى المعلومات وتقليل كلفتها وجعلتها في متناول الجميع، حيث أصبح بإمكان أي شخص الحصول على مختلف المعلومات واستخدامها، ولا يحتاج في ذلك إلا جهاز كمبيوتر أو هاتف محمول موصول بشبكة الانترنت، وعندها يمكنه تحميل أي شيء.<sup>(1)</sup>

## 7- تطبيقات الإعلام الجديد:

### 1-7-1 المدونات:

1-7-1-1 **تعريف المدونات:** هي عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت، وهناك من يعرفها على أنها " أحد أشكال المنظومة التفاعلية الإلكترونية الأكثر أهمية، إذ هو موقع شخصي على شبكة الانترنت يتضمن آراء ومواقف حول مسائل متنوعة، ويعد تطبيقا من تطبيقات الانترنت، يعمل عن طريق نظام لإدارة المحتوى (المضامين)، وعبارة عن صفحة على الشبكة تظهر عليها تدوينات مدخلات - معلومات مؤرخة ومرتبطة ترتيبيا زمنيا تصاعديا - ينشر عدد منها، يتحكم فيه مدير (ناشر) المدونة، ويتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة، تمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق، عندما تعود غير متاحة على الصفحة الرئيسية للمدونة".<sup>(2)</sup>

(1) - <http://www.democracy-forum.org/index.php?newsid=50> ( le 20/02/1011à 13:15 )

(2) - انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد.. تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، جامعة بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، بغداد، 2011، ص ص: 29-30.



ويطلق على عملية الكتابة في المدونات التدوين Blogging ويشمل كافة ممارسات المدونين Bloggers، في كتابة نصوصهم ورددهم على تعليقات قراء المدونات Blog Readers، ووضع أي صور ومواد صوتية أخرى على المدونة Blog، وكذلك قائمة من الروابط Blogroll، وأرشفة مقالاتهم التي ينصحون بها قرائهم. وتتيح المدونة كافة محتوياتها للاطلاع والمشاهدة والمشاركة لجمهور محدد من مستخدمي الانترنت، الذين يتفاعلون مع المعلومات والآراء المكتوبة وكافة المواد المنشورة سواء بمشاهدات أو تعليقات مكتوبة.<sup>(1)</sup>

### 7-1-2- نشأة وتطور المدونات:

انطلقت المدونات في منتصف التسعينيات من القرن الماضي في أمريكا، وخصوصاً مع موقع Drudge Report الذي يعتبر الأب الروحي للمدونات، والذي كان وراء نشر فضيحة مونيكا لفسكي السكرتيرة الخاصة للرئيس الأمريكي السابق بيل كلنتون. كما يعتقد بعض الأخصائيين أن التدوين قد انطلق مع تأسيس Justin Hall سنة 1994 لأول موقع يمكن تصنيفه كمدونة.<sup>(2)</sup>

رغم أن التسمية Weblog لم تظهر إلا في ديسمبر 1997 بفضل Jorgen Barger على موقعه Ropot Wisdom، وبقي هو المصطلح المستعمل حتى أبريل 1999 أين ابتدع Peter Merholz مصطلح "Blog"، عندما قام بفصل المصطلح "Weblog" إلى العبارة "We Blog" ليعني بذل الموقع المرتب زمنياً والمحتوي للروابط ذات الصلة والتعليقات، ناهيك عن الأفكار الشخصية والخبرات الخاصة لمؤلف الموقع.<sup>(3)</sup>

وعرفت هذه الفترة (النصف الثاني من تسعينيات القرن العشرين)، ظهور خدمات تدوين مثل Xanga سنة 1997، و Open Diary سنة 1998 ثم Live Journal و Blogger سنة 1999، الذي اشترته شركة غوغل. كما يمكن اعتبار سنة 2001 بداية المرحلة الثانية أو الميلاد الحقيقي للمدونات، خاصة بعد أحداث 11 سبتمبر. وبدأ تأثير المدونات في الظهور، ففي سنة 2002 استقال السيناتور Trent Lott بعد هجوم شنه عليه المدونون، إثر تصريحات أطلقها وصنفت على أنها عنصرية، ثم تبع ذلك الكثير من الأحداث المشابهة. كما ظهر ما عرف بمدونات الحرب أثناء الغزو الأمريكي للعراق سنة 2003.

(1) - مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مجلس الشعب المصري، المدونات المصرية: فضاء اجتماعي جديد، سلسلة تقارير معلوماتية، السنة الثانية، العدد 17، مايو 2008، ص: 06.  
(2) - جمال الزرن، المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين، مجلة شؤون عربية، العدد 130، صيف 2007، ص: 03.  
(3) - عصام منصور، المدونات الإلكترونية مصدر جديد للمعلومات، مجلة دراسات المعلومات، العدد الخامس، مايو 2009، ص: 97.

أما المرحلة الثالثة فهي مرحلة النضج ومؤشراتها بدأت في النصف الثاني من سنة 2004، حين تحول التدوين إلى ظاهرة عالمية، عرفت انفجارا كبيرا ابتداء من 2005. وهكذا بدأت تظهر مجموعة جديدة من المواقع المميزة على شبكة الانترنت والتي تختلف عن بقية المواقع الكلاسيكية، ومواقع الدردشة، والبوابات، والمواقع الشخصية. والتي استطاعت أن تفرض نفسها لتتكاثر بسرعة<sup>(1)</sup> وتتعدد أشكالها، من مدونات نصية تعتمد على النصوص إلى مدونات تعتمد على الصور Photolog، ومدونات تعتمد على الفيديو Vlog، وكذا مدونات الهاتف النقال Moblog التي تشتمل على نظام لإرسال الرسائل إلى الانترنت من الهاتف النقال أو أي نوع من الأجهزة المحمولة، المزودة بتكنولوجيا تسمح بهذا التراسل، إضافة إلى ظهور المدونات الموضوعاتية مثل Blognews وغيرها من الأشكال والأنواع الكثيرة للمدونات.

### 3-1-7- خصائص المدونات:

- تتسم المدونات بمجموعة من الخصائص التي تحكم صيرورة إنتاجها، وتجعلها مختلفة عن أشكال النشر الإلكتروني الأخرى، ومن بين هذه الخصائص نجد:
- البساطة في تصميم مواقع المدونات التي تعتمد على نفس البرامج، وتستعمل في الغالب المنصات الخدمية المجانية، التي توفر برامج لا تحتاج إلى مهارات تقنية كبيرة، كما تستعمل المدونات تطبيقات تكنولوجية متشابهة وبسيطة في إدارة وتحرير وأرشفة الإدراجات والوثائق، كما تعرض المدونات الإدراجات وتصنفها كما كتبها صاحبها.
  - تعتمد أغلب المدونات على النصوص، التي تتميز بالاختصار والمباشرة، وتوظيف سجل لغوي عادي وعامي في أحيان كثيرة. غير أنه في الفترة الأخيرة أصبح هناك إدراجات متمثلة في الأصوات والصور والفيديو، بل وظهرت حتى مدونات متخصصة في الصور والفيديو وحتى هناك مدونات الهاتف النقال.
  - يقوم على المدونة في أغلب الأحيان شخص واحد، يتخذها كفضاء للتعبير عن انشغالاته، والتي تتنوع لتشمل حميميات شخصية، أو مسائل حياتية مختلفة، أو موضوعات اجتماعية وثقافية وسياسية وغيرها. وهذا ما أدى إلى غلبة الأسلوب الذاتي والميل إلى التعبير عن الرأي في المدونات.
  - تمكن المدونات الزوار من نشر تعليقاتهم مباشرة تحت الإدراج، وهذا ما يحولها إلى فضاء للتبادل والتحاوور والتفاعل، وبالتالي تصبح منبر من منابر الإعلام الاجتماعي التشاركي.

(1) - جمال الزرن، مرجع سابق، ص: 03.

- توفر المدونات قائمة بجميع أنواع الروابط ذات الصلة، مما جعلها إحدى الميزات التي تختص بها المدونات حيث غالبا ما يحيل القارئون على الإدراجات في المدونات إلى وثائق ومواقع إلكترونية استفادوا منها في تحرير إدراجاتهم، وهذا من أجل التلميح إلى مصداقية وجدية الإدراجات وبالتالي المدونة ككل.
- إمكانية إرسال الإدراجات عن طريق SMS و MMS ونظام الاشتراك في الخلاصات RSS، وهو ما يجعل عملية النشر أكثر سهولة وسرعة.
- تتمايز المدونات في ما يتعلق بأشكال إدارة المحتويات والأدوات البرمجية المستخدمة، حيث تنتم ببعض الخصائص الثقافية والسلوكية التي تضي عليها صبغة خاصة (كالتابع الشخصي و الحميمية والتفاعل و فرادة الأسلوب).
- تعتبر المدونات من الممارسات الاجتماعية لجماعة بعينها داخل الفضاء الاجتماعي. فالمدونون يعتبرون أنفسهم كجزء من جماعة تتقاسم في ما بينها مجموعة من القيم والطقوس والرموز اللغوية.<sup>(1)</sup>

### 3-1-7- مزايا وعيوب المدونات:

أ- مزايا المدونات: للمدونات العديد من المزايا منها:

- ⊕ إتاحة الفرصة أمام الناس للتعبير عن آرائهم في جميع المواضيع وبحرية تامة، وكسرت حاجز الخوف لدى البعض من خلال إمكانية العمل تحت أي اسم عبر الانترنت.
- ⊕ عملت المدونات على نشر لامركزية العمل السياسي، حيث أصبح بالإمكان ممارسة السياسة دون حاجة لحزب سياسي أو منظمة سياسية.
- ⊕ ألغت المدونات حواجز الزمن، وتخطت حدود الجغرافيا، وكذلك قيود اللوائح والقوانين وحققت بذلك مفهوم العالمية، وإمكانية التواصل والتفاعل مع أي شخص مهما كان وأينما كان. وبحرية تامة لا يخضع الفرد فيها إلا لضميره وأخلاقه وأمانته.<sup>(2)</sup>
- ⊕ تعتبر المدونات فضاءا رحبا ومجانيا لنشر الأفكار والآراء بطرق جديدة ومتعددة لم تكن متاحة من قبل. وذلك لكونها غنية بمليميديا متعددة، كالصوت والصورة والفيديو والأشكال والمؤثرات الأخرى.

(1) - الصادق رابح، المدونات والوسائط الإعلامية: بحث في الوصل والفصل، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، 2009، ص: 540-542.

(2) - فيصل أبو عيشة، مرجع سابق، ص: 161-162.

- ⊕ تعبر المدونات عن فلسفة صاحبها وتعكس ثقافته، وتساعده على التعود على الكتابة بصورة أفضل وبشكل أسرع، كما تساعده على إبراز شخصيته وفنونه وقدراته الكلامية والخطابية.
- ⊕ تمتاز المدونات بكونها سريعة ومبتكرة ومسلية ومتنوعة وخصبة الآراء وسهلة وقليلة التكلفة في البناء (لا حاجة لخبرة طويلة في التصميم ولا لبرامج جديدة)، ومؤرشفة الموضوعات ومتمتعة بدرجة عالية من حرية التعبير وكذلك مساعدة في خلق بيئة متضافرة ومتعاونة. وقادرة على استخدام الانترنت.
- ⊕ تعتبر المدونات محفل للالتقاء بالآخرين سواء المؤيدين أو المخالفين بغية المشاركة، كما أنها وسيط إعلامي ومعلوماتي جديد للاطلاع، قادر على التحديث والتنوع اللغوي والشكلي ولا يرتبط بأي حدود أو قيود.<sup>(1)</sup>
- ب- عيوب المدونات:** كغيرها من تطبيقات الانترنت، تنطوي المدونات على مزايا وعيوب، ومن أهم عيوبها ما يلي:

- ⊕ مراقبة في الأصل من طرف صاحب المدونة.
- ⊕ التحرير والتعديلات ليست مفتوحة كما في الويكي.<sup>(2)</sup>
- ⊕ تحتوي على العديد من الآراء والمعتقدات الشخصية الصرفة لصاحب المدونة التي يريد إقحامها وإعلانها بمدونته.
- ⊕ مجهولية المؤلف.
- ⊕ قلة السيطرة على مدخلات المدونة.
- ⊕ إمكانية العبث والاختراق، حيث أغلب المدونات لا توجد بها آلية للحماية.
- ⊕ قلة السماح باستخدام تطبيقات الميديا، كملفات الصوت والصور والفيديو.
- ⊕ عدم تأهيل كثير من المدونين للتعامل الإعلامي الجيد، مما يؤثر في الكتابة والعرض.<sup>(3)</sup>

(1) - عصام منصور، مرجع سابق، ص: 98.

(2) - Craig Van Slyke, Information Communication Technologies: Concepts Metodologies, Tools, and Applications, volume 01, Information Science Reference, Hershey, New York, 2008.p:1675.

(3) - عصام منصور، مرجع سابق، ص: 99.

## 2-7- الويكي:

### 2-7-1- تعريف الويكي:

ويكي (Wiki) تعني بلغة شعب هاواي الأصليين بسرعة،<sup>(1)</sup> وأما بلغة التكنولوجيا فهي نوع بسيط من قواعد البيانات التي تعمل على الخط (على شبكة الانترنت)، والتي تعد كمصدر للحصول على مختلف المعلومات.<sup>(2)</sup> ومواقع الويكي هي عبارة عن مواقع وب تسمح للناس بإضافة محتوى أو تحرير المعلومات عليها، فهي تعمل كمستندات ووثائق مجتمعية أو قاعدة بيانات.<sup>(3)</sup>

ويعود ظهور الويكي إلى سنة 1995، عندما قام كل من وارد كينغهام Ward Cunningham و بو ليوف Bo Leuf بإنشاء أول موقع ويكي وهو ويكي وكي وب Wiki Wiki Web، والذي شكل مجتمعا متعاوننا مفتوحا للجميع، حيث يمكن لأي شخص أن يشارك في تطوير وزيادة محتويات الموقع.<sup>(4)</sup>

وتستخدم مواقع الويكي مجموعة من الأوامر البسيطة لتنسيق النص ولتبسيط عملية إضافة المحتويات من طرف المستخدمين الذين لا يجيدون التعامل مع التفاصيل التقنية للغة HTML.<sup>(5)</sup> وعموما فإن موقع الويكي هو كل موقع وب يوفر إمكانية تعديل النصوص الموجودة على الموقع، أو تحرير نصوص جديدة، مع وجود روابط متشعبة تربط بين مختلف النصوص. فهي إذن عبارة عن مواقع يساهم فيها كل من يريد المساهمة، ولا تقتصر عملية الاطلاع عليها بالقراءة فقط وإنما بالإضافة والتعديل والتصحيح أيضا. وهكذا فإن محتوى الويكي ليس نهائي وإنما هو معرض للتغيير والتجدد والإضافة في كل لحظة.

### 2-2-2- طريقة عمل مواقع الويكي:

تعتمد مواقع الويكي في عملها على برامج سهلة، بحيث تسهل على الزائر عملية تحرير المحتويات، فكل صفحة تحوي رابطا لتغيير محتوياتها، وإذا أراد شخص ما تغيير محتويات الصفحة، فما عليه إلا أن يضغط على الرابط وسيظهر له نموذج لتحرير المحتويات، ولما ينتهي من إضافة وتعديل ما يريد، عليه أن يضغط الزر لإرسال التعديلات وستظهر الصفحة كما قام

(1) - Mathew Vanderwerff, New Media and International Media Development:

A source guide for Europe and Eurasia, United States Agency for International Development (USAID), Washington, DC, august 2008, p: 30.

(2) - برنيس نعيمة، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت في عصر ثورة المعلومات: دراسة نظرية ميدانية في قسم الأخبار بالقناة الأرضية للتلفزيون الجزائري، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري- قسنطينة، 2010/2009، ص: 139.

(3) - Antony Mayfield, What is Social Media?, (the electronic version).

(4) - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سابق، ص: 211.

(5) - ( le 03/03/1011à 10:10 ) <http://informatics.gov.sa/details.php?id=260>

بتحريرها، فمواقع الويكي تشجع على العمل الجماعي، من خلال السماح لأي زائر بتعديل وإضافة المحتويات دون الحاجة إلى التسجيل في الموقع، وتحتفظ مواقع الويكي بكل محتويات الموقع في قاعدة بيانات متشعبة، ويعرف برنامج الويكي كل صفحة أنشئت وكل رابط بين الصفحات، كما يمكن بكل سهولة إنشاء صفحات جديدة في مواقع الويكي، التي تمكن من وضع روابط حتى لصفحات غير موجودة (لم تنشأ بعد)، وبذلك تعمل كقاعدة بيانات متشعبة. كما تتيح مواقع الويكي للزائر إمكانية القراءة والتصفح لكل محتويات الموقع من خلال الروابط التي تربط بين الصفحات وذلك بكل سهولة ومرونة.<sup>(1)</sup>

### 3-2-7- تطبيقات الويكي:

تعتبر ويكيبيديا أهم موقع ويكي على الإطلاق، وهي عبارة عن موسوعة على الخط (على الانترنت)، بدأت باللغة الإنجليزية سنة 2001، وتحتوي الآن على أكثر من 2.5 مليون مقال باللغة الإنجليزية وحدها وأكثر من مليون عضو.<sup>(2)</sup>

ويطلق عليها الموسوعة الحرة لأن أي مستفيد أو زائر يستطيع إضافة مقالة فيها أو التعديل على مقالة موجودة، وتنشط ويكيبيديا بـ 250 لغة ومنها اللغة العربية التي بدأت سنة 2003.<sup>(3)</sup> ورغم أنها متاحة للجميع ليفعلوا ما يشاءوا في محتواها، إلا أنها تتمتع ببنية واضحة تمنح المديرين المتطوعين السلطة لممارسة السيطرة التحريرية وشطب المواد غير المناسبة وحماية المواد المعرضة للتشويه. وتعمل ويكيبيديا من خلال مؤسسة ويكيبيديا ومقرها فلوريدا في الولايات المتحدة الأمريكية.

وإلى جانب ويكيبيديا هناك مشروع ويكاموس الذي هو عبارة عن مشروع تعاوني تشاركي، يهدف إلى توفير قاموس متعدد اللغات، مع توضيح أصول وجذور الكلمات، وطريقة اللفظ وكافة المعاني في كل المجالات. وهناك كذلك مشروع المكتبة الإلكترونية العالمية Wikibooks الذي يهدف إلى توفير الكتب الإلكترونية مجانا بجانب موسوعة الاقتباسات Wikiquote المتعددة اللغات، وموسوعة مصادر ويكي Wikisource وهي عبارة عن مستودع للنصوص المجانية المشاعة التي لا يملك أحد حقوق الطبع والتأليف لها. بالإضافة إلى مواقع ويكي متخصصة في

(1) - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سابق، ص: 211.  
(2) - Antony Mayfield, IBID, p: 19.  
(3) - شيماء عبد الحليم، إسرائ فوزي، نيرمين عاطف وآخرون، الشبكات الاجتماعي، قسم الوثائق والمكتبات والمعلومات، جامعة القاهرة، 2010/2011، ص: 06.

مجالات محددة، كالويكي الإخباري Wikinews، الذي يعتمد بشكل كبير على نظم جمع الأخبار آليا من المصادر المفتوحة، وهو يقدم الأخبار من جميع أنحاء العالم لحظة نشرها في الانترنت.<sup>(1)</sup> هذا، إضافة إلى العديد من مواقع الويكي مثل: Wikia، Wiki How والموقع الأكثر شهرة في العالم والذي أحدث ضجة في العالم طيلة سنة 2010 Wikileaks.

### 7-3- البودكاست:

ظهر مصطلح البودكاست سنة 2005، في قاموس أكسفورد الجديد New Oxford American Dictionary، الذي اعتبر هذا المصطلح كلمة العام، ووضع لها تعريفا يقول: إنه تسجيل رقمي إذاعي أو ما شابه من برامج يتم وضعه على الانترنت حتى يمكن تحميله على الأجهزة الصوتية الشخصية.

و البودكاست هي ملفات صوتية من نوع MP3، مع إضافات برمجية خاصة للتجميع وقراءة عناوين مثل برنامج RSS أو برنامج Atom ليتولى قراءة عناوين الملفات عند توفر الجديد منها على الانترنت. ولم تستثمر هذه الخدمة إلا مؤخرا حين أطلق برنامج يقوم بتحميل ونقل وتشغيل الملفات المرفقة تلقائيا إلى أجهزة التشغيل مثل iPod.

وقد جاءت كلمة Podcast من دمج بين كلمتي Broadcast و iPod نسبة إلى جهاز تشغيل الموسيقى المحمول من شركة Apple، وقد انتشر هذا النظام (Podcast) بعد إطلاق Apple برنامجها المجاني iTunes.<sup>(2)</sup>

و Podcasting هو توزيع الملفات الصوتية من خلال الانترنت باستعمال RSS. حيث أن الملفات يمكن تحميلها على الأجهزة المحمولة مثل مشغل MP3، أو تشغيل على الكمبيوتر الشخصي. ومصطلح Podcast (التشغيل عند الطلب + البث) يتضمن معنى المحتوى وطريقة التشغيل.

مواقع البودكاست على الوب توفر أيضا إمكانية تحميل ملفاتهما، لكن المشتركين يحصلون على المحتوى الجديد بشكل تلقائي، وهذا ما يميز البودكاست عن التحميل العادي. وغالبا ما يتميز البودكاست بشكل واحد للعرض يتمثل في عرض الجديد المتوفر بشكل متفرق أو مخطط له سواء بشكل يومي أو أسبوعي.

(1) - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سابق، صص: 211-212.

(2) - نفس المرجع، صص: 25-28.

Podcasting مع ملفات الفيديو غالبا ما تسمى Vodcasting (فيديو + بودكاستينغ) وتعمل مثل الملفات الصوتية، لكن بإضافة الفيديو، و إذا أنت حملت Vodcast على مشغل MP3 الذي ليس له شاشة عرض، فإنه بإمكانك أن تستمع إليه فقط.<sup>(1)</sup>

وهكذا فإن الخصائص الكثيرة للبودكاست أدت إلى تسميته بالمدونة الصوتية، حيث بالإمكان استخدامه، لتسجيل المشاركات صوتيا عوض الكتابة، وحتى تصويرها، وسوف تكون أكثر تأثيرا من كتابتها. فمثلا قراءة شاعر لقصيدة كتبها حديثا بصوته سيكون لها تأثير قوي أكثر من عرضها مكتوبة على المدونات المكتوبة، ولو أضاف إليها الفيديو بحيث تظهر كل انفعالاته وتجاوبه مع محتوى القصيدة، سيكون ذلك مؤثرا للغاية على كل من يشاهده وهو يلقي في قصيدته. وزيادة على ذلك فإن خصائص البودكاست وما تتيحه للمشاركين من إمكانية تزويدهم بالجديد بشكل تلقائي سوف يزيد من انتشار هذه المدونات السمعية البصرية، وربما سيأتي يوم ويتوقف الناس عن الكتابة، ويعبروا عن مشاعرهم وآرائهم بالكلام وبالفيديو، ويبقى لمن يريد أن يحصل على المحتوى مكتوبا، التوجه إلى البرامج التي تحول الصوت المسموع إلى نصوص، ليحصل بذلك على المشاركة أو المداخلة مكتوبة.

---

(1) - Mark Briggs, Journalism 2.0 How to survive and thrive, J- Lab and the knight Citizen News Work. USA.2007, pp: 77-78.



## II- الدردشة والشبكات الاجتماعية:

### I-II- الوب 2.0:

#### 1- تعريف الوب 2.0:

مصطلح " الوب 2.0 " ظهر رسميا في سنة 2004، على لسان Dale Dougherty نائب رئيس شركة O'Reilly Media (الشركة المشهورة بمؤتمراتها حول التكنولوجيا وكتبها العالية الجودة)، وذلك خلال محادثات الفريق المكلف حول الجهود المبذولة حول مؤتمر الوب القادم.<sup>(1)</sup> وهو المؤتمر الذي عقد في أكتوبر من نفس العام والذي حمل اسم (مؤتمر الوب 2.0 الأول) والذي نظمته شركتا O'Reilly Media و Media Live المختصتان في الوب وتطويرها.<sup>(2)</sup>

ولا يوجد تعريف واحد ومحدد لهذا المصطلح حتى الآن، وإنما هناك محاولات لتعريف هذا المصطلح مركزة على السمات الجديدة لشبكة الوب ومنها هذا التعريف الذي يركز على التحول في طريقة التعامل مع مواقع الوب، والذي ينص على " هي الهندسة التي حولت الوب من مداره السيميائي الغارق في المضامين إلى مداره الاجتماعي العلاني، المزدهر بالتفاعلات والانفعالات مع ما يتم استثماره من مضامين وخدمات لا حصر لها، وهي كذلك الهندسة التي منحت الفرد قوة التحكم في المضمون الذي يبثه والمضمون الذي يستقبله، وهيات له التربة الصالحة للتواصل عبر زراعة الأفكار والأحاسيس ".<sup>(3)</sup>

وأما Tim O'Reilly الذي يعتبر من المشاركين في وضع هذا التعريف، باعتبار أن نائبه هو صاحب المصطلح وشركته هي التي عقدت أول مؤتمر حول هذا المصطلح فيعرف الوب 2.0 "على أنها الجيل الثاني من مواقع وخدمات الانترنت والتي عملت على تحويل الانترنت إلى منصة تشغيل للعمل بدلا من كونها مواقع فقط وتعتمد في تكوينها على الشبكات الاجتماعية Social Networks، ومن مكوناتها المدونات Blogs، والويكي Wikis، واليوتيوب Youtube، و Ajax، وهي الصفحات التي يستطيع زائر الموقع التعديل عليها، أو المواقع التي تسمح لك بوضع مفضلتك على الانترنت Favorites بحيث يسمح للأخريين الإطلاع عليها والبحث فيها (...). أي تسمح للمستخدمين التفاعل فيما بينهم من خلالها".<sup>(4)</sup>

(1) - Paul Anderson, What is Web 2.0?: Ideas, technologies, and implications for Education, JISC technology and standards watch, feb. 2007.p: 05.

(2) - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سابق، ص: 106-107.

(3) - عبد الله الزين الحيدري، الإعلام الجديد النظام والفوضى، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، 2009، ص: 141.

(4) - <http://informatics.gov.sa/details.php?id=260> ( le 03/03/1011à 10:10 )

ومن خلال ما سبق، يتضح أن الوب 2.0 ما هي إلا تطوير لمواقع الوب التي ظهرت في بداية التسعينات من القرن الماضي، والتي يشار إليها بـ "وب 1.0"، والتي كانت تتيح الإطلاع على المحتوى فقط، أما الوب 2.0 فإنها زيادة على إتاحة الإطلاع على المحتوى، أضافت إمكانية الإضافة والتعديل لهذا المحتوى وحتى حذفه في بعض التطبيقات مثل الويكي، وبهذا فإن الوب 2.0 يسمح بالتفاعل بين الناس من خلال مواقع الوب التي أصبحت تعمل على توفير البرمجيات اللازمة لهذا التفاعل، وتترك المستخدمين هم الذين يصنعون المحتوى.

## 2- خصائص الوب 2.0:

توجد العديد من الخصائص التي تميز الوب 2.0 عن مواقع الوب السابقة لها ومنها:

- المحتوى منشئ من قبل المستفيد، مقابل المحتوى المنشئ فقط من قبل المؤلف.
- تفويض المشارك بشكل يجعله مساعد في تطوير الموقع ومحتواه.
- محتوى وواجهة الاستخدام قابلة للتعديل وفقا للتنسيق الشخصي.
- تطبيقات متاحة عبر الموقع والمتصفح، وليست من خلال سطح المكتب فقط.
- تكامل التقنيات الخاصة بموقع الوب.<sup>(1)</sup>
- الثقة بالزوار والمستخدمين كمطورين.
- تفعيل الذكاء الجماعي والحس الإبداعي.
- استهداف لشرائح المستخدمين المختلفة.
- تطبيقات تتعدى نطاق الجهاز الواحد.
- واجهات مستخدمين، ونماذج تطوير عمل خفيفة وبسيطة.<sup>(2)</sup>
- السماح للمستخدمين باستخدام برامج تعتمد على المتصفح/الموقع فقط. لذلك هؤلاء المستخدمين يستطيعون امتلاك قاعدة بياناتهم الخاصة على الموقع بالإضافة إلى القدرة على التحكم بها.
- السماح للمستخدمين بإضافة قيم لتلك (البرامج المعتمدة على التصفح).
- السماح للمستخدمين ليعبروا عن أنفسهم، اهتماماتهم وثقافتهم.
- تقليد تجربة المستخدمين من أنظمة التشغيل المكتبية من خلال تزويدهم بميزات وتطبيقات مشابهة لبيئاتهم الحاسوبية الشخصية.
- تزويد المستخدمين بأنظمة تفاعلية تسمح بمشاركتهم في تفاعل اجتماعي.

(1) - شيماء عبد الحلیم، إسرائ فوزي، نيرمين عاطف وآخرون، مرجع سابق، ص: 07.

(2) - <http://www.deyaa.org/vb/showthread.php?t=764> ( 1e 04/01/1011à 14:35 )

- السماح للمستخدمين بتعديل قاعدة البيانات من خلال إضافة، تغيير أو حذف المعلومات.
- البيانات هي الأهم.
- نهاية دورة إنتاج البرمجيات.
- الاستفادة من تقنيات التطوير المساندة.
- أنظمة تتطور إذا كثر استخدامها.
- الخدمة الذاتية للوصول إلى كل مكان.<sup>(1)</sup>

تعتبر هذه أهم الخصائص التي تميز الوب 2.0، والتي أتاحت لها إمكانية الاستحواذ على كافة شرائح المجتمع وجرها للدخول إلى معترك المجتمع الافتراضي والتفاعل الافتراضي، نظرا لما تتيحه من ميزات تفاعلية وتطبيقات سهلة الاستخدام، من أجل التواصل والتفاعل والبحث والتجارة وغير ذلك من المجالات الحياتية.

### 3- الفرق بين الوب 1.0 و الوب 2.0:

توجد عدة فروق بين الوب 1.0 و الوب 2.0 ، والتي يمكن إيجازها في الجدول رقم I:

الخصائص	الوب 1.0	الوب 2.0
نمط الاستخدام	قراءة	مساهمات وكتابة
وحدة المحتوى	الصفحة	التسجيلية
الحالة	ثابت	متغير
الاطلاع على المحتوى	عبر المتصفح	عبر المتصفح، قارئ التقييم البسيط للمحتوى RSS، الأجهزة المحمولة... الخ
تكوين المحتوى	من خلال مؤلفي الموقع	من خلال أي شخص

المصدر: <http://www.research.att.com/bala/papers/web1v2.pdf>

(1) - <http://www.research.att.com/bala/papers/web1v2.pdf> ( le 25/03/1011à 12:27 )

والجدول رقم II يوضح بعض التغيرات التي حدثت على مواقع الوب:

Web 1.0	Web 2.0
"The mostly read only web"	"The Widlyread-write web"
45 Million global users (1996)	1 Billion + global users (2006)
Focused on companies	Focused on communities
Home page	Blogs
Owning content	Sharing content
Britannica online	Wikipedia
HTML, Portals	XML, RSS
Web forms	Web applications
Directories (taxonomy)	Tagging (folksonomy)
Netscape	Google
Pages views	Cost per click
Advertising	Word of mouth

المصدر: شيماء عبد الحليم، إسراء فوزي، نيرمين عاطف وآخرون، الشبكات الاجتماعي، قسم الوثائق والمكتبات والمعلومات، جامعة القاهرة، 2010/2011، ص: 07.

#### 4- أشهر مواقع الوب 2.0:

هناك مجموعة من المواقع العامة، وهي صاحبة الريادة في استخدام تقنيات الوب 2.0، ومن

هذه المواقع ما يلي:

1- **الفييس بوك Facebook** (www.facebook.com): وهو موقع وب، يسهل عملية

التواصل ومن تم تكوين الأصدقاء، ويساعدهم على تبادل المعلومات، والصور الشخصية، ومقاطع الفيديو، والتعليق عليها، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة.

2- **فليكر Flickr** (www.flickr.com): وهو عبارة عن موقع وب للصور، حيث يمكن

لأي شخص وضع صورته، بحيث يستطيع الآخرون رؤيتها والتعليق عليها، ومن خلاله يمكن الحصول على أي صورة، سواء كانت مخطط لشرح شيء ما، أو صورة لأحد المشاهير، أو صور لمواقع أثرية أو لحيوانات أو غير ذلك.<sup>(1)</sup>

(1) - ( le 03/03/1011à 10:10 ) <http://informatics.gov.sa/details.php?id=260>

- 3- **فيليسيتير (www.feliciter.com)**: ويعد هذا الموقع هو أكبر موقع للصور، حيث يتيح للمستخدمين وضع الصور، وتبادلها بين بعضهم البعض، وهو بذلك يعتمد على المستخدمين في محتواه، ويحتوي على أكثر من 2.5 مليون صورة كلها تم وضعها من قبل المستخدمين من الموقع.
- 4- **ويكيبيديا (www.wikipedia.com)**: ويطلق عليها الموسوعة الحرة، لأن أي مستفيد يستطيع إضافة مقالة فيها أو التعديل على مقالة موجودة بالفعل. وهي بذلك مفتوحة للجميع ويحرر محتواها الجميع، لكن هناك مديرين للشركة، من أجل صيانتها عند التعرض للتخريب ومراقبة محتواها.<sup>(1)</sup>
- 5- **يوتيوب (www.youtube.com)**: وتقوم فكرة هذا الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون أي تكلفة مالية، فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات، لتعبر عن أهمية الملف من وجهة نظر مستخدم الموقع.<sup>(2)</sup>

## **II-II- الدردشة:**

### **1- الدردشة:**

تتيح هذه الخدمة الحوار أو المحادثة أو النقاش المتزامن مع الغير، حيث يتبادل الأطراف النصوص أو الرموز على المواقع في الوقت الحقيقي، كما تتيح هذه الخدمة التواصل باستخدام الأصوات وحتى الصور باستخدام Web Camera في برامج معدة خصيصا لهذا الغرض.<sup>(3)</sup>

ويتوفر نظام الدردشة على مجموعة من الخدمات أهمها معرفة الشخص، دعوة أحد المشاركين في جلسة راهنة إلى غرفة خاصة، تجاهل أو وقف عرض مستخدم معين، إمكانية الحصول على معلومات مشترك معين، تسجيل جلسة الدردشة، اختيار رموز أو صور تمثل حضور المستخدم، توفر تعبيرات رمزية (الابتسام، الغضب، الضحك...)<sup>(4)</sup>.

(1) - شيماء عبد الحليم، إسراء فوزي، نيرمين عاطف وآخرون، مرجع سابق، ص: 05-06.

(2) - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، 520.

(3) - خضرة واضح، اتجاهات جمهور مستخدمي الانترنت في الجزائر نحو الإعلانات الإلكترونية: دراسة ميدانية بنوادي الانترنت في ولاية قسنطينة، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال فرع اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري- قسنطينة، 2010/2009، ص: 132.

(4) - برنيس نعيمة، مرجع سابق، ص: 137.

وتعتبر الدردشة الجماعية Chat من أبرز الخدمات الافتراضية، فهي أقوى الوسائل التي تستخدم في تشكيل العلاقات الاجتماعية الافتراضية العابرة للحدود. وترجع البدايات الأولى لاستخدام الدردشة عبر الانترنت إلى عام 1988، عندما ابتدع الطالب الفنلندي جاركو أويكارينن (Jarkko Oikarinen) نظام (Internet Relay Chat) IRC.<sup>(1)</sup> وهو عبارة عن شبكة من مخدمات الحوار (Chat Servers) موزعة في كافة أنحاء العالم حيث يرتبط كل مخدم مع الشبكة سامحا للمستخدمين بالاتصال فيما بينهم في الزمن الحقيقي، كما يستطيع جميع الضيوف المتصلين مع قناة ما معاينة رسالة من أحد المستخدمين.<sup>(2)</sup>

كما يوجد نظام آخر وهو (I seek you) ICQ، وهو نظام يأخذ بنفس المبدأ الذي يقوم عليه IRC، لكنه يختلف عنه بمنح الفرد إمكانية اختيار محاوريه، وقد اشترته AOL سنة 1989.<sup>(3)</sup> ولقد تطور استخدام الدردشة في الدول المتقدمة في التسعينيات من القرن الماضي، كما كان للجالية العربية في هذه الدول مساهمتها التي يؤكدتها الاختصاصي في مجال الاتصالات "حميد مولانا" فيما يلي: "إنهم العرب أولاء الذين في الغرب المتقدم تكنولوجيا كانوا طليعيين وروادا في إنشاء غرف الدردشة على الانترنت Internet chatrooms وكذلك شبكات الأخبار الافتراضية Virtual News Websites لأجل مواطنيهم في الخارج".<sup>(4)</sup>

## 2- التحدث Talk:

وهي خدمة مشابهة لخدمة الدردشة (Chating) وهذه الخدمة يطلق عليها Talk أي التحدث. حيث من خلال أحد البرامج الخاصة بالتحدث يمكن الاتصال بأي مستخدم داخل شبكة الانترنت وتبادل الرسائل معه، وكان كلا منهما يتحدث إلى الآخر. فالبرنامج الخاص بهذه الخدمة يتيح للفرد فتح شاشة خاصة بكتابة ما يريد، ونفس الشاشة تتاح أيضا للطرف الآخر، وكل منهما يستطيع أن يرى ما يكتبه له الآخر، وذلك لأن الصفحة أو الشاشة التي تظهر للطرفين سوف تكون مقسمة إلى جزأين، جزء خاص بالطرف الأول و به جميع رسائله وأحاديثه، والجزء الآخر خاص بالطرف الثاني ويحوي جميع رسائله وأحاديثه الموجهة إلى الطرف الأول، وسوف يرى الطرف الآخر جميع ما تكتبه له في نفس الوقت، وهذا عكس الدردشة (Chating)، إذ لا يستطيع

(1) - <http://digital.ahram.org.eg/Motnw3a.aspx?Serial=341317&archid=17>

(le 19/03/1011à 14:09 )

(2) - ماهر سليمان، حسام عابد، إياد خدام، أساسيات الانترنت، الطبعة الأولى، سلسلة الرضا للانترنت، دار الرضا للنشر، دمشق، 2000، ص: 149.

(3) - الصادق رابح، الانترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثامن، العدد الثاني، إبريل/يونيو 2007، ص: 266.

(4) - معن النقري، التكنولوجيا والاتصالات والانترنت في تقارير التنمية الإنسانية الدولية: العرب والعالم، مطبعة اليازجي، دمشق، 2003، 20.

الطرف الآخر رؤية الرسالة إلا بعد إتمامها وإرسالها، أما في التحدث (Talk) فإن الطرف الآخر يرى جميع الحروف وهي تكتب إليه ويستطيع كلا الطرفين الكتابة في نفس الوقت أيضا. وما يميز برامج التحدث (Talk) أنها تستطيع أن تعمل في خلفية شاشة الحاسب، أي يمكن للفرد أن يؤدي مهامه أثناء تشغيل برنامج التحدث، وعند استلامه لأي رسالة من أي شخص آخر يريد التحدث معه، يعطيه البرنامج إشارة بذلك.<sup>(1)</sup>

### 3- أنواع الدردشة:

توجد عدة أنواع للدردشة وأهمها:

#### أ- الدردشة النصية (الكتابية) Text Chat:

ويتم إجراء هذا النوع من الدردشة (Chating) باستخدام لوحة المفاتيح وحسب، حيث يقوم أحد المشاركين في الحوار بكتابة رسالة فورية (Instant mesage) وإرسالها إلى منطقة العرض بإطار المحادثة، ليشاهدها الآخرون في وقت واحد، ويقومون بالرد على هذا الشخص مستخدمين نفس الأسلوب.

#### ب- الدردشة الصوتية Voice Chat:

يعتمد إجراء هذا النوع من الدردشة على استخدام المايكروفون (Microphone) وسماعات الرأس (Headphone)، حيث يقوم أحد المشاركين في الحوار بالتحدث بالمايكروفون ليسمعه - في وقت واحد - الآخرون الموجودون معه داخل إطار المحادثة، ثم يلتقط المايكروفون شخص آخر ويقوم بالتحدث إلى الآخرين وهكذا.

#### ج- الدردشة بالصوت والصورة (الدردشة المرئية) Video Chat:

ويجري هذا النوع من الدردشة باستخدام المايكروفون (Microphone) وسماعات الرأس (Headphone) إضافة على كاميرا الوب (Web Camera)، حيث يقوم أحد المشاركين في الحوار بالتحدث بالمايكروفون وتشغيل الكاميرا لديه، ليتمكن الآخرون الموجودون معه داخل إطار المحادثة من مشاهدته، ثم يلتقط المايكروفون شخص آخر ويقوم بالتحدث إلى الآخرين وتشغيل الكاميرا لديه وهكذا.<sup>(2)</sup>

يعتبر التقسيم السابق لأنواع الدردشة، تقسيم على أساس الوسائل والأدوات، وهناك العديد من التقسيمات الأخرى، كالتقسيم على أساس البرمجيات المستخدمة وغير ذلك. ولكن أهم تقسيم يبقى على أساس الغرض من إنشاء هذه المواقع (مواقع الدردشة)، وهو الذي تتعدد أغراضه ومواضيعه، فمن المواقع الثقافية والعلمية والأدبية بمختلف تفرعاتها إلى مواقع الدردشة المختصة بالتسلية،

(1) - أحمد ريان، خدمات الانترنت، الطبعة الرابع، المجمع الثقافي، أبوظبي، 2001، ص: 115.

(2) - محمد نزيه محمد، تعلم واحترف الانترنت، (طبعة إلكترونية)، 2009، ص ص: 174-172.

والتي بلا شك لها نصيب الأسد بين هذه المواقع، نظرا للإقبال المتزايد عليها خاصة من طرف الشباب والمبتدئين في استخدام مواقع الدردشة، وهذه المواقع هي التي تتناول مواضيع الصداقة والتعارف والزواج.

#### 4- شروط الدردشة:

لكي تنجح عملية الدردشة لا بد من توفر بعض الشروط ومن أهمها:

##### أ- الزبائن:

يتوجب على المشاركين في عملية الاتصال بـ "IRC" استخدام أحد البرامج المشاركة في الشبكة، والتي تقبل بدورها اتصال أعداد كبيرة من المشاركين في الدردشة في وقت واحد، وقد كانت هذه البرامج المشاركة في شبكة "IRC" والتي تسمى البرامج الزبونة، في الماضي عبارة عن برامج نصية فقط، وتعمل على حواسيب "Unix"، أما اليوم فقد تطورت هذه البرامج، وأصبحت أكثر ألفة بحيث تقدم واجهة بيانية ورسومات مختلفة وتسمح بإجراء كل أنواع الدردشة.

##### ب- القنوات:

تشبه القنوات المستعملة على "IRC" القنوات المستخدمة على جهاز المذياع، فلكل قناة مجموعة خاصة بها من مواضيع المناقشة، ويستطيع كافة المتصلين أو المستخدمين الموجودين على القناة، الاشتراك في أي حوار يجري بها، كما يمكن إجراء عدة حوارات في آن واحد على القناة. و يتطلب الاشتراك في الحوار الدخول أولا إلى القناة ثم الانتظار قليلا حتى تتكون لدى المشترك فكرة حول مواضيع الحوار، ويتلقى دعوة من المشتركين الآخرين وعندها يمكنه أن يدلي بدلوه. ومن خلال البرامج الجديدة أصبح بإمكان المستخدمين للقناة، الشعور بدخول مشترك جديد أو خروج أحد المشتركين الآخرين، ولهذا لم يعد مطلوب من المشتركين إخطار الآخرين بالدخول والخروج.

##### الأوامر:

إذا كان القائم بالحوار عبر برنامج "IRC" يستخدم في حوار الطريقة النصية (الكتابية)، فإنه في حاجة إلى معرفة بعض الأوامر الشائعة والمهمة والخاصة ببرنامج "IRC"، وتسمح هذه الأوامر بالقيام بعدة عمليات، كما تختصر عدة عبارات، وبالتالي فهي تسهل عملية الكتابة والتواصل عموما.<sup>(1)</sup>

(1) - ماهر سليمان، حسام عابد، إياد خدام، مرجع سابق، ص ص: 149-150.



## 5- الدردشة من خلال مواقع الوب:

يمكن إجراء الدردشة مع الآخرين من خلال مواقع الوب، التي تقدم لزوارها هذه الخدمة مجاناً عبر الانترنت، ويتميز هذا النوع من الدردشة بكثرة عدد المشتركين وتنوعهم، فهذه الدردشة تشبه المجتمع المفتوح، حيث يوجد فيه الأشخاص المثقفين وغير المثقفين، والأشخاص ذوي النوايا الحسنة وغيرهم من ذوي النوايا الخبيثة. ولذلك يجب على المستخدم الجديد - الحديث العهد بالدردشة - تتبع هذه النصائح الهامة:

♦ الأشخاص المشاركون في غرف الدردشة Chat Rooms، أشخاص مجهولي الهوية، لذلك لا ينبغي ذكر أي معلومات خاصة بك، لأي شخص لمجرد أنك تبادلت معه حديثاً شيقاً.

♦ عند اختيار المستخدم للاسم المستعار الذي يستخدمه داخل غرف الدردشة ينبغي أن تتوفر فيه بعض الشروط وهي:

❖ ألا يعبر عن هوية المستخدم الحقيقية.

❖ ألا يعبر عن أي نوع من أنواع التعصب أو الكراهية لأي فئة أو طائفة.

❖ أن يكون سهل النطق.

❖ ألا يحتوي على أي شيء مخالف للشرع والدين.

♦ توفر غرف الدردشة لمستخدميها خيارات لمنع استقبال الرسائل الخاصة Private Message من الأشخاص المزعجين، لذلك فعلى المستخدم الجديد تعلم كيفية استخدام هذه الخيارات.

♦ على المستخدم الامتناع عن استقبال أية ملفات Files أو يقوم بفتح أي روابط Links مرسلة من أحد الأشخاص المجهولين، لأنها قد تحتوي على فيروسات أو ملفات ضارة بحاسبه.<sup>(1)</sup>

## 6- الدردشة من خلال البرامج المتخصصة:

تقتصر الدردشة من خلال البرامج المتخصصة على الأصدقاء والأشخاص الذين يعرفهم المستخدم ويثق فيهم، ولا وجود للغرباء والأشخاص المجهولين في هذا النوع من الدردشة، وذلك لأن هذه البرامج توفر للمستخدم كل الخيارات التي تعمل على الحفاظ على خصوصياته، وتمنع أي شخص غريب من الاتصال به دون موافقته. وتوجد العديد من البرامج المتخصصة في الدردشة، وفيما يلي أهم وأشهر هذه البرامج:

(1) - محمد نزيه محمد، مرجع سابق، ص ص: 175-180.

### 1- برنامج Windows Live Messenger:

ويعتبر هذا البرنامج أشهر برامج الدردشة والحوار المباشر على الإطلاق، وهو من تطوير شركة مايكروسوفت Microsoft رائدة صناعة البرمجيات عالمياً. وإذا كان المستخدم لديه حساب بريد إلكتروني على مزود خدمة Hotmail فبإمكانه تسجيل الدخول بكل بساطة إلى البرنامج، وإجراء الدردشة بكافة أنواعها مع الأصدقاء والأقارب حول العالم عبر شبكة الانترنت.<sup>(1)</sup>

### 2- برنامج Yahoo Messenger:

يعتبر هذا البرنامج أحد المنافسين لبرنامج Windows Live Messenger الشهير الذي أنتجته وطورته مايكروسوفت. ويحتوي برنامج Yahoo Messenger على العديد من الوظائف الممتعة، فهو برنامج رائع للدردشة بين الأصدقاء عبر الانترنت، ويتمتع بنقاء الصوت في المحادثة الصوتية، بالإضافة إلى العديد من المميزات الأخرى.<sup>(2)</sup>

### 3- برنامج Google Talk:

وهو برنامج للتراسل الفوري، أنتجته Google، ويتميز بالذكاء الشديد في التعامل مع قائمة الأصدقاء من خلال تطبيق مبدأ عناوين البريد المألوفة، حيث ينقل أئوماتيكيا الأصدقاء الذين كان المستخدم يرسلهم بالبريد الإلكتروني إلى قائمة الأصدقاء في برنامج الدردشة (التراسل الفوري)، وذلك دون أي طلبات أو موافقات أو إجراءات معقدة كما في البرامج الأخرى، كما يتميز برنامج Google Talk بخاصية حفظ محاورات التراسل الفوري التي يجريها المستخدم.<sup>(3)</sup> هذا، بالإضافة إلى العديد من البرامج الأخرى مثل: MSN Messenger، Skype، Comfrog، Paltalk، AOL Messenger، Miranda، ICQ...

## III-II- الشبكات الاجتماعية:

### 1- تعريف الشبكات الاجتماعية:

يعتبر مصطلح الشبكات الاجتماعية من المصطلحات الحديثة، وهذا ما جعله يحظى باهتمام الكثير من المهتمين في مختلف المجالات، وبالتالي حصوله على عدة تعريفات منها: " هي صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الانترنت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شأنها تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم بعض، ويمكن أن تشمل هذه المميزات المراسلة الفورية،

(1) - محمد نزيه محمد، مرجع سابق، ص: 180.

(2) - نفس المرجع، ص: 209.

(3) - إيمان خليل، عشرون سببا للتحويل إلى Gmail، مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، العدد 187، يوليو 2007، ص: 92.

الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني، المدونات " (1). ويلاحظ من خلال هذا التعريف أن الشبكات الاجتماعية، ما هي إلا مواقع وب تساعد على التفاعل من خلال مختلف التطبيقات الميسرة لذلك، وهذا ما يشترك معه التعريف التالي، الذي يقول بأن الشبكة الاجتماعية " هي صفحة ويب تعتمد على الخدمات وتسمح للأفراد تقديم لمحة عن أنفسهم وتتيح لهم اختيار الأفراد المشاركين معهم (...) تركز بشكل كبير على بناء مجتمعات عبر الانترنت تجمعها مصالح مشتركة أو أنشطة ذات طابع واحد وتوفر لهم الأدوات التي تساعدهم على ذلك " (2).

ويظهر في هذا التعريف كما في التعريف الذي سبقه، الإشارة إلى أن الشبكات الاجتماعية تسعى إلى تشكيل مجتمعات على شبكة الانترنت، وهو ما يظهر جليا في التعريف التالي الذي يصرح بأن التفاعل على الشبكات الاجتماعية يكون في بيئة مجتمع افتراضي، ويوضح كذلك بأن هذه الشبكات الاجتماعية ما كانت لتتطور لولا ظهور الجيل الثاني من مواقع الويب. وفيما يلي نص هذا التعريف الذي يعتبر أكثر وضوحا وشمولا لمصطلح الشبكات الاجتماعية التي " هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعة اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة... الخ)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل: إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض " (3).

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن القول بأن الشبكات الاجتماعية، هي مواقع وب، ناتجة عن ظهور الويب 2.0 وما تتيحه من تطبيقات قادرة على تشكيل مجتمعات افتراضية تتفاعل فيما بينها من خلال هذه التطبيقات والتي من أهمها الدردشة، إمكانية التعديل على المحتوى وإضافة التعليقات وتبادل الصور والفيديو وغيرها.

## 2- نشأة الشبكات الاجتماعية:

ظهرت الشبكات الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية في بداية التسعينات من القرن الماضي، حيث ظهر موقع theglobe.com في 1994، وهو موقع يجعل المستفيدين يتقاربون فيما بينهم من خلال غرف الدردشة والتحاور ومشاركة المعلومات الشخصية والأخبار.

(1) - <http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=17775> ( le 13/03/1011à 11:49 )

(2) - ( le 22/03/1011à 13:36 ) <http://informatics.gov.sa/details.php?id=313>

(3) - شيماء عبد الحليم، إسراء فوزي، نيرمين عاطف وآخرون، مرجع سابق، ص: 08.

وفي عام 1995 ظهر موقع classmates.com وقد ركز على مكان تجميعي والمتمثل في المدارس الأمريكية، حيث 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 لها ويجد بها زملاء له ويرشح بعض الزملاء الآخرين للتواصل فيما بينهم من خلال هذا الموقع، ولا تزال هذه الشبكة تعمل حتى الآن بنفس المبدأ.

ثم ظهرت الشبكات التي تعمل على التقارب بين أفكار أشخاص ليس لهم علاقات سابقة مثل موقع sixdegrees.com الذي ظهر سنة 1997 وأغلق سنة 2001.<sup>(1)</sup>

لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية، كما تعرف اليوم كان سنة 2002 بظهور شبكة Friendster التي حققت نجاحا دفع غوغل إلى محاولة شرائها سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ.

وفي النصف الثاني من عام 2002 ظهرت في فرنسا شبكة Skyrock كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل حسب إحصائيات جانفي 2008، إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين.<sup>(2)</sup>

وفي عام 2003 ظهرت شبكة ماي سبيس الأمريكية الشهيرة والتي تميزت بضخامتها وتطورها التقني، وأصبحت شبكة عالمية عام 2006، بعد ما كانت مقصورة على مجتمع جامعي مغلق، وتطورت الأخيرة بشكل ملفت حتى تربعت على عرش الشبكات الاجتماعية العالمية من حيث عدد المستخدمين.

كما ظهرت العديد من الشبكات الاجتماعية، بما فيها شبكات تهتم بالصور مثل موقع فليكر الذي ظهر عام 2004، ومواقع أو شبكات تختص بنشر الفيديو مثل يوتيوب الذي ظهر في 05 فيفري 2005.<sup>(3)</sup>

وبهذا التنوع والتجدد والتطور التقني، فرضت الشبكات الاجتماعية نفسها بشكل كبير جدا على الكثير من المستخدمين، خاصة لما تعددت مجالاتها متجاوزة التعارف والصدقة إلى مناقشة مختلف المواضيع الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تهتم الشعوب والحكومات، وبذلك صارت منبرا

(1) - أماني جمال مجاهد، استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، مجلة دراسات المعلومات، العدد الثامن، مايو 2010، ص ص: 09-08.

(2) - شيماء عبد الحليم، إسرائ فوزي، نيرمين عاطف وآخرون، مرجع سابق، ص: 09.

(3) - أماني جمال مجاهد، مرجع سابق، ص: 10.

لكل المستخدمين على اختلاف أجناسهم ومشاربهم، وأصبحت المكان الأول الذي تناقش فيه مختلف القضايا، قبل طرحها للمناقشات الواقعية.

### 3- ملامح وسمات الشبكات الاجتماعية:

تتميز الشبكات الاجتماعية بعدة سمات تميزها عن غيرها من مواقع الوب ومن أهم هذه السمات والملامح ما يلي:

- 1- بإمكان الشبكات الاجتماعية استضافة إنشاءات المستخدمين من الخدمات، على شبكة الانترنت والشبكات الاجتماعية جنبا إلى جنب، وهي بذلك تخدم المصالح المشتركة بين كل من مستخدمي الانترنت والشبكات الاجتماعية في نفس الوقت.
- 2- تمتلك مواقع الشبكات الاجتماعية دائما جزء خاص بالتعليقات للأصدقاء يسمى Friendster، ويطلق عليه Testimonials في موقع الفيس بوك وكان يطلق عليه في الماضي The wall، وهي خاصية تساعد المستخدمين وتشجع زائري الموقع على كتابة مختصر للتعريف بأنفسهم، وتقديم سيرتهم للغير، حتى يثق فيهم الغير ويقبل بمناقشتهم والتعرف على أفكارهم، وحتى تكون هناك ثقة في المعلومات الموجودة داخل الموقع.
- 3- هناك مواقع للشبكات الاجتماعية متخصصة في مواضيع محددة، مثل: موقع "Gurgle" المتخصص في مناقشة موضوعات تتعلق باهتمامات الآباء مثل الحمل والولادة وتربية الأولاد.
- 4- العديد من الشبكات الاجتماعية في آسيا مثل الهند والصين وكوريا الجنوبية، قد تجاوزت مرحلة الاستخدام والانتشار، وأصبحت تحقق أرباحا طائلة نتيجة استخدامها في الإعلان والترويج لمختلف السلع.
- 5- الشبكات الاجتماعية لديها القدرة على إنشاء وتكوين الجماعات ذات المصالح المشتركة، وهناك اتجاه حول التوافق بين الشبكات الاجتماعية مثل: Open ID و Open Social والشبكات الاجتماعية المحمولة والتي أصبحت ذات شعبية كبيرة، حيث أنها ساعدت مستخدمي المحمول على إنشاء صفحاتهم الشخصية وتكوين الأصدقاء والمشاركة في غرف الدردشة، وعقد المحادثات الخاصة، والمشاركة بالملفات وإنشاء المدونات.<sup>(1)</sup>

(1) - ( le 22/03/1011à 13:36 ) <http://informatics.gov.sa/details.php?id=313>

#### 4- مجالات استخدام الشبكات الاجتماعية:

لاشك أن هناك العديد من الاستخدامات للشبكات الاجتماعية، خاصة بعد التطورات التقنية التي جاءت بها الوب 2.0، وكذا الإقبال المتزايد للمستخدمين على هذه الشبكات، ومن أهم هذه الاستخدامات ما يلي:

← التعرف والصدقة: وهو أهم أوجه استخدامات الشبكات الاجتماعية، وهي بداية كل مستخدم في إقامة علاقات اجتماعية من خلال الشبكة.

← إنشاء شبكات للجهات والمؤسسات المختلفة: من أهم مميزات الشبكات الاجتماعية في بيئة الوب 2.0، هي إمكانية إنشاء شبكات داخلها تجمع الأفراد تحت مظلتها، وهي بذلك تمكن أي جهة من إنشاء شبكة خاصة بها ويشترك فيها كل العاملين في تلك الجهة.

← إنشاء مجموعات اهتمام: إنشاء مجموعات الاهتمام متاح على شبكة الانترنت منذ وقت بعيد، كما أن مواقع شهيرة أصبحت تقدم الخدمة مجاناً، بعدما كانت تقدمها بمقابل مادي في بداية ظهور الخدمة. إلا أن تقديم الخدمة من خلال الشبكات الاجتماعية جعل لها مذاق خاص مختلف تماماً عن السابق. حيث من خلال الشبكات الاجتماعية يمكن إنشاء مجموعات اهتمام ودعوة جميع الأصدقاء للاشتراك في المجموعة.

← إنشاء صفحات خاصة بالأفراد والجهات: نتيجة استغلال الإمكانيات التي توفرها الوب 2.0، أصبح بإمكان الشبكات الاجتماعية تقديم خدمة إنشاء صفحة للمشاهير والشخصيات المتميزة وكذلك الجهات والمؤسسات، ويقوم محبي الشخصية مثلاً بالاشتراك فيها للتعرف على أخباره وأنشطته.

← البرمجيات المتوفرة داخل الشبكة الاجتماعية: نشأ داخل الشبكة الاجتماعية مجتمع كبير جداً من المبرمجين، حتى أصبحت الشبكة الاجتماعية بيئة عمل للبرمجيات، وفي هذا المجال يأتي الفيس بوك على رأس الشبكات الاجتماعية من حيث البرمجيات، حيث أصبح بيئة (منصة) لتطوير مختلف البرمجيات سواء كانت للتسلية والترفيه أو لأغراض علمية وبحثية.

← استخدامات ترفيهية: تضم الشبكات الاجتماعية العديد من الألعاب الترفيهية المسلية، حيث تتيح للأصدقاء المشاركة في اللعب مهما تباعدت الأماكن.

← وسائل الاتصال بين أفراد المجتمع: توفر الشبكات الاجتماعية سبل مختلفة للتواصل بين أفراد المجتمع الإلكتروني، والتي من أهمها البريد الإلكتروني الذي يدار عبر موقع الشبكة الاجتماعية، وكذلك المحادثة الفورية بين الأعضاء، وغير ذلك من تطبيقات التواصل.

◀ الدعاية والإعلان: يمكن استخدام الشبكات الاجتماعية لأغراض الدعاية التجارية، فهناك العديد من الشركات تؤسس مجموعات لها كنوع من أنواع الترويج، كما يمكن عمل إعلانات مدفوعة الأجر عبر موقع الشبكة الاجتماعية.<sup>(1)</sup>

### 5- أنواع الشبكات الاجتماعية:

تقسم الشبكات الاجتماعية حسب أسس مختلفة، فقد تقسم حسب التقنية الفنية التي تبنى عليها أو حسب مكان ظهورها أو على أساس الاهتمام الموضوعي لها، وبصفة عامة يمكن تقسيم الشبكات الاجتماعية إلى الأنواع التالية:

#### 1- شبكات شخصية أو محلية خاصة بأشخاص معينين:

تقتصر هذه الشبكات على مجموعة من الأصدقاء والمعارف، حيث تساعد على التواصل الاجتماعي باستخدام مختلف تطبيقات الشبكات الاجتماعية مثل إتاحة ملفات الصور الشخصية، وتبادل لقطات الفيديو والتعليقات فيما بين الأصدقاء، بشكل منتظم للتواصل وعمل حياة اجتماعية من خلال هذه الشبكات والمواقع، التي أصبحت الآن عديدة وكثيرة.

#### 2- شبكات خاصة بفئات موضوعية معينة:

هذه الشبكات نشأت لتجميع بعض المهتمين بموضوعات بعينها، مثل المهتمين بالطب والهندسة، والمهتمين بالكتب والمكتبات، وكذلك هناك المهتمين بالرياضة عموماً أو بكرة القدم على الخصوص، وتتعدد هذه الشبكات بتعدد الموضوعات التي تهتم بها ولا مجال لحصرها لأنها في تجدد وتفرع دائم.<sup>(2)</sup>

#### 3- شبكات مهنية:

ظهرت وانتشرت هذه الشبكات في الآونة الأخيرة لمواجهة مشكلة البطالة واحتياج دول العالم لتنشيط العمل، واستخدام هذه التقنية المتطورة لخلق بيئة عمل وتدريب مفيدة وحرفية، كما تستقبل هذه الشبكات السير الذاتية للمشاركين، كما تستقبل طلبات التوظيف من جانب الشركات، كما تقدم خدمات على مستوى المهن المختلفة، وأشهر هذه الشبكات [Linked In](#).<sup>(3)</sup>

#### 6- بعض مواقع الشبكات الاجتماعية:

تتعدد وتنوع مواقع الشبكات الاجتماعية، ومن أهمها وأكثرها استخداماً ما يلي:

#### 1-1- الفيس بوك (Facebook): وهو موقع وب يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على

(1) - شيماء عبد الحليم، إسرائ فوزي، نيرمين عاطف وآخرون، مرجع سابق، ص: 11-12.

(2) - نفس المرجع، ص: 10-11.

(3) - أماني جمال مجاهد، مرجع سابق، ص: 11.

تبادل المعلومات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة.<sup>(1)</sup>

وقام زوكربيرج بتأسيس موقع الفيس بوك في 04 فيفري 2004، على النطاق thefacebook.com. وكانت العضوية في الموقع قاصرة في البداية على طلبة هارفارد كوليديج أقدم كليات جامعة هارفارد. وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع، سجل أكثر من نصف الطلبة في هذه الخدمة.

وبعد فترة وجيزة انضم كل من إدواردو سافرين (المدير التنفيذي للشركة)، و داستين موسكوفيتز (مبرمج)، وأندرو ماكولام (رسام غرافيك) وكريس هيوز إلى زوكربيرج من أجل مساعدته في تطوير الموقع.

في مارس 2004 فتح فيس بوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد، وكولومبيا وبييل، وبعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليغ، وشينا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في الولايات المتحدة وكندا.

وفي شهر جويلية 2004 تم نقل مقر الفيس بوك إلى مدينة بلو آلتو في ولاية كاليفورنيا، كما قامت الشركة بإسقاط The من اسمها بعد شراء النطاق facebook.com، عام 2005 مقابل 200000 دولار أمريكي.

وفي سبتمبر 2005، قام الفيس بوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية، كما سمح الموقع باشتراك الموظفين من العديد من الشركات، منها آبل ومايكروسوفت. كما فتح الموقع أبوابه في 26 سبتمبر 2006، أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر، الذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح.

وأعلن القائمون على إدارة الفيس بوك في أكتوبر 2008، اتخاذ مدينة دبلين عاصمة أيرلندا مقرا دوليا للشركة.

تعتبر هذه المحطات التاريخية في مسيرة الفيس بوك، الذي يعتبر حاليا أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداما، بأكثر من 500 مليون مشترك. ولقد احتل الفيس بوك هذه المكانة، نتيجة تميزه بالعديد من السمات التي تجمع بين سهولة الاستخدام وتنوع الخدمات الممنوحة للمستخدمين ومن أبرز هذه السمات:

(1) - ( le 22/03/1011à 13:36 ) <http://informatics.gov.sa/details.php?id=313>



- 1- سمة Wall: أو لوحة الحائط، وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.
  - 2- سمة Pokes: أو النكزة، التي تتيح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض (وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به).
  - 3- سمة Photos: أو الصور، التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع.
  - 4- سمة Status: أو الحالة، التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.
  - 5- سمة 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 المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.
  - 6- سمة Facebook Notes: أو تعليقات الفيس بوك، وهي متعلقة بالتدوين، وتسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها.
  - 7- سمة Gifts: أو الهدايا، التي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.
  - 8- سمة Marketplace: أو السوق، الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية.<sup>(1)</sup>
- بالإضافة إلى العديد من الخدمات الأخرى، مثل البحث عن الأصدقاء، واستخدام الهاتف النقال في الدخول على الموقع، وغير ذلك من الإضافات والتطبيقات الجديدة التي تزيد من ثراء الموقع ومكانته.
- 2-6- تويتر (Twitter):** هو موقع شبكات اجتماعية، يقدم خدمة تدوين مصغر، حيث يسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات Tweets عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة. وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS أو برامج المحادثة الفورية.

(1) -[http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%B3\\_%D8%A8%D9%88%D9%83](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%B3_%D8%A8%D9%88%D9%83)( le 29/03/1011à 11:05)

وتظهر التحديثات على صفحة المستخدم، ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة، من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، كما يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني، أو رسائل SMS، أو خلاصة الأحداث RSS.

ولقد ظهر تويتر في بداية عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Obvious الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006. وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة خاصة بالتدوينات المصغرة. وفي أبريل 2007، قامت شركة Obvious بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter.

ولاقى تويتر استحسان الملايين من المستخدمين والعديد من الشركات العاملة في مجال الإعلام والانترنت، وذلك نتيجة المزايا الكثيرة التي يمنحها للمستخدمين في التعبير عن أنفسهم والتواصل مع غيرهم. ويشهد الموقع العديد من الإضافات على مستوى الخدمات، وهذا ما يجعل المشتركين فيه في ازدياد مستمر رغم وجود منافسة قوية من الشبكات الاجتماعية الأخرى.<sup>(1)</sup>

**3-6- ماي سبيس (Myspace):** هو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية على الوب، فهو عبارة عن شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة، بالإضافة إلى خدمات أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو والمجموعات البريدية وملفات الموصفات الشخصية للأعضاء المسجلين.<sup>(2)</sup>

ظهرت شبكة ماي سبيس في عام 2003، وظلت تتربع على عرش الشبكات الاجتماعية، إلى أن ظهرت منافستها الفيس بوك عام 2006 (التفوق عليها). و يهدف موقع ماي سبيس إلى عقد صداقات بين الأعضاء وكذلك يتيح إمكانية البحث عن الأصدقاء والوصول لأصدقاء سابقين، كما يُمكن المستخدمين من تشكيل صفحات شخصية وتحميل الصور والفيديو والموسيقى، كما يمكن استقبال خدمات الموقع على الهاتف المحمول، ويُمكن كذلك من إعداد مدونة واستقبال رسائل بريدية على الموقع وغير ذلك من الخدمات الاجتماعية.<sup>(3)</sup>

ويقع مقر الشركة الأم نيوكوربوريشن في مدينة نيويورك، ويعتبر موقع ماي سبيس حسب موقع أليكسا انترنت، سادس أكثر مواقع الوب الإنجليزية شعبية في العالم، وسادس أكثر مواقع الوب المكتوبة بأي لغة في العالم شعبية. كما يعد ثالث أكثر المواقع شعبية في الولايات المتحدة.

(1) - <http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%B1>  
(le 29/03/1011à 12:13)

(2) - نفس الموقع على الانترنت.

(3) - أماني جمال مجاهد، مرجع سابق، ص: 31.

وارتفعت شعبية هذا 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 البلدان الناطقة باللغة الإنجليزية.<sup>(1)</sup>

**4-6- يوتيوب (Youtube):** تم إنشاء موقع يوتيوب في عام 2005، على يد الثلاثي "تشاد هيرلي" و "ستيف تشن" و "كريم جاويد" الذين كانوا جميعهم من أوائل الموظفين في شركة "باي بال". ويروى أن ابتكار اليوتيوب كان نتيجة للصعوبات التي واجهت "تشاد هيرلي" و "ستيف تشن" في مشاركة ملفات الفيديو التي التقطها في حفل عشاء بمنزل "تشن" في سان فرانسيسكو، والتي غاب عنها صديقهما "جاويد كريم" وأنكر حدوث الحفل نهائيا، مما أدى بالصديقين إلى ابتكار طريقة لتبادل مقاطع الفيديو، بعد أن عجزا عن استخدام البريد الإلكتروني في ذلك، وهكذا ظهر اليوتيوب.

وبظهور اليوتيوب أصبح من اليسير على أي شخص يستطيع استخدام الكمبيوتر أن يرسل ملف فيديو بحيث يشاهده ملايين المستخدمين في دقائق معدودة. كما أن الانتشار الواسع للموضوعات التي تناولها موقع يوتيوب بالمناقشة، قد حول المشاركة في ملفات الفيديو إلى واحد من أكثر الجوانب أهمية في ثقافة الانترنت. إضافة إلى وظيفته الرئيسية كمستضيف لملفات الفيديو فقد تفوق اليوتيوب على العديد من المواقع المشابهة بعدة خواص من أهمها:

- 1- خاصية إضافة ملفات الفيديو إلى المدونات والشبكات الاجتماعية الكبرى والمواقع الأخرى لتتم مشاهدتها بشكل فوري.
- 2- تصنيف ملفات الفيديو إلى خاصة وعامة وتحديد صلاحيات مشاهدتها.
- 3- خاصية الالتقاط السريع والتي تمكن أي مستخدم يملك كاميرا وب من تسجيل ملفات الفيديو التي يرغب بمشاركتها إلى سيرفرات الموقع مباشرة ودون المرور بجهازه الشخصي.
- 4- مناطق الاختبار التي تميز اليوتيوب، حيث يعمل مطورو اليوتيوب على تطوير تقنيات ومميزات جديدة.

ومع كل الخصائص التي تميز اليوتيوب، هناك بعض العيوب التي مازال يعاني منها وهي:

- ❖ عدم مراعاة قوانين حقوق النشر والتأليف حيث أنه غالبا ما يتلقى موقع اليوتيوب النقد بسبب فشله في إخضاع محتوياته المعروضة على الانترنت لقوانين حقوق النشر والتأليف.

(1) -<http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%B1>  
( le 29/03/1011à 12:13)

❖ كما واجهت شركة يوتيوب العديد من الانتقادات بسبب المحتويات غير اللائقة في بعض ملفات الفيديو، الموجودة على الموقع، رغم أن بنود خدمة اليوتيوب تمنع تحميل المواد الغير لائقة، إلا أن الكم الهائل لملفات الفيديو التي تحمل، يحول دون القدرة على مراقبتها وتصفيتها، ورغم ذلك يظل اليوتيوب رائداً في مجاله<sup>(1)</sup>.

**5-6- مكتوب (Maktoob):** رغم أن شبكة مكتوب من ضمن الشبكات العربية، إلا أنها أخذت ترتيب من ضمن أكثر 500 موقع استخداماً. وترتيبها 12 في مواقع الشبكات الاجتماعية، وهي رقم 153 في ترتيب موقع أليكسا، ولكن شبكة مكتوب لم تنشأ كشبكة اجتماعية في الأساس بل ضمت إليها هذه التطبيقات عندما انتشرت المواقع الأخرى.

وقد نشأ موقع مكتوب سنة 2000 ليكون أول موقع بريد إلكتروني عربي، ثم تطور ليصبح بوابة إلكترونية عربية، تغطي نطاقاً واسعاً من الخدمات المختلفة، كالاتصالات، الترفيه، المعلومات وخدمات التجارة الإلكترونية وهذا من خلال المنتديات، المدونات، النقاشات، الألعاب، المرأة، الزواج، الرياضة والعديد من خدمات الوب 2.0.

يذكر موقع مكتوب أن هناك أكثر من 15 مليون مستخدم عربي يتفاعلون مع مكتوب. وقد أنشأ مكتوب شبكة اجتماعية بغرض إتاحة فرصة التعارف والزواج بين المشتركين. وأطلق الموقع "أصحاب مكتوب" في عام 2007، وهو أول موقع اجتماعي عربي، وتصل خدماته حالياً إلى أكثر من 1.5 مليون زائر في الشهر الواحد من مختلف أرجاء المنطقة العربية، ويستقبل أكثر من 40 مليون صفحة مرئية، وهذا ما يجعله أكبر المواقع العربية المتاحة على شبكة الانترنت، ولدى الموقع حالياً أكثر من 230 ألف عضو، حيث يمكنهم تضمينه لمحة شخصية عنهم والانضمام إلى مجموعات تنقاسم الاهتمامات المشتركة وتكوين صداقات جديدة. وتتمتع هذه الشبكة بسمعة طيبة على المستوى العربي ولها دور كبير في إثراء التفاعل الاجتماعي بين المشتركين<sup>(2)</sup>.

**6-6- سكايب (Skype):** نشأت هذه الشبكة عام 2003، وترتيبها 13 ضمن الشبكات الاجتماعية، وهي في المرتبة 307 على مستوى 500 موقع، وهي عبارة عن برمجيات خاصة بالاتصالات الدولية المجانية المدفوعة الأجر، وتتميز بالاتصال والتواصل الاجتماعي الفعال بالصوت والصورة، ويمكن تحميل هذه البرامج التي تتيح التواصل مع الآخرين، في دقائق معدودة، وتسمح للشركات بتيسير عملها بشكل فعال، ويتواصل عن طريق هذه البرامج (الشبكة)،

(1) - أميرة عطا، اليوتيوب... مع x ضد، مجلة التعليم الإلكتروني، وحدة التعليم الإلكتروني بجامعة المنصورة، العدد الخامس، مارس 2010، ص: 09.

(2) - أماني جمال مجاهد، مرجع سابق، ص: 46-47.

حوالي 20 مليون مستخدم على مستوى دول العالم، حيث تشبه برامج المحادثات ولكنها أكثر تطوراً وثباتاً، وبها عدد من اللغات منها اللغة العربية.

وموقع الشبكة لا يحوي أي مجموعات، ولكنه يتضمن قطاع خاص بالأعمال والشركات التي تستخدم خاصية التواصل المرئي والمسموع، وتتيح هذه البرامج خدمات مجانية، تمكن من إرسال رسائل أو محادثة أفراد على تليفونهم المحمول، أو إرسال ملف فيديو من على الموقع وغير ذلك من الخدمات.<sup>(1)</sup>

---

(1) - أماني جمال مجاهد، مرجع سابق، ص: 47.

### III- الهاتف النقال والمجتمع:

#### 1- الهاتف النقال(\*):

وهو أحد أشكال أدوات الاتصال، والذي يعتمد على الاتصال اللاسلكي، عن طريق شبكة من أبراج البث الموزعة ضمن مساحة معينة<sup>(1)</sup> والهاتف النقال هو عبارة عن جهاز اتصال صغير الحجم مربوط بشبكة للاتصالات اللاسلكية والرقمية، التي تسمح ببث واستقبال الرسائل الصوتية والنصية والصور عن بعد وبسرعة فائقة<sup>(2)</sup>.

وعليه فإن الهاتف النقال هو عبارة عن جهاز إلكتروني رقمي متحرك (محمول)، متصل بإحدى الشركات المزودة لخدمة الاتصالات اللاسلكية، ويستخدم لإجراء الاتصالات الهاتفية وكل التطبيقات الأخرى التي توفرها شركة الاتصالات، والتي يكون مجهزة لأدائها (كرسائل MMS، والارتباط بالانترنت... الخ).

ويتكون الهاتف النقال من مجموعة من المعدات المادية والبرمجيات وهي:

- وجه الجهاز الخارجي.
  - ظهر الجهاز.
  - سماعة Earphone.
  - شاشة.
  - بطارية شحن.
  - اللوحة الداخلية Motherboard<sup>(3)</sup>.
  - لوحة المفاتيح: متعددة الوظائف (اتصالية ووقائية).
  - ذاكرة: متعددة الوظائف (التسجيل، التخزين، الفهرسة...<sup>(4)</sup>).
  - SIM card: وهي عبارة عن بطاقة صغيرة بها وحدة تخزين صغيرة جدا ودقيقة ووحدة معالجة تخزن بها بيانات المستخدم، والبريد الذي يقوم باستخدامه<sup>(5)</sup>.
- وتعتبر SIM card هي أهم شيء في الهاتف النقال، لأنها هي التي تجعل الجهاز مرتبط بشركة الاتصالات، وبالتالي يصبح بإمكان المستخدم الاستفادة من خدماتها إذا كان رصيده كافي.

(\*) - لقد تم استخدام المصطلحات التالية في البحث لتعني نفس المفهوم وهي: الهاتف النقال، الهاتف المحمول، الهاتف المتحرك، الهاتف الخليوي، الهاتف الجوال.

(1) - <http://faculty.yu.edu.jo/adel/DownloadHandler.ashx?pg> ( le 30/03/2011 à 12:49)

(2) - فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري- قسنطينة، 2003، ص: 128.

(3) - [www.smart10.com](http://www.smart10.com) ( le 07/01/1011 à 15:18)

(4) - فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص: 130.

(5) - <http://www.study4uae.com/vb/study4uae115/article137118>( le 21/02/1011 à 14:43)

وبتوفر SIM card يصبح الهاتف النقال قادر على أداء مهمته في الاتصال، ويتمثل المبدأ الأساسي الذي يعتمد عليه الهاتف النقال، في دائرة استقبال وإرسال عن طريق إشارات ذبذبية عبر محطات إرسال أرضية (أبراج) ومنها الفضائية (أقمار صناعية)، وتشبه هذه الإشارات إشارات الراديو، أو هي تشبه إشارات رسم القلب تصاعدي وتنزلي، وهي قوية جدا تصل إلى 20 ميغاهرتز إرسالاً واستقبالاً في الثانية الواحدة. وأما عن طريقة الاتصال فتكون عن طريق دائرة متكاملة، تتكون من الهاتف النقال والسويتش الرئيسي الخاص بالشركة المزودة للخدمة<sup>(1)</sup>. هذا، ويتميز الهاتف النقال بخصائص معينة منها:

- 1- بعد تطوير الشبكة العالمية للاتصالات اللاسلكية (GSM)، أصبح الهاتف النقال كوسيلة اتصال متعدد وسريع يستعمل في كثير من مناحي الحياة اليومية العامة والخاصة، وفي مختلف المجالات التجارية والأمنية والصحية والتعليمية وغيرها.
- 2- بالنسبة للتأثير على العلاقات الإنسانية فإن الجوال كان له تأثير ملحوظ على القيام بربط الجماعات، كما سهل الاتصال بين الجماعات وبين أعضائها.
- 3- أتاح زيادة في معدل الاتصال العائلي وما شابه ذلك مع الآخرين واعتبر كحارس خصوصي يحمي من الأضرار غير المتوقعة<sup>(2)</sup>.
- 4- الاتصال بالآخرين ورؤيتهم عن طريق هواتف الأجيال الحديثة المزودة بكاميرات رقمية.
- 5- التسلية بالألعاب المختلفة.
- 6- الاستماع إلى الموسيقى خاصة في الأجيال الجديدة، المدمج بها مشغل MP3<sup>(3)</sup>.

## 2- نشأة وتطور الهاتف النقال:

يعود تاريخ الهاتف النقال إلى عام 1947 عندما بدأت شركة لوست تكنولوجيز التجارب في معملها بنيوجرسي. ومع ذلك فإن أول جهاز هاتف نقال لم يظهر إلا سنة 1973، على يد الأمريكي مارتن كوبر الباحث في شركة موتورولا للاتصالات في شيكاغو، والذي أجرى أول مكالمة به في 03 أبريل 1973.

ودشنت بذلك شركة موتورولا عالم الهواتف النقالة، وقد اتسعت صناعة الشركة في بداية الثمانينات من القرن الماضي، قبل أن تلحق بها شركة نوكيا سنة 1987 بهاتفها النقال من طراز Cityman. وبذلك بدأ التوسع في صناعة الهواتف النقالة. غير أن الانتشار الحقيقي لها لم يبدأ

(1) - <http://www.study4uae.com/vb/study4uae115/article137118>( le 21/02/1011 à 14:43)

(2) - مؤمن أحمد ذياب شويح، أثر وسائل الاتصال الحديثة على ميراث المفقود في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير في الفقه المقارن، كلية الشريعة والقانون، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2006، ص 67.

(3) - <http://ennisr.forums1.net/t57-topic>( le 23/01/1011 à 10:53)

في التصاعد إلا بداية من النصف الثاني من تسعينيات القرن الماضي، مع نجاح الشركات المصنعة في تصغير مكونات الهواتف النقالة، ومن ثم صناعة هواتف أصغر حجما وأخف وزنا، مع تبسيط في طريقة الاستخدام، إضافة إلى تراجع أسعار الهواتف النقالة وكذلك أسعار الاتصال بها.

وبدأ إدخال خدمات أخرى للهاتف النقال زيادة على الاتصال الصوتي، حيث تم إدخال خدمة الرسائل النصية القصيرة سنة 1995، رغم أنها جربت بنجاح لأول مرة سنة 1992. وأما الكاميرا الرقمية فأضيفت للهاتف النقال لأول مرة في العالم في هاتف من إنتاج شركة شارب اليابانية في نوفمبر 2000.<sup>(1)</sup>

ثم توالى بعد ذلك التحسينات والتطويرات حتى باتت ساحة الهواتف النقالة مسرحا تتسابق فيه كبريات شركات التكنولوجيا العالمية، وهذا ما أدى إلى إضافة تطبيقات جديدة مثل الدخول على شبكة الانترنت وتصفح مواقع الوب، وكذا خدمة الرسائل اللحظية التي تسمح بالردشة، كما أدخلت خدمات الهاتف التلفزيون في عام 2005 في العاصمة الفنلندية، وفي كوريا الجنوبية تم تطوير خدمة تحميل الأفلام المرئية على الهواتف النقالة وقراءة عناوين الجرائد، وفي اليابان تم تطوير شريحة فيليكا لتدمج في الهواتف النقالة، والتي تتيح لمن يستخدمها خدمات متنوعة، كدفع ثمن المشتريات، وحجز تذاكر الطائرات والقطارات، والوصول إلى الحساب البنكي وتحويل الأموال، وفتح أبواب المنزل، وتشغيل السيارة عن بعد، وغير ذلك من الخدمات التي يصعب حصرها.<sup>(2)</sup> وهكذا فقد سمحت التطورات التكنولوجية الفائقة، للشركات المصنعة للهواتف النقالة بإقحام هذه الأخيرة في كل مناحي الحياة، وبالتالي جعلت الهاتف النقال شيء ضروري وملازم لكل إنسان.

### 3- أجيال الهاتف النقال:

#### 1- الجيل الصفري (0 G):

وفقا لواضعي المسميات، بدأ الجيل الصفري (0 G) في الولايات المتحدة وكندا. وكان بمثابة البذرة الأولى التي بدأت بها الهواتف النقالة. كان مدى موجات الراديو المتاحة لهذه الهواتف محدود للغاية مما نتج عنه انشغال الشبكة بسرعة، كما أن التداخل الصوتي شكل إزعاجا بالغا، كما أن الإشارة الواردة من البرج كانت ضعيفة. وعلاج كل هذه المشاكل لم يكن ممكنا في ظل العتاد التقني المستخدم، مما استلزم تغيير كل شيء والصعود لترددات أعلى من تلك المستخدمة، وهذا ما يحتم صرف مبالغ مالية كبيرة. والهواتف الداعمة لهذه التقنية لم يتم تصنيفها كهواتف نقالة،

(1) -<http://ennisr.forums1.net/t57-topic>( le 23/01/1011 à 10:53)

(2) -<http://amjad68.jeeran.com/archive/2008/6/587011.html>( le 20/10/1010 à 11:25 )



لأنه ما إن تحجز تردد راديوي فلا يمكنها أن تتغير أثناء إجراء المكالمة، وهذا ما يمثل قيوداً على حرية تحرك المستخدم.<sup>(1)</sup>

## 2- الجيل الأول (1 G):

يعتمد الجيل الأول من شبكات الاتصال بالهاتف النقال على النظام التماثلي، وظهر في بداية الثمانينيات من القرن الماضي، كنوع من التطوير لأنظمة الهاتف الراديوي.<sup>(2)</sup> حيث في سنة 1981 بدأت الدول الاسكندنافية في تطبيق نظام مشترك بينها يعرف بـ "NMT" (Nordic Mobile Telephone)، وهو ما يمثل الجيل الأول من الهاتف النقال، وكان في بداية الأمر يستعمل الموجة 450 كيلوهرتز ثم بعد ذلك تم استعمال الموجة 900 كيلوهرتز.<sup>(3)</sup> كما ظهرت نظم أخرى في مناطق متفرقة من العالم، غير أنها جميعاً صُنفت بأنظمة الجيل الأول.

### • الخصائص العامة:

بالرغم من اختلاف معايير أنظمة الجيل الأول للهاتف النقال، إلا أنها تشاركت في بعض الخصائص والمميزات والتي من أهمها:

- نقل الصوت بواسطة التعديل الترددي وذلك بشكل تماثلي (Analog) عبر الهواء.
- استخدام تقنية FDMA لتحقيق النفاذ للمستخدمين.
- استمرارية الهاتف العامة PSTN.
- تغطية لاسلكية لمناطق واسعة مع احتمالية منخفضة نسبياً لقطع المكالمات أو إسقاطها.
- جودة نقل مقبولة.
- إمكانية تجوال المستخدم.
- استغلال الطيف الترددي والانتشار المبكر.

### • تقنيات الجيل: ومن أكثر هذه الأنظمة شيوعاً:

- FDMA
- AMPS
- ETACS
- NMT

---

(1) - سامية علي الشريفي، مرجع سابق، ص: 16.  
(2) - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، مرجع سابق، ص: 290-291.  
(3) - تاوتي عبد العليم، مرجع سابق، ص: 39-40.

• العيوب:

- اتساع قاعدة المشتركين.
- ملكية بروتوكول الاتصال LSs و MSTOs لبائع واحد (مزود الخدمة).
- قلة التعاون بين المزودين، مما جعل إجراء أو استلام المكالمات والتمتع بالخدمات محدودا في نطاق ضيق.<sup>(1)</sup>

3- الجيل الثاني (2 G):

يعتبر الجيل الثاني من شبكات الاتصال الخلوية أول الأنظمة الخلوية التي تعتمد على الإشارة الرقمية، والتي أطلقت في بداية التسعينيات من القرن الماضي.<sup>(2)</sup> وكان نظام "GSM" (Global System for Mobile communication)، أول نظام خلوي رقمي يتم تسويقه، وكان ذلك بداية من 1992، وقد استعمل في أول الأمر الموجة 900 كيلوهرتز ثم بعد ذلك تم استعمال الموجة 1800 كيلوهرتز.<sup>(3)</sup>

■ مزايا الجيل:

- القدرة على إرسال الرسائل النصية القصيرة.
- الاتصال بالانترنت.
- خدمة التجوال العالمي.
- إرسال واستقبال الفاكسات.
- تحويل ومنع المكالمات.
- إرسال واستقبال مكالمات البيانات.

■ تقنيات الجيل: هناك أربعة تقنيات أساسية مستخدمة في هذا الجيل:

PDC -

TDMA -

CDMA -

GSM -

جـ الجيل الثاني والنصف (2.5 G):

ويستخدم لوصف الأنظمة التي تعمل بين الجيل الثاني والثالث، ويقوم بالدمج ما بين التحويل بين الدارات وتحويل الرزم الرقمية ويؤمن نقل البيانات بوتيرة أسرع عبر شبكات محدثة من

(1) - سامية علي الشريفي، مرجع سابق، ص: 17.

(2) - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سابق، ص: 291.

(3) - تاوتي عبد العليم، مرجع سابق، ص: 79.

الجيل الثاني، حيث تصل سرعة نقل البيانات إلى 144 كيلوبت في الثانية. وتؤمن تقنية الجيل الثاني والنصف بعض فوائد الجيل الثالث المتطورة بدون التكلفة الضخمة المطلوبة لتطبيق معايير الجيل الثالث في شبكات الهاتف النقال.

#### مزايا الجيل الثاني والنصف:

- خاصية الانتظار.
- خاصية الاتصالات المتعددة تصل حتى خمسة متحدثين.
- سرعة أعلى لنقل البيانات وتصفح الانترنت.
- تحديد هوية المتصل.
- البريد الصوتي.
- استخدام الخرائط الملاحية GPS.
- إرسال رسائل الوسائط المتعددة MMS.<sup>(1)</sup>

#### 4- الجيل الثالث (3 G):

ظهر الجيل الثالث من الهاتف النقال سنة 2002، ويعتمد على ما يعرف بالنظام العالمي للاتصالات الخلوية "UMTS" (Universal Mobile Technology System).<sup>(2)</sup>

#### مميزات الجيل:

- إمكانية الدخول إلى الانترنت بسرعات عالية تصل إلى 2.5 ميغابت في الثانية.
- إمكانية نقل الفيديو والمؤتمرات المصورة.
- الاتصال الشخصي بالصوت والصورة.
- نقل البث الفضائي الحي وتحديد المواقع.<sup>(3)</sup>
- يسمح للمستعمل بمواصلة إرسال واستقبال المكالمات بنفس الرقم وبنفس الجهاز عند التنقل إلى دولة أخرى.<sup>(4)</sup>

#### تقنيات الجيل:

- UMTS
- W-CDMA

(1) - سامية علي الشريفي، مرجع سابق، ص: 18.  
(2) - تاوتي عبد العليم، مرجع سابق، ص: 80.  
(3) - سامية علي الشريفي، مرجع سابق، ص: 19.  
(4) - تاوتي عبد العليم، مرجع سابق، ص: 80.

#### ✦ انتشار الجيل الثالث:

تأخر انتشار شبكات الجيل الثالث في بعض الدول بسبب التكاليف الباهظة لترخيص الترددات الإضافية. ففي بعض البلدان لا تستخدم شبكات الجيل الثالث ترددات البث ذاتها للجيل الثاني، مما يتطلب من مشغلي الهواتف الجواله بناء شبكات جديدة بالكامل وترخيص ترددات جديدة. وتعتبر اليابان وكوريا الجنوبية الأسرع نسبيا في تبني الجيل الثالث، بعدما وضعتا بين أولوياتهما تطوير البنى التحتية التكنولوجية، وتخفيض كلفة ترخيص الترددات الجديدة. كما تعتبر اليابان أول دولة أدخلت معايير الجيل الثالث على شبكاتها، وهذا نتيجة وجود شهية لدى اليابانيين نحو استخدام الهاتف النقال وتطبيقاته المختلفة بشكل مكثف.

#### ✦ الجيل الثالث والنصف (G 3.5):

وفي هذا الجيل تم رفع سرعة انتقال البيانات من الشبكات إلى 3 ميغابت في الثانية، وأكثر ما يميز شبكات هذا الجيل هو إمكانية التطوير المباشر لشبكات الجيل الثاني إليها وبشكل مباشر دون العبور إلى شبكات الجيل الثالث. كما تعتبر شبكة "HSDPA" ( High-Speed Downlink Packet Access ) الشبكة الوحيدة الموجودة والتي تستوفي متطلبات الجيل الثالث والنصف، والتي لم يكتمل وضع معاييرها بالكامل حتى الآن.

#### ✦ الجيل (G 3.75):

وهنا تم رفع معدل سرعة انتقال البيانات إلى 5.8 ميغابت في الثانية. وتعتبر شبكة "HSUPA" ( High-Speed Uplink Packet Access ) الشبكة الوحيدة الموجودة والتي تستوفي متطلبات الجيل (G 3.75)، والتي لم يكتمل وضع معاييرها بالكامل حتى الآن.<sup>(1)</sup>

#### 4- انتشار الهاتف النقال:

لقد شهدت بداية الألفية الجديدة، تطورات مذهلة في مجال الهاتف النقال، وكذا في حجم انتشار الجهاز بين مختلف فئات المجتمعات البشرية، حتى أن هذا الانتشار تجاوز في السنوات الأخيرة انتشار الهاتف الثابت. وهذا بفضل العديد من الخصائص والتطبيقات التي تميز الهاتف النقال عن الهاتف الثابت، الذي تشير بعض التكهّنات أنه سيصبح من الماضي في السنوات القليلة القادمة. وهناك دلائل كثيرة على توسع استخدام الهاتف النقال في العالم، ومنها ما ذكره دان شيلر Dan schiller في مقاله المعنون "عبيد الهاتف الجوال" أنه " في نهاية العام 2003، كان أكثر من 500 مليون هاتف محمول قد بيع في العالم، وكان ثلث اليابان تستخدم شبكة الانترنت عبر هذا الهاتف، كما أن المشتركين الأميركيين في الهاتف الخليوي أمضوا أكثر من 15 مليار ساعة

(1) - سامية علي الشريفي، مرجع سابق، ص: 19.

في التحدث عبره، وأرسل الأوروبيون 113 مليار رسالة قصيرة، مع أن الصين تأتي في رأس القائمة بهذا الباب مع 220 مليار رسالة نصية عبر الهاتف الجوال، (...) في العام 2004 وحده أمنت شركة "دوكومو" اليابانية 20 في المئة (المائة) من مداخلها أي 9 مليارات دولار من خلال التنزيلات عن الشبكة التي قام بها 42 مليون من المشتركين.<sup>(1)</sup>

وانتشرت الهواتف النقالة بصورة غير مسبوقة في تاريخ الأجهزة التكنولوجية كلها تقريبا. وهذا ما جعل الشركات المنتجة لها تحقق معدلات مبيعات عالية، فشركة "نوكيا" التي تسيطر على 30 % من سوق الهواتف النقالة عالميا، باعت حتى عام 2005 حوالي 1.5 مليار جهاز هاتف. كما ذكرت مجلة "The Economist". كما جاء في تقرير مؤسسة "جارتتر" لأبحاث السوق الصادر في أوائل شهر مارس 2005 أن مبيعات الهواتف النقالة بلغت خلال عام 2004 حوالي 674 مليون وحدة، أي بزيادة قدرها 30 % عن العام الذي سبقه. كما توقع التقرير أن تصل مبيعات عام 2005 لما يتراوح بين 730-770 مليون وحدة. كما زادت ساعات استخدام الأمريكيين للهواتف النقالة لتبلغ سنة 2006 حوالي 17 مليار ساعة.<sup>(2)</sup>

وتعد صناعة أجهزة الهاتف النقال من الصناعات التي تحقق نموا مطردا باستمرار، حيث بلغت المبيعات عالميا العام 2000، حوالي 800 ألف جهاز ليبلغ نحو 3 مليارات جهاز مبيع حتى نهاية عام 2007، حيث سجل النمو العالمي سنويا من أجهزة الهاتف المحمول المبيعة 22 %، ولكن إفريقيا حققت نسبة النمو الكبرى 39 % لكونها تمثل سوقا غير مشبع وما زال في طريق النمو.

وقد بلغت مبيعات أجهزة الهاتف المحمول في العام 2008 منفردة 1.4 مليار جهاز منها 45 % مبيعات للشرق الأوسط وإفريقيا، وتنفق الشركات المصنعة لأجهزة الهاتف المحمول مبالغ طائلة على عمليات البحوث والتطوير المستمرين حفاظا على حصتها السوقية من خلال إضافة المنافع الوظيفية المطورة في الجهاز، ومن ثم خلق الحافز المستمر للشراء.<sup>(3)</sup>

(1) -<http://www.islamweb.net/media/index.php?page=article&lang=A&id=133482>

(le 12/12/1010à 16:32)

(2) -<http://ennisr.forums1.net/t57-topic>( le 23/01/1011à 10:53)

(3) - مؤيد حاج صالح، أثر مواصفات المنتج والعوامل الشخصية والاجتماعية للمستهلك نحو الولاء للعلامة التجارية، دراسة ميدانية لمشتري أجهزة الهاتف المحمول في مدينة دمشق، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 26، العدد الأول 2010، ص: 606.

## 5- خدمات واستخدامات الهاتف النقال:

- تتعدد وتتنوع الخدمات التي يقدمها الهاتف النقال، وهي في ازدياد مستمر نتيجة التطويرات والإضافات الجديدة التي تطرأ على مكوناته المادية والبرمجية. ومن أهم هذه الخدمات ما يلي:
- 1- خدمة الاتصال الهاتفي (الصوتي): وتعتبر أول خدمة يؤديها الهاتف النقال بمختلف أجياله، وهي تعتمد على نقل واستقبال الأصوات بين المتصلين، وهي بذلك لا تختلف عن خدمة الهاتف الثابت.
  - 2- خدمة الرسائل النصية القصيرة "SMS" (Short Message System): وهي عبارة عن خدمة رسائل في اتجاهين، تقدم في كافة الشبكات ويمكن إرسال رسائل من 160 حرف/ رقم فيما بين الهواتف، عبر أي من الشبكات، ويمكن إرسال رسائل أطول بواسطة بعض الهواتف اليدوية.<sup>(1)</sup>
  - 3- خدمة رسائل الوسائط المتعددة "MMS" (Multimedia Messaging Service): وهي معيار لأنظمة إرسال هاتفي تسمح لإرسال الرسائل، الصور، التسجيل الصوتي، الفيديو، والنص معاً، وليس فقط لإرسال النص كما في خدمة الرسائل القصيرة.<sup>(2)</sup>
  - 4- خدمة البريد الصوتي (Voicemail): إحدى خدمات الهاتف الجوال، تقدمها جميع الشبكات، التي تسجل الرسالة الواردة من أحد المتصلين عندما لا تريد الرد على المكالمات، وبإمكان النظام أن يستقبل رسائلك عندما تكون مشغولاً باستخدام الجهاز.<sup>(3)</sup>
  - 5- خدمة "WAP" (Wireless Application Protocol): وهي عبارة عن بيئة استخدام ومجموعة قواعد اتصال، خاصة بأجهزة الاتصال اللاسلكية، تم تصميمها بمواصفات معيارية من أجل توحيد أسلوب عمل وطريقة وصول الأجهزة اللاسلكية إلى الانترنت، وبعبارة أبسط فإن WAP ما هو إلا برنامج يحول صفحات الانترنت المصممة للكمبيوتر ليجعلها صغيرة بشكل يناسب شاشات الهواتف المحمولة والأجهزة الإلكترونية الأخرى. وهذا ما مكن من ربط أكبر شبكتين للاتصالات في العالم وهما الهاتف النقال والانترنت.<sup>(4)</sup>

(1) - <http://faculty.yu.edu.jo/adel/DownloadHandler.ashx?pg> ( le 30/03/2011 à 12:49)

(2) - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سابق، ص: 301.

(3) - <http://faculty.yu.edu.jo/adel/DownloadHandler.ashx?pg> ( le 30/03/2011 à 12:49)

(4) - جمال خليل الدهشان، استخدام الهاتف المحمول في التعليم والتدريب: لماذا؟ وفي ماذا؟ وكيف؟، الندوة الأولى في تقنية المعلومات والاتصال في التعليم والتدريب، كلية التربية، قسم تقنيات التعليم، جامعة الملك سعود 12-14 أبريل 2010، ص: 17.

6- خدمة "GPS" (General Position System): النظام العالمي لتحديد المواقع، وهو نظام لاسلكي يعتمد على الأقمار الصناعية في توفير معلومات معينة عن مواقع خدمة الاتصالات، ليتسنى للمستخدمين في هذا النظام الاستفادة منها حيثما كانوا على نطاق الكرة الأرضية.<sup>(1)</sup>

7- خدمة التراسل بالحزم العامة للراديو "GPRS" (General Packed Radio Service): وهي من التقنيات المبتكرة لنقل البيانات عبر شبكات (GSM)، وتستخدم في الوصول إلى المعلومات عبر أجهزة الهواتف المحمولة المتوافقة مع هذه التقنية، وبالتالي فهي تقنية مبتكرة جديدة تسمح للهواتف النقالة بالدخول إلى الانترنت بسرعة فائقة، وإمكانية استقبال البيانات والملفات وتخزينها واسترجاعها وتبادلها لاسلكيا بسرعة تصل إلى 171.2 كيلوبت في الثانية.<sup>(2)</sup>

8- خدمة البلوتوث Bluetooth: مواصفات التوصيل اللاسلكي قصير المدى الذي يتيح لإمكانية الاتصال اللاسلكي المجاني (باستخدام تقنية الراديو) بين مجموعة من الأجهزة بما فيها الهواتف النقالة وأجهزة الحاسب الآلي والطابعات وغيرها.<sup>(3)</sup>

بالإضافة إلى هذه الخدمات، هناك العديد من الخدمات الأخرى التي يقدمها الهاتف النقال البسيطة منها والمتوفرة في جميع الأجهزة، كמעينة الرصيد، تحويل المكالمات، وإخفاء الرقم، وغيرها. والخدمات المعقدة أو التي لا تتوفر إلا في الأجهزة الجديدة مثل التصوير واستقبال إذاعات FM، ومشاهدة التلفزيون، وتشغيل ملفات MP3، وخدمة الجولان Roaming، وغير ذلك من الخدمات المتعددة والمتجددة والتي لا يمكن حصرها.

ويتم الانتفاع بهذه الخدمات من طرف المستخدمين في العديد من الاستخدامات والاستعمالات والتي من أهمها:

#### 1- خدمة الأخبار والأخبار المصورة:

تعمل العديد من وسائل الإعلام، وكالات الأنباء والصحف والتلفزيون وغيرها، على تقديم خدمات الأخبار على الهواتف المحمول من خلال إرسال الأخبار في شكل نصوص، ومواد فيديو إلى هواتف المستخدمين. وبذلك يستطيع المستخدمون الراغبين في الحصول على عناوين الأخبار، كرة القدم، أخبار الطقس، وأسعار العملات وغير ذلك من المواضيع.

(1) - <http://faculty.yu.edu.jo/adel/DownloadHandler.ashx?pg> ( le 30/03/2011 à 12:49)

(2) - جمال خليل الدهشان، مرجع سابق، ص: 18.

(3) - <http://faculty.yu.edu.jo/adel/DownloadHandler.ashx?pg> ( le 30/03/2011 à 12:49)

2- الخدمات التجارية والمصرفية:

وتشمل تبادل الأموال وعمليات الشراء والبيع، كدفع مستحقات المشتريات، وشراء التذاكر للسفر، وكذا دفع الفواتير وتحويل الأموال، والبحث عن أقرب الآلات لسحب النقود من الهواتف المتحركة.

3- التوعية الاجتماعية والأمنية والصحية:

تشكل هذه الخدمة مدخلا جديدا للمؤسسات المختلفة الحكومية والأهلية لتوصيل رسالتها التوعوية من خلال أجهزة الهواتف المحمولة، من خلال إرسال رسائل نصية بذلك، وخاصة في الحالات التي تستدعي الوصول السريع إلى الناس.

4- الترويج والإعلان:

أصبح الإعلان عن طريق الهاتف النقال أمرا عاديا، حيث يتم الإعلان عن الخدمات والأحداث المنتظرة وكذا السلع المختلفة.

5- خدمات الانترنت:

توفر الأنظمة الجديدة للهاتف النقال خدمة الاتصال بشبكة الانترنت، والاطلاع على البريد الإلكتروني، والمشاركة في الدردشة والشبكات الاجتماعية، وكذا الكتابة في المدونات وغير ذلك من التطبيقات.

6- الألعاب والتسلية:

أصبحت معظم الأجهزة الجديدة عبارة عن محطة مصغرة للألعاب الإلكترونية والتفاعلية، كما أنها أصبحت قادرة على تشغيل ملفات MP3 و MP4، وبالتالي إتاحة إمكانية الاستماع للمواد المسجلة كالأغاني والمحاضرات وكذا مشاهدة الكليبات والأفلام وغيرها، بالإضافة إلى إمكانية استقبال الإذاعة والتلفزيون، كما تستخدم الرسائل القصيرة ورسائل الوسائط المتعددة لتبادل النكات والطرائف في شكل نصوص أو صور أو فيديو.

7- الترجمة الفورية:

تتوفر خدمة الترجمة في الأجهزة الجديدة إما ضمن التكنولوجيا التي يحملها الجهاز نفسه، أو تقوم إحدى الجهات بترجمة النصوص القصيرة آليا أو بواسطة فرق الترجمة.

8- الخدمات الأمنية:

وتشمل التطبيقات مراقبة حركة المرور وعمليات الإنقاذ والغوث في حالات الكوارث، وغير ذلك من التطبيقات الأمنية.

9- خدمات تحديد المواقع:



تعمل بعض الهواتف النقالة على خدمة الملاحة، التي تعتمد على الأقمار الصناعية لنظام تحديد المواقع العالمي (GPS)، والذي يمتاز بقدرته العالية على تحديد المواقع الجغرافية للأشخاص والإبلاغ عنها.<sup>(1)</sup>

10- خدمة التعليم:

تسمح الأجهزة النقالة ومن بينها الهواتف المحمولة من الوصول إلى الأفراد في أي مكان وفي أي وقت، وبالتالي فإنه بالإمكان الاستعانة بالهاتف النقال في العملية التعليمية من خلال إرسال المواد المقررة والمحاضرات وغير ذلك من المواد البيداغوجية التي تيسر عملية التعلم. بالإضافة لهذه الاستخدامات للهاتف النقال، هناك بلا شك استخدامات أخرى، لم يتم الإشارة إليها، وعموما فإن استخدام الهاتف النقال قد غزا كل مناحي الحياة الاجتماعية والاقتصادية وغيرها للأفراد، ولا يوجد مجال إلا وأصبح بالإمكان أن يستعمل فيه الهاتف النقال.

#### 6- التداعيات السلبية للهاتف النقال على المجتمع:

أدى الانتشار السريع للهاتف النقال في بعض المجتمعات، إلى الاهتمام به كنوع أو كغاية في حد ذاته وليس كوظيفة، وهذا ما يحدث عادة مع المبتكرات الجديدة الموجهة للاستعمال الجماهيري. كما أحدث انتشار الهاتف النقال، تغييرات سلبية في طبيعة العلاقات الاجتماعية وفي بعض القيم والمبادئ (العزلة، التشتت الذهني...) نتيجة الاستغناء عن التنقل، والتعامل مع أكثر من قناة معرفية في وقت واحد أو في أوقات متقاربة جدا.<sup>(2)</sup>

بقدر ما ساعدت الهواتف النقالة في تحقيق الشعور بالأمان للأفراد نتيجة اتصالهم اللحظي بالعالم من حولهم، فإن ذلك خلف مشاكل اجتماعية عدة، رصدتها الكاتبة كريستين روزن في مقال نشر لها أواخر 2004 في دورية The New Atlantis.

- 1- أسهمت الهواتف النقالة في جعل الاتصال الدائم بين الأفراد ممكنا وهذا ما جعل الأفراد أقل قدرة على اتخاذ القرارات الهامة في حياتهم دون تأثيرات جانبية من الآخرين.
- 2- أدى الاتصال الدائم إلى حدوث حالة من التشتت الذهني للأفراد، فتجد أن جسده المادي موجود أمامك، أما عقله وتفكيره فمرتبط بأشخاص آخرين قد يبعدون عنه آلاف الأميال.
- 3- تغيرت الكثير من المفاهيم الاجتماعية والأخلاقية الراسخة، والتي لا يمكن إدراك حجمها قبل مضي بضع سنوات على الأقل.

(1) - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، مرجع سابق، ص: 298-300.  
(2) - فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص: 132.

- 4- أدى الاتصال اللحظي إلى إلغاء ما كان يعرف بساعات العمل المحدودة، وأصبح الكثير من الموظفين تحت الطلب، طبقا لقاعدة 24/24 ساعة في اليوم و7/7 أيام في الأسبوع.
- 5- أسهمت هذه الأجهزة في إدخال الكثير من العادات الاجتماعية الغربية على المجتمعات المحافظة.
- 6- أسهمت أيضا في تمكين بعض الأشخاص من التحايل على القوانين، وتسهيل ارتكابهم للكثير من الجرائم.
- 7- مكنت هذه التكنولوجيا بعض الأفراد من تحقيق مكاسب مادية طائلة، في المقابل أدت ببعض أصحاب الدخل المالية المنخفضة إلى الإنفاق على أجهزتهم النقلة على حساب احتياجاتهم.<sup>(1)</sup>

وبالإضافة لما ذكرته كريستين روزن، هناك عيوب أخرى للهاتف النقال منها:

- لقد عزز الهاتف النقال الخصوصية حتى بين أفراد الأسرة الواحدة، حيث أصبح كل فرد يعيش مع نفسه متخذا الهاتف المحمول كرفيق دائم له.
  - كما خفف بل وقضى في بعض الحالات على جماليات الصداقة والعلاقات الاجتماعية الحميمة، التي فقدت الكثير من جديتها وطبيعتها.
  - كما أثر على الحس الوجداني بين الأفراد، فالمتلقي للرسائل القصيرة تنعدم عنده اللذة الحسية والفرحة التي كان يشعر بها عند تلقيه للرسائل الورقية العادية.<sup>(2)</sup>
- وهكذا فإن للهاتف النقال تأثير كبير على طبيعة التفاعل الاجتماعي، وكذا على العلاقات الاجتماعية، وهذا ما أدى إلى العزلة الإرادية للأفراد وحتى الاغتراب في بعض الأحيان.

(1) -<http://amjad68.jeeran.com/archive/2008/6/587011.html> ( le 20/10/1010 à 11:25 )

(2) -<http://alola.maktoobblog.com> ( le 28/01/1011 à 14:43 )

# الفصل الخامس

الاستعمال التكنولوجي للإعلام والاتصال الحديثة في العلاقات الاجتماعية

تعتبر الانترنت والهاتف النقال من أهم وسائل الإعلام والاتصال الحديثة، التي تشهد تطور متسارع ومستمر، وتعد فئة الشباب أكثر فئات المجتمع ارتباطا وتفاعلا مع الجديد والمستحدث، لذا فإن هذه الفئة هي الأكثر استخداما وتبنيا لهاتين الوسيلتين، وهذا في مختلف دول العالم. وإذا كانت هذه الشريحة من الشباب تتمثل في طلبة الجامعات فإن ارتباطها بالانترنت سوف يزداد، نتيجة للحاجة إليها في مجال الدراسة وإنجاز البحوث، وكذا من أجل التواصل مع الأسرة والزملاء. كما يعتبر الهاتف النقال أكثر من ضروري لأي طالب من أجل اتصالاته بالآخرين، وكذا استخدامه في العديد من المجالات الحياتية الأخرى.

والطلبة في الجزائر كغيرهم من طلبة بلدان العالم الأخرى، يعتبروا من أكثر الشرائح الشبانية تبنيا للانترنت والهاتف النقال، فهم يستخدمون الانترنت في جميع مجالات حياتهم، ومع اختلاف عادات وأنماط هذا الاستخدام من طالب إلى آخر، إلا أنهم مضطرون للاعتماد عليها في دراستهم، وفي التعرف على آخر الأخبار والأحداث التي تدور في العالم، كما تعتبر الانترنت وسيلة أساسية للتسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ، وذلك سواء من خلال مشاهدة الأفلام والأغاني المصورة، أو الألعاب الإلكترونية، أو الدردشة في مختلف المواضيع مع أشخاص آخرين من مناطق مختلفة من العالم. وبالإضافة إلى ما سبق تستخدم الانترنت في الاتصال بالأهل والأصدقاء والزملاء، وحتى مع أشخاص افتراضيين بغرض التعرف عليهم وتكوين صداقات جديدة.

كما ينتشر - إن لم نقل يعم- استخدام الهاتف النقال في الوسط الطلابي، وخاصة الأجهزة الأكثر حداثة منه، وذلك لكون الطلبة الأكثر ولوعا بهذه التكنولوجيا، وذلك لقدرتهم على استخدامها والتحكم في تطبيقاتها أكثر من غيرهم. وأصبح الهاتف النقال يستخدم في العديد من الأغراض والمجالات، فبالإضافة إلى الاستخدامات الاتصالية كالمكالمات الهاتفية ورسائل SMS و MMS، انتشر اهتمام الطلبة بالخدمات والتطبيقات التي تتيحها الأجهزة المتطورة من الهواتف النقالة، كإمكانية الدخول على الانترنت، ومشاهدة التلفزيون، والاستماع إلى الموسيقى، والتصوير، والألعاب، وغير ذلك من الخدمات والتطبيقات المتجددة.

ونتيجة للانتشار الواسع لاستخدام الانترنت والهاتف النقال، فقد دخل جميع مناحي الحياة، ولعل من أهمها العلاقات الاجتماعية، حيث أصبحت الانترنت فضاء للتواصل الاجتماعي وحتى فضاء لتكوين مجتمعات افتراضية. حيث أصبح إرسال رسالة بالبريد الإلكتروني أو التحدث عبر Skype يغني عن القيام بالزيارات في العديد من الحالات والمناسبات.

وكذلك الأمر بالنسبة للهاتف النقال، حيث حلت المكالمات الهاتفية مكان الاتصال وجها لوجه في أمور عديدة، وأصبحت رسائل SMS عادة لتبادل التهاني في المناسبات والأعياد، وبذلك أصبحت الانترنت والهاتف النقال وسائل ضرورية لممارسة الحياة الاجتماعية.

ولم يقف استخدام الانترنت والهاتف النقال في العلاقات الاجتماعية عند هذا الحد بل تجاوزه إلى أمور أكثر حساسية وخصوصية، فقد أصبحت الانترنت فضاء للبحث عن الأصدقاء والأزواج، وذلك من العديد من المواقع المتخصصة في الدردشة والزواج وحتى الشبكات الاجتماعية، والتي تتيح إمكانية الاختيار من بين كم هائل من الأشخاص من الجنسين ومن مختلف الجنسيات، وبمختلف الأشكال والألوان. ولكون تكلفة الاتصال زهيدة، يبقى هؤلاء الأصدقاء على اتصال لساعات طويلة مستخدمين كل تطبيقات الاتصال والتي من أهمها الدردشة بالصوت والصورة، وهذا ما يؤدي إلى التعارف أكثر والتوصل إلى الإعجاب المتبادل، وبالتالي الدخول في علاقات عاطفية قد تؤدي إلى الزواج. ونفس الشيء بالنسبة للهاتف النقال، فقد أدى انخفاض تكلفة الاتصال إلى زيادة مدة اتصال الأفراد. وهذا ما أدى إلى اللجوء إلى تجريب أرقام جديدة بهدف البحث على أشخاص يريدون التحدث معهم، وعند العثور على الطرف الآخر تستمر المكالمات الطويلة، والتي كثيرا ما تنتهي بعلاقة عاطفية متينة أثمرت العديد منها بالزواج. وهكذا فقد أصبحت الانترنت والهاتف النقال وسائل للبحث عن الطرف الآخر.

## I- تحليل البيانات:

### \* مجتمع البحث وخصائصه:

- جدول رقم 01: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	الجنس
50	60		ذكر
50	60		أنثى
%100	120		المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 01، أن توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس يتكون من 50% ذكور و 50% إناث، أي 60 ذكر و60 أنثى، وبالتالي فإن عدد أفراد العينة هو 120 مفردة. كما يتضح تساوي عدد الذكور مع عدد الإناث، وهذا راجع إلى اعتماد الباحث على العينة القصدية ذات الحصص المتساوية، وذلك من أجل منح إمكانية الظهور المتساوي لكلا الجنسين، نظرا لتعذر الحصول على النسب الحقيقية للطلبة والطالبات في الجامعة.

- جدول رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الكلية:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	الجنس
16.66	20		العلوم والتكنولوجيا (تكنولوجيا)
16.66	20		العلوم الإنسانية والاجتماعية (اجتماع)
16.66	20		العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير (اقتصاد)
16.66	20		العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة (دقيقة)
16.66	20		الحقوق والعلوم السياسية (حقوق)
16.66	20		الأدب واللغات (آداب)
%100	120		المجموع

يلاحظ من خلال الجدول رقم 02، أن توزيع أفراد العينة حسب متغير الكلية، كان متساويا في كل الكليات أي 20 مفردة لكل كلية (10 ذكور و 10 إناث)، وهذا ما يمثل 16.66 % لكل كلية. وهذا راجع للاعتماد على العينة القصدية ذات الحصص المتساوية، لتعذر الحصول على القوائم المضبوطة لعدد الطلبة بكل كلية، وحتى يكون هناك تمثيل متساوي لكل كلية بغض النظر عن العدد الحقيقي لطلبتها وما يمثله هذا العدد بالنسبة للعدد الإجمالي لطلبة الجامعة.

### I-I- عادات وأنماط استخدام الطلبة للانترنت والهاتف النقال:

- جدول رقم 03: يبين مستخدمي الانترنت:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة استخدام الانترنت
90	108	نعم
10	12	لا
%100	120	المجموع

يظهر من الجدول رقم 03، أن نسبة من يستخدمون الانترنت من الطلبة هو 90 % أي 108 مفردة، في حين أن الطلبة الذين لا يستخدمون الانترنت تبلغ نسبتهم 10 % وهو ما يعادل 12 طالب. ومن هذا يتضح أن عدد الطلبة المستخدمين للانترنت أكبر بكثير من الطلبة الغير مستخدمين لها، وهذا ما يعبر كذلك على انتشار استخدام الانترنت في أوساط الطلبة باعتبارها وسيلة جديدة و جذابة، والشباب عموما متلهف لاستخدام الجديد وتجربيه، كما يضطر الطلبة أحيانا إلى اللجوء إلى شبكة الانترنت من أجل إعداد بحوثهم ومذكراتهم، نتيجة لنقص المراجع بالمكتبات الجامعية وندرتها في بعض التخصصات، كما أن استخدام الانترنت من أجل التواصل مع الأصدقاء (الواقعيين والافتراضيين) وكذا الأهل والأقارب بدأ يأخذ مكانه في استخدامات الطلبة للانترنت.

- جدول رقم 04: يبين مستخدمي الانترنت حسب متغير الجنس:

الجنس		أنثى		ذكر		استخدام الانترنت
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
83.33	50	96.	58	58	50	نعم
16.66	10	3.33	02	02	10	لا
%100	60	%100	60	60	60	المجموع

يتبين من الجدول رقم 04، أن الذكور أكثر استخداما للانترنت من الإناث، حيث يظهر أن 96% من أفراد العينة من الذكور يستخدمون الانترنت، في حين أن نسبة من يستخدم الانترنت من الإناث تقدر ب 83.33 %. وهي نسبة أقل مما وجده الباحث السيد أحمد مصطفى عمر في جامعة الشارقة أين بلغت نسبة الطالبات المستخدمات للانترنت 100%،<sup>(1)</sup> وهذا ما يشير إلى أن الطالبة الجزائرية مازالت متأخرة في مجال استخدام الانترنت، وأن للذكر سبق في هذا المجال، وهذا لعدد من الأسباب، ولعل من أهمها أن الدخول على شبكة الانترنت مازال في أغلب الأحوال يكون من خلال مقاهي الانترنت، والمرأة في بعض المجتمعات مازالت تحجم عن الدخول لهذه الأماكن، وكذلك قلقة الاشتراك الأسري، وعدم توفر قاعات الانترنت المتاحة لطلبة التدرج في كل كليات الجامعة، وقلة الأجهزة المتاحة في الإقامات الجامعية، هذا من جهة ومن جهة أخرى قد يعود

(1)- السيد أحمد مصطفى عمر، تأثير استخدام الانترنت على مشاهدة التلفاز "بحث ميداني على عينة من طالبات جامع الشارقة"، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية والإنسانية، المجلد 03، العدد 01، فبراير 2006، ص: 193.

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

الأمر إلى الطالبة في حد ذاتها وطريقة تربيتها، وعدم احتكاكها بهذا العالم من قبل وعدم قدرتها على تشغيل جهاز الكمبيوتر، مما يجعلها تتجنب الدخول للانترنت، إضافة إلى تخصصها وما له من تأثير في إجبارها على البحث عبر هذه الشبكة.

- جدول رقم 05: يبين مقدار الوقت الذي يقضيه الطلبة مع الانترنت:

النسبة	التكرار	الوقت	
		التكرار والنسبة	
30.55	33	أقل من ساعة	في الجلسة الواحدة
41.66	45	بين ساعة وساعتين	
27.77	30	أكثر من ساعتين	
%100	108	المجموع	
55.55	60	أقل من 5 ساعات	في الأسبوع
27.77	30	ما بين 5 و15 ساعة	
4.62	05	ما بين 15 و20 ساعة	
12.03	13	أكثر من 20 ساعة	
%100	108	المجموع	

### أولاً: في الجلسة الواحدة:

يظهر الجدول رقم 05، أن أغلب مستخدمي الانترنت يجلسون أمام الكمبيوتر ما بين ساعة وساعتين، وهذا ما يمثل 41.66 % من مستخدمي الانترنت، وهو يتوافق مع النتيجة التي توصل إليها الباحث نايف بن ثنيان آل سعود حيث "أثبتت نتائج التحليل أن 48.8 % من أفراد عينة البحث يقضون من ساعة إلى ساعتين أمام الانترنت"<sup>(1)</sup> ويأتي بعده من يستخدمون الانترنت لأقل من ساعة في الجلسة الواحدة وهو ما يمثل 30.55 %، وأخيراً من يستخدمون الانترنت لأكثر من ساعتين في الجلسة الواحدة وهو ما يمثل 27.77 %، ومن خلال ما سبق يتضح أن من يستخدمون الانترنت لأغراض البحث عن أمور معينة (يستغرقون أقصر وقت ممكن) أكثر من أولئك الذين يستخدمون الانترنت بغرض الدردشة واللعب والتواصل الاجتماعي (الذين يستغرقون وقت أطول في العادة). ومن هذا نستنتج أن استخدام الانترنت في الأمور الجادة مازال يحتل الصدارة بين الطلبة، ولكن هذا لا يعني أن مستخدمي الانترنت في اللهو واللعب مازالوا في بدايتهم، ولكنه بدأ في التطور وبلوغ نسبتهم 27.77 % لأكبر دليل على ذلك. وزيادة هذه النسبة تعود إلى زيادة اشتراك الأسر في الانترنت، مما يتيح للطلبة من الجنسين تجريب استخدام الانترنت في جميع المجالات وفي جميع الأوقات ولساعات طويلة.

(1)- نايف بن ثنيان آل سعود، مرجع سابق، ص: 370.



و "كلما زاد متوسط ساعات استخدام الإنسان للانترنت، قل الوقت الذي يقضيه مع أناس حقيقيين وتكوين علاقات اجتماعية مباشرة معهم".<sup>(1)</sup>

### ثانيا: في الأسبوع:

من خلال الجدول رقم 05، يتضح أن أغلب الطلبة يستخدمون الانترنت لأقل من 5 ساعات في الأسبوع، وتبلغ نسبتهم 55.55 %، في حين تبلغ نسبة الطلبة الذين يستخدمون الانترنت ما بين 5 و15 ساعة في الأسبوع 27.77 %، كما أن عدد الطلبة الذين يستخدمون الانترنت لأكثر من 20 ساعة في الأسبوع في ازدياد إذ بلغت نسبتهم 12.03 %، وهي نسبة لا بأس بها وتعبّر على توجه جديد للطلبة نحو زيادة الوقت الذي يقضونه أمام جهاز الكمبيوتر، مما يؤدي إلى إدمانهم على الانترنت، وهذا يعود إلى ازدياد عدد العائلات المشتركة في الانترنت، والتي تتيح بذلك لأبنائها إمكانية الدخول في أي وقت وبالمقدار الذي يريدونه، وحتى بدون رقابة في كثير من الحالات.

- جدول رقم 06: يبين مقدار الوقت الذي يقضيه الطلبة مع الانترنت حسب متغير الجنس:

الوقت		الجنس	
		ذكور	أنثى
ك	%	ك	%
أقل من ساعة	16	27.58	34
بين ساعة وساعتين	30	51.72	30
أكثر من ساعتين	12	20.68	36
المجموع	58	%100	%100
في الأسبوع			
أقل من 5 ساعات	34	58.62	52
ما بين 5 و15 ساعة	14	24.13	32
ما بين 15 و20 ساعة	04	6.89	02
أكثر من 20 ساعة	06	10.34	14
المجموع	58	%100	%100

### أولاً: في الجلسة الواحدة:

يظهر من خلال الجدول رقم 06، أن أزيد من نصف الذكور المبحوثين يستخدمون الانترنت ما بين ساعة وساعتين في الجلسة الواحدة، أي بنسبة 51.72 %، ثم يليهم من يستخدم الانترنت لأقل من ساعة في الجلسة الواحدة، أي بنسبة 27.58 %، في حين أن أزيد من ثلث الطالبات المبحوثات يستخدمن الانترنت لأكثر من ساعتين، أي بنسبة 36 %، ويليهما من يستخدمن الانترنت لأقل من ساعة في الجلسة الواحدة، بنسبة 34 %، و مما سبق يتضح أن أغلبية الإناث يستخدمن الانترنت لأكثر من ساعتين أي أنهن أكثر نهما في استخدام الانترنت من الذكور،

(1)- سارة صالح عيادة الخمشي، الآثار الاجتماعية السلبية لاستخدام الفتاة في مرحلة المراهقة للانترنت، مجلة علوم إنسانية WWW.ULUM.NL ، السنة السابعة، العدد 45، شتاء 2010، ص: 02.

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

ولكن يتساوى الجنسين في الاختيار الثاني بأن كلاهما يستخدمان الانترنت لأقل من ساعة في الجلسة الواحدة، ومنه نستنتج أن هناك تقارب في الأوقات التي يقضيها الجنسين في استخدام الانترنت في الجلسة الواحدة.

### ثانياً: في الأسبوع:

يتضح من الجدول رقم 06، أن أغلب الذكور المبحوثين يستخدمون الانترنت لأقل من 5 ساعات في الأسبوع، وذلك بنسبة تقدر بـ 58.62 %، وكذلك الأمر بالنسبة للطالبات المبحوثات، حيث تقدر نسبة من يستخدمن الانترنت لأقل من 5 ساعات في الأسبوع بـ 52 %، ثم يأتي 24.13 % من الذكور المبحوثين الذين يستخدمون الانترنت ما بين 5 و 15 ساعة في الأسبوع، و 32 % من الطالبات المبحوثات اللواتي يستخدمن الانترنت ما بين 5 و 15 ساعة في الأسبوع، ومنه يمكن استنتاج أن هناك تقارب كبير في الأوقات التي يقضيها كل من الذكور والإناث في استخدام الانترنت في الأسبوع.

ومن خلال ما سبق يتضح أن استخدام الطلبة للانترنت معتدل إن لم نقل أنه منخفض نتيجة للأرقام السابقة، حيث يقدر معدل الوقت الذي يقضيه الطلبة (ذكور وإناث) أمام الانترنت في الأسبوع بأقل من 50 دقيقة في اليوم، وهذا معدل منخفض للغاية، خاصة إذا علمنا أن سرعة الدخول على الانترنت المتاحة منخفضة هي الأخرى، مما يعني أن ما يحصل عليه الطلبة عموماً من الانترنت شيء قليل للغاية.

### - جدول رقم 07: يبين الأوقات المفضلة لاستخدام الانترنت:

الأوقات المفضلة		التكرار والنسبة	التكرار	النسبة
في اليوم	الصباح	20	17.39	
	المساء	30	26.08	
	الليل	56	48.69	
	آخر الليل	09	7.82	
	المجموع	*115	%100	
في الأسبوع	في نهاية الأسبوع	28	25.92	
	في أيام الأسبوع العادية	36	36.11	
	في كل أيام الأسبوع	44	40.74	
	المجموع	108	%100	

\* عدد الاختيارات أكثر من عدد مستخدمي الانترنت لأن المبحوث بإمكانه اختيار أكثر من خيار واحد.

### أولاً: في اليوم:

يتبين من الجدول رقم 07، أن أغلب الطلبة يفضلون الدخول على شبكة الانترنت في الليل بنسبة تقدر بـ 48.69 %، وتليها فترة المساء بنسبة 26.08 %، وهي الأوقات المثالية لدخول

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

الانترنت، فبالنسبة للفترة المسائية فهي تتيح للطلبة التوجه إلى مقاهي الانترنت بعد انتهاء الدراسة، وفي الليل يدخل الطلبة للانترنت في المنازل والأحياء الجامعية وكذا مقاهي الانترنت، لأنها الفترة التي يرتاح فيها الطلبة والتي تتميز بالطول لذلك يفضلها الطلبة.

### ثانياً: في الأسبوع:

من خلال الجدول رقم 07، يتضح أن أغلب الطلبة يفضلون الدخول على شبكة الانترنت في كل أيام الأسبوع بنسبة 40.74 %، وتليها أيام الأسبوع العادية (أيام العمل) بنسبة 26.11 %، في حين أن فترة نهاية الأسبوع احتلت المؤخرة بنسبة 25.92 %. ومما سبق يتضح أن الأوقات المفضلة لاستخدام الانترنت في اليوم هي الليل، وذلك بعد الانتهاء من الدراسة والتحضير للبحوث التي ستلقى في الأيام الموالية، وهذا ما يفسر كذلك تفضيل الطلبة الإقبال على الانترنت في كل أيام الأسبوع، لأن لهم فسحة الليل والتي تتيح لهم استخدام الانترنت دون انتظار نهاية الأسبوع أو أيام الأسبوع العادية (أيام العمل)، لأن مقاهي الانترنت تعمل في الغالب كل أيام الأسبوع وكذلك قاعات الانترنت في الأحياء الجامعية، إضافة إلى زيادة عدد الأسر المشتركة في الانترنت، وهذا ما يتيح للطلبة الدخول للانترنت يومياً.

### - جدول رقم 08: يبين الأوقات المفضلة لاستخدام الانترنت حسب متغير الجنس:

الوقت		الجنس			
		ذكر		أنثى	
		ك	%	ك	%
في اليوم	الصباح	11	17.74	09	16.98
	المساء	13	20.96	17	45.28
	الليل	32	29.62	24	32.07
	آخر الليل	06	9.67	03	5.66
	المجموع	62	%100	53	%100
في الأسبوع	في نهاية الأسبوع	17	29.31	11	22
	في أيام الأسبوع العادية	19	32.75	17	34
	في كل أيام الأسبوع	22	37.93	22	44
	المجموع	58	%100	50	%100

### أولاً: في اليوم:

يتضح من خلال الجدول رقم 08، أن أغلب الطلبة الذكور المبحوثين يفضلون الدخول على شبكة الانترنت في الليل، وهذا بنسبة 29.62 %، في حين أن الإناث المبحوثات يفضلن الدخول للانترنت في الفترة المسائية وهذا بنسبة 45.28 %. ومن خلال ما سبق فإن تفضيل الذكور الليل من أجل الدخول للانترنت يعود إلى أن سرعة تدفق الانترنت تكون أفضل في الليل، و إلى إمكانية خروجهم من المنازل والأحياء الجامعية والذهاب لمقاهي الانترنت، بالإضافة إلى دخولهم من خلال الاشتراك المنزلي وقاعات الانترنت في الأحياء الجامعية، وبالنسبة للإناث فإن تفضيلهن للفترة

المسائية من أجل دخول شبكة الانترنت فيعود إلى أن مقاهي الانترنت هي أهم منافذ الدخول إلى شبكة الانترنت، وإلى عدم إمكانية خروجهن في الليل من المنازل والأحياء الجامعية.

#### ثانياً: في الأسبوع:

من الجدول رقم 08، يظهر أن كلا من الذكور والإناث المبحوثون يفضلون الدخول إلى الانترنت طيلة أيام الأسبوع، بالنسبة للذكور 37.93 % و بالنسبة للإناث 44 % . وهذا قد يعود إلى إمكانيات الطلبة (ذكور وإناث)، التي تسمح بولوج عالم النت من خلال عدة أماكن في الجامعة والمنزل ومقاهي الانترنت، وربما يعود هذا إلى شدة ارتباط الطلبة بالانترنت من خلال البحوث والعلاقات التي يكونوا قد كونوها من خلال الانترنت.

#### - جدول رقم 09: يبين أماكن تصفح الانترنت:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة
36.44	43	أماكن استخدام الانترنت المنزل
28.81	34	المقهى
17.79	21	الجامعة
16.94	20	حسب الظروف
100%	*118	المجموع

\* عدد الاختيارات أكثر من عدد مستخدمي الانترنت لأن المبحوث بإمكانه اختيار أكثر من خيار واحد.

يلاحظ من خلال الجدول رقم 09، أن أغلبية الطلبة المبحوثين يستخدمون الانترنت في المنزل بنسبة 36.44 %، وهذا بسبب زيادة عدد الأسر المشتركة في الانترنت، و هذه النتائج تتوافق مع ما جاء في دراسة علي بن عبد الله عسيري وأن أغلب جمهور الانترنت يرتبطون بالشبكة عن طريق المنازل<sup>(1)</sup> في حين تبلغ نسبة الطلبة الذين يستخدمون الانترنت في مقاهي الانترنت 28.81 %، وهذا ما يبين أن مقاهي الانترنت مازالت لها مكانتها كمنفذ لدخول الانترنت، كما يفسر ذلك أن هناك طلبة مقيمين في الأحياء الجامعية، يحتم عليهم الأمر دخول الانترنت من هذه المقاهي حتى ولو كانوا من أسر لها اشتراك في الانترنت، وجود ما نسبته 16.94 % من الطلبة المبحوثين الذين يدخلون الانترنت من خلال قاعات الانترنت المتاحة لطلبة التدرج في الجامعة، يوضح أن هناك جهود لأجل إتاحة الانترنت في مختلف كليات الجامعة لهذه الشريحة من الطلبة.

(1)- علي بن عبد الله عسيري، الآثار الأمنية لاستخدام الانترنت، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2003، ص ص: 81- 82.

- جدول رقم 10: يبين أماكن تصفح الانترنت حسب متغير الجنس:

الجنس	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
المنزل	17	28.81	26	44.06
المقهى	21	35.59	13	22.03
الجامعة	11	18.64	10	16.94
حسب الظروف	10	16.94	10	16.94
المجموع	59	%100	59	%100

يتضح من خلال الجدول رقم 10، أن نسبة الطالبات المبحوثات اللواتي يستخدمن الانترنت في المنازل تصل إلى 44.06 %، وهذا بسبب كون الإناث يفضلن البقاء في المنازل على الذهاب إلى مقاهي الانترنت، في حين تبلغ نسبة الذكور المبحوثين الذين يستخدمون مقاهي الانترنت لتصفح الانترنت 35.59 %، وهذا نتيجة حب الذكور للخروج من المنازل وخاصة في الليل، وكذلك حتى يتمكنوا من تصفح الانترنت مع زملائهم وأصدقائهم، وبحثا على المزيد من الحرية في تصفح مختلف المواقع. ومنه يظهر أن الذكور أكثر ترددا على مقاهي الانترنت وهذا ما يتوافق مع ما جاء في دراسة علي بن عبد الله عسيري<sup>(1)</sup> و الجدير بالذكر أن استخدام الانترنت في الجامعة يحتل المرتبة الثالثة بالنسبة للجنسين، وهذا يعود إلى قلة أجهزة الكمبيوتر المتوفرة في مختلف الكليات مقارنة بالعدد المتزايد من الطلبة، وحتى غياب قاعات الانترنت الموجهة لفئة طلبة التدرج في بعض الكليات.

- جدول رقم 11: يبين معية تصفح الانترنت:

معية التصفح	التكرار والنسبة	التكرار	النسبة
بمفردك		47	40.86
مع الأصدقاء والزملاء		19	16.52
مع أفراد العائلة		05	4.34
حسب الظروف		44	38.26
المجموع		*115	%100

\* عدد الاختيارات أكثر من عدد مستخدمي الانترنت لأن المبحوث بإمكانه اختيار أكثر من خيار واحد.

يلاحظ من الجدول رقم 11، أن أغلب الطلبة المبحوثين يفضلون تصفح الانترنت منفردين، حيث تقدر نسبتهم بـ 40.86 %، وهذا يعود إلى أن هؤلاء الطلبة يفضلون الخصوصية في تصفح مواقع الانترنت، لذلك لا يشركون حتى أفراد عائلاتهم، "وهذا السؤال يدل في رأينا على أن الانترنت هي بالدرجة الأولى وسيلة شخصية وإذا استخدمت بصفة غير فردية فإنه يعني لدينا أن الغرض سواء من أجل المساعدة العلمية (الدخول إلى المواقع، البحث عن كتب...)، أو بغرض

(1)- علي بن عبد الله عسيري، مرجع سابق، ص: 09.

حماية الخصوصية التي هي حديث الساعة فيما يخص استخدام الانترنت<sup>(1)</sup>. كما تقدر نسبة المبحوثين الذين يتصفحون الانترنت حسب الظروف (مفردين أو مع الآخرين) بـ 38.26 %، وهذا يعود إلى كون المبحوثين من فئة الطلبة الذين يمكن أن يشتركوا في إعداد البحوث والمذكرات مع بعض، ما يحتم عليهم البحث في الانترنت مع بعض، وكذلك لكون الطلبة شديدي الحرص على إطلاع أصدقائهم وزملائهم على آخر ما عثروا عليه في الشبكة من مواقع مثيرة وغريبة وغير ذلك. و كذلك فإن بعض الطلبة يستخدمون الانترنت مع إخوتهم الصغار باعتبارهم القدوة والأكثر معرفة بعالم الانترنت.

- جدول رقم 12: يبين معية تصفح الانترنت حسب متغير الجنس:

معية التصفح	الجنس	
	ذكور	أنثى
	التكرار	النسبة
بمفردك	33	54.09
مع الأصدقاء والزملاء	08	13.11
مع أفراد العائلة	02	3.27
حسب الظروف	18	29.50
المجموع	61	100%
		54
		25.92

يتضح من الجدول رقم 12، أن 54.09 %، من الذكور المبحوثين يستخدمون الانترنت بمفردهم، وهذا راجع إلى حبهم للخصوصية في استخدام هذه الوسيلة، وتلي ذلك نسبة 29.50 % من الذكور المبحوثين الذين يتصفحون الانترنت حسب الظروف (بمفردهم أو مع الآخرين) وهذا يعود إلى اشتراك الذكور في بحوث مع زملائهم أو نتيجة تعليمهم لأفراد من عائلاتهم كإخوتهم الصغار. في حين يتضح أن 48.14 % من الإناث المبحوثات يفضلن تصفح الانترنت حسب الظروف (بمفردهن أو مع الآخرين) وهذا يعود إلى استخدام الإناث للانترنت في المنزل مع أفراد عائلتهن وحتى مع صديقاتهن، وكذلك ذهابهن إلى مقاهي الانترنت في رفقة زميلاتهن في الدراسة ممن يشتركن معهن في البحوث، وتلي ذلك نسبة 25.92 % من الإناث المبحوثات ممن يستخدمن الانترنت بمفردهن نتيجة حرصهن على خصوصيتهن في التصفح.

(1)- بورحلة سليمان، مرجع سابق، ص: 152.

- جدول رقم 13: يبين الغرض من تصفح الانترنت:

الغرض	التكرار والنسبة	التكرار	النسبة
البريد الإلكتروني	29	13.12	
الدرشة	48	21.71	
البحث عن معلومات معينة	75	33.93	
معرفة الأخبار	29	13.12	
الترفيه والألعاب	20	9.04	
المشاركة في المنتديات	12	5.42	
تعلم اللغات	08	3.61	
المجموع	*221	%100	

\* عدد الاختيارات أكثر من عدد مستخدمي الانترنت لأن المبحوث بإمكانه اختيار أكثر من خيار واحد.

يلاحظ من الجدول رقم 13، أن 33.93 % من الطلبة المبحوثين يتصفحون الانترنت بغرض البحث عن معلومات معينة، وهذا يعبر على أن الطلبة يستخدمون الانترنت في الأمور الجادة، أي في إعداد البحوث والمذكرات، يلي هذا استخدام الانترنت بغرض الدردشة بنسبة 21.71 %، وهذا يعود إلى رغبة الطلبة في التواصل مع زملائهم وأصدقائهم وحتى مع الغرباء من أجل مناقشة المواضيع المختلفة، يلي ذلك استخدام الانترنت بغرض معرفة الأخبار والبريد الإلكتروني، وهذا ما يتوافق مع ما جاء في دراسة بورحلة سليمان<sup>(1)</sup> وهذا لأجل الاطلاع على مختلف الأخبار الوطنية والدولية خصوصا مع التطورات التي تشهدها ثورات الشعوب العربية ضد الحكام، واستعمال البريد الإلكتروني من أجل تبادل المعلومات و الاطمئنان على الأصدقاء والزملاء والأهل والأقارب.

- جدول رقم 14: يبين الغرض من تصفح الانترنت حسب متغير الجنس:

الغرض	الجنس		الذكور		الأنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
البريد الإلكتروني	19	15.07	10	10.52		
الدرشة	24	19.04	24	25.26		
البحث عن معلومات معينة	37	29.36	38	40		
معرفة الأخبار	22	17.46	07	7.36		
الترفيه والألعاب	11	8.73	09	9.47		
المشاركة في المنتديات	08	6.34	04	4.21		
تعلم اللغات	05	3.96	03	3.15		
المجموع	*126	%100	95	%100		

يتضح من الجدول رقم 13، أن 29.36 % من الذكور المبحوثين يتصفحون الانترنت بغرض البحث عن معلومات معينة، أي أن هؤلاء الذكور يستخدمون الانترنت في دراستهم وتكوينهم المعرفي، وفي الاطلاع على مختلف المعلومات و المعارف، وتحتل الدردشة المرتبة الثانية في

(1)- بورحلة سليمان، مرجع سابق، ص: 148.

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

تفضيلات الطلبة الذكور بنسبة تقدر بـ 19.04 %، وهذا يعود إلى اهتمام هؤلاء المبحوثين بالاتصال والتواصل مع الآخرين عن طريق هذه الخدمة. كما يتضح من هذا الجدول أن الإناث المبحوثات يستخدمن الانترنت كذلك بغرض البحث عن معلومات معينة، ولكن بنسبة أعلى تصل إلى 40 %، وهذا ما يدل على شدة تمسكهن بالاستخدام الجيد للانترنت بغرض الدراسة والاطلاع على المعلومات المفيدة لهن، ونفس الشيء بالنسبة للدراسة فهي تحتل المرتبة الثانية في تفضيلات الطالبات وبنسبة أكبر تقدر بـ 25.26 %، وهذا يعود إلى رغبتهم في الاتصال والتواصل مع الآخرين لأغراض مختلفة. ومما سبق يظهر "عدم تمييز الذكور عن الإناث في دوافع استخدام الانترنت، ف كلا الجنسين يستعمل الانترنت، وأن استخدامها ليس وقفا على جنس معين دون آخر". (1)

### - جدول رقم 15: يبين عادات تصفح مواقع الويب:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	العادة
48.14	25	موقعا واحدا	من حيث عدد المواقع
56.48	61	من 2 إلى 6 مواقع	
20.37	22	أكثر من 6 مواقع	
100%	108	المجموع	
23.14	25	تقرأ العناوين فقط	من حيث طريقة التصفح
1.85	02	تشاهد الصور فقط	
31.42	33	تشاهد العناوين والصور	
44.44	48	تتصفح الموضوع كاملا	
100%	108	المجموع	
20.37	22	غالبا ما تشارك	من حيث المشاركة
42.59	46	تشارك أحيانا	
17.59	19	نادرا ما تعلق	
19.44	21	لا تعلق أبدا	
100%	108	المجموع	
18.65	25	تتصفحها فقط	من حيث التعامل مع المواضيع
10.44	14	تكتبها بيدك	
47.07	63	تحملها	
16.41	22	تطبعتها	
7.46	10	ترسلها بـ e-mail	
100%	*134	المجموع	

\* عدد الاختيارات أكثر من عدد مستخدمي الانترنت لأن المبحوث بإمكانه اختيار أكثر من خيار واحد.

### أولاً: من حيث عدد المواقع:

يتضح من الجدول رقم 15، أن أغلب الطلبة المبحوثين يتصفحون من 02 إلى 06 مواقع انترنت في الجلسة الواحدة وهذا بنسبة تقدر بـ 56.48 %، وهذا يعود إلى رغبة الطلبة في

(1)- تحسين بشير منصور، مرجع سابق، ص: 187.



الحصول على كم هائل من المعلومات في وقت واحد وكذلك من أجل استغلال ضعف تدفق الانترنت لصالحهم، ففي انتظار فتح موقع أو صفحة يحتاجونها يشاهدون صفحة أو موقع آخر قد يجدون فيه معلومات مفيدة لهم. في حين أن 48.14 % من الطلبة المبحوثين يفضلون تصفح موقع واحد في الجلسة الواحدة وذلك بغية الاطلاع الجيد على المواضيع التي يتناولها.

#### ثانياً: من حيث طريقة التصفح:

يلاحظ من الجدول رقم 15، أن 44.44 % من الطلبة المبحوثين يتصفحون الموضوع كاملاً أي بكل جزئياته رغم صعوبة الأمر نظراً لكثرة التشعبات والوسائط المتعددة، ولكن هذا يدل على عمق بحثهم وجديتهم في تمحيص المعلومات والإحاطة بكل عناصرها وعدم الاكتفاء بالجزئيات فقط. في حين أن 31.42 % من الطلبة المبحوثين يكتفون بمشاهدة العناوين والصور، أي أنهم يتصفحون هذه المواقع بشكل سريع يشمل أبرز العناصر فيها فقط دون الرغبة في قراءة أو مشاهدة المحتوى الكامل.

#### ثالثاً: من حيث المشاركة:

يتضح من الجدول رقم 15، أن 42.59 % من الطلبة المبحوثين يشاركون أحياناً في المواضيع التي يتصفحونها، وهذا يعود إلى عدم تعودهم على الرد على مختلف المواضيع لأنهم مازالوا لم يتعودوا على البرامج التفاعلية عبر الانترنت، وكذلك لعدم اهتمامهم بالردود بقدر اهتمامهم بالمعلومات التي تخدمهم، وكذلك حتى لطبيعة المواضيع التي يتصفحونها، فالمواضيع التي تتطلبها البحوث في الغالب لا تتطلب تعليقات. في حين أن 20.37 % من الطلبة المبحوثين يشاركون غالباً في المواضيع التي يتصفحونها، ولا شك أن أغلب هذه المواضيع هي مواضيع إخبارية، لأنه يكثر فيها طلب آراء وتعليقات المتصفحين وكذلك سبر آرائهم.

#### رابعاً: من حيث التعامل مع المواضيع:

يلاحظ من الجدول رقم 15، أن 47.07 % من الطلبة المبحوثين يفضلون تحميل المعلومات التي تهمهم، وهذا راجع إلى أن أغلب الطلبة المبحوثين لا يريدون تضييع فرصة العثور على هذه المعلومات، ويحملوها كاملة ويختاروا ما يحتاجونه منها لاحقاً، من خلال أجهزة الكمبيوتر المكتبية أو المحمولة والتي أصبحت متوفرة لأغلب الطلبة، ويحتفظوا بالمعلومات الأخرى في وحدات التخزين التي تتيح لهم الاحتفاظ بكم هائل من المعلومات. وبالمقابل هناك 18.65 % من الطلبة المبحوثين الذين يتصفحون مواقع الانترنت فقط أي يشاهدوا محتواها دون الاحتفاظ بأي شيء، وهؤلاء ربما يتصفحون مواضيع متنوعة ومتفرقة ولا يحتاجون إليها في دراستهم وبحثهم.

- جدول رقم 16: يبين عادات تصفح مواقع الويب حسب متغير الجنس:

الجنس		العادة	
ذكور	أنثى	ذكور	أنثى
ك	%	ك	%
11	18.96	14	28
36	62.06	25	50
11	18.96	11	22
58	%100	50	%100
17	29.31	08	16
00	00	02	04
18	31.03	15	30
23	39.65	25	50
58	%100	50	%100
12	20.68	10	20
20	34.48	26	52
13	22.41	06	12
13	22.41	08	16
58	%100	50	%100
17	25	08	12.12
05	7.35	09	13.63
32	47.05	31	46.96
10	14.70	12	18.18
04	5.88	06	9.09
68	%100	66	%100

**أولاً: من حيث عدد المواقع:**

يتضح من الجدول رقم 16، أن 62.06 % من المبحوثين الذكور يتصفحون من 02 إلى 06 مواقع في الجلسة الواحدة، كما أن نصف الإناث المبحوثات يفضلن كذلك تصفح من 02 إلى 06 مواقع في الجلسة الواحدة. ويعود اهتمام الطلبة (ذكور وإناث) بتصفح هذا العدد من المواقع في الجلسة الواحدة، إلى رغبتهم في الحصول على أكبر قدر من المعلومات في أقصر وقت ممكن، وكذلك من أجل استغلال نقص سرعة الانترنت لصالحهم، أي انتظار فتح موقع أو صفحة يقضيه الطالب في تصفح موقع آخر، كما يلاحظ من الجدول تساوي نسبة الذكور الذين يتصفحون موقعا واحدا مع أولئك الذين يتصفحون أكثر من 06 مواقع، وتبلغ نسبتهم 18.96%. أما الطالبات المبحوثات فإن ثاني فئة هي فئة اللواتي يتصفحن موقعا واحدا وتقدر نسبتهن بـ 28%.

**ثانياً: من حيث طريقة التصفح:**

من خلال الجدول رقم 16، يظهر أن 39.65 % من الذكور المبحوثين و 50 % من الإناث المبحوثات يفضلون تصفح الموضوع كاملا على مواقع الانترنت، وهذا ما يتيح لهم إمكانية الإحاطة بالموضوع وفهمه جيدا، ويزيد من إمكانية استخدامه في بحوثهم ودراساتهم عموما، كما أن

31.03 % من الذكور المبحوثين و30 % من الإناث المبحوثات يكتفون بمشاهدة العناوين والصور أثناء تصفحهم لمواقع الانترنت، أي أن تصفحهم شكلي ولا يتضمن أي عمق بحكم أنهم سريعي التنقل بين المواضيع والصفحات وحتى المواقع.

### ثالثا: من حيث المشاركة:

يلاحظ من خلال الجدول رقم 16، أن 34.48 % من الذكور المبحوثين و 52 % من الإناث المبحوثات يشاركون أحيانا في المواضيع التي يطلعون عليها عبر الانترنت، وهذا يعود إلى أن المواضيع التي يفضلها الطلبة والخاصة ببحوثهم ودراساتهم لا تتطلب ترك تعليقات في أغلب الأحيان، بالنسبة للإناث هذه المشاركة هي أقل من نظيراتها في جامعة الشارقة حيث "التفاعل عبر الانترنت جاء في المرتبة الأولى عند نسبة 44%"<sup>(1)</sup> حسب دراسة السيد مصطفى احمد عمر. كما أن 22.41 % من الذكور المبحوثين لا يعلقون إلا نادرا ونفس النسبة منهم لا تعلق أبدا، في حين أن 20 % من الإناث المبحوثات يشاركن غالبا، ومما سبق يتضح أن الإناث أكثر مشاركة من الذكور أي أنهم أكثر حرصا على ترك بصماتهم على مواقع الانترنت.

### رابعا: من حيث التعامل مع المواضيع:

من خلال الجدول رقم 16، يظهر أن 47.05 % من الذكور المبحوثين و 46.96 % من الطالبات المبحوثات يفضلون تحميل المواضيع التي يحتاجونها، وهذا حتى يستطيعوا الاطلاع عليها بشكل جيد لاحقا، وكذلك حتى يتمكنوا من دراستها جيدا وتحديد الأجزاء أو العناصر التي يمكنهم توظيفها في بحوثهم. في حين يلاحظ أن 25 % من الذكور المبحوثين يقومون بتصفح المواضيع التي تهمهم فقط، ومن هذا يتضح أن هذه المواضيع ربما تهمهم لغرض الاطلاع فقط كالمواضيع الإخبارية والفنية التي يهتم الذكور بالاطلاع عليها، و أما الفئة الثانية من الطالبات المبحوثات فتفضل طباعة المواضيع التي تهمها بنسبة 18.18 %، أي أنهم حريصات على الاحتفاظ بهذه المعلومات مطبوعة، وربما يعود هذا إلى عدم امتلاكهن لأجهزة كمبيوتر لأجل إعادة قراءتها بتمهل.

(1)- السيد أحمد مصطفى عمر، مرجع سابق، ص: 206.

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

- جدول رقم 17: يبين مدى استغناء الطلبة عن الانترنت:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة
38.88	42	نعم
61.11	66	لا
%100	108	المجموع

يلاحظ من خلال الجدول رقم 17، أن 61.11 % من الطلبة المبحوثين المستخدمين للانترنت، لا يستطيعون الاستغناء عنها، وهذا دليل على بداية تعلق الطلبة بهذه الوسيلة، رغم أن استخدامهم لها مازال أقل من 05 ساعات في الأسبوع كما مر سابقا، ولكن عدم قدرة الأغلبية الاستغناء على الانترنت تشير كذلك إلى أن هذه الوسيلة قد أصبح لها مكانة في حياة الطلبة، من حيث هي وسيلة للبحث والاتصال والتعارف والتسلية والترفيه وغير ذلك من الخدمات الكثيرة التي تتيحها هذه الوسيلة، والتي تمكن الطلبة من الاطلاع على الجديد وتعميق معارفهم في مختلف المجالات، وغير ذلك من المزايا الكثيرة التي ستعود بالفائدة على الطلبة المداومين على استخدام الانترنت.

- جدول رقم 18: يبين مدى استغناء الطلبة عن الانترنت حسب متغير الجنس:

الجنس		الاستغناء	
أنثى	ذكر	النسبة	التكرار
34	17	43.10	25
66	33	56.89	33
%100	50	%100	58

من خلال الجدول رقم 18، يظهر أن 56.89 % من الذكور المبحوثين و66 % من الطالبات المبحوثات لا يستطيعون الاستغناء عن استخدام الانترنت، ومن هذا يظهر أن الطالبات أكثر اهتماما وارتباطا بالانترنت من الطلبة الذكور، وذلك رغم أن أغلبهم لا يستطيع التخلي أو الاستغناء على الانترنت. وارتباط الطلبة (ذكورا وإناثا) بالانترنت سيمكنهم من الاستفادة أكثر من خدمات الانترنت المتعددة، ويجعلهم ولو نظريا أكثر اطلاعا على مختلف القضايا من غيرهم من الطلبة ولاسيما في مجال تخصصاتهم.

- جدول رقم 19: يبين استخدام الطلبة للهاتف النقال:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة
26.66	32	بانتظام
73.33	88	حسب الظروف
%100	120	المجموع

يلاحظ من خلال الجدول رقم 19، أن 73.33 % من الطلبة المبحوثين يستخدمون الهاتف

النقال حسب الظروف، بينما 26.66 % يستخدمونه بانتظام، ومن هذا يظهر أن كل الطلبة

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

يستخدمون الهاتف النقال، ولكن نسبة من يستخدمونه حسب الظروف تفوق بكثير نسبة أولئك الذين لا يقطعون عن استخدامه رغم أن نسبتهم تقترب من ثلث المستخدمين، وهذا لأن هذه الوسيلة في الحقيقة لا تستخدم إلا في أغراض معينة أي حسب الظروف، وخصوصا في جانب الاتصالات الذي هو الغرض الأسمى من تبني واستعمال هذه الوسيلة، فالطالب مهما كثرت اتصالاته فإنه مجبر على التوقف لأنه مطالب بحضور الدروس وبالذهاب إلى المكتبة وبالتواصل وجها لوجه مع زملائه وأصدقائه.

- جدول رقم 20: يبين استخدام الطلبة للهاتف النقال حسب متغير الجنس:

الاستخدام	الجنس			
	ذكر	أنثى		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
بانظام	19	31.66	13	21.66
حسب الظروف	41	68.33	47	78.33
المجموع	60	%100	60	%100

يتضح من الجدول رقم 20، أن أغلب الطلبة المبحوثين (إناثا وذكورا) يستخدمون الهاتف النقال حسب الظروف، حيث أن 78.33 % من الإناث وكذلك 68.33 % من الذكور يستخدمون الهاتف النقال حسب الظروف، في حين أن نسبة الذكور الذين يستخدمون الهاتف النقال بشكل منتظم تفوق نسبة الإناث بـ 10 %، وهذا يدل على أن الذكور أكثر ارتباطا بالهاتف النقال وأنهم الأكثر مداومة على استخدامه من الإناث.

- جدول رقم 21: يبين مقدار الوقت الذي يقضيه الطلبة في المكالمات الهاتفية:

الوقت	التكرار والنسبة		
	التكرار	النسبة	
في المكالمة الواحدة	أقل من 5 دقائق	48	40
	من 5 إلى 10 دقائق	27	22.5
	من 10 إلى 20 دقيقة	12	10
	من 20 إلى 30 دقيقة	12	10
	أكثر من 30 دقيقة	21	17.5
	المجموع	120	%100
في اليوم	أقل من ساعة	76	63.33
	من ساعة إلى ساعتين	29	24.16
	من 2 إلى 4 ساعات	07	5.83
	أكثر من 4 ساعات	08	6.66
	المجموع	120	%100

**أولاً: في المكالمات الواحدة:**

يتضح من الجدول رقم 21، أن 40 % من الطلبة المبحوثين يستخدمون الهاتف النقال لمدة تقل

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

عن 5 دقائق في المكالمات الواحدة، و يليها 22.5 % من الطلبة المبحوثين الذين يستخدمون الهاتف النقال ما بين 5 و10 دقائق في المكالمات الواحدة، ومن هذا يظهر أن أكثر من نصف الطلبة المبحوثين يستخدمون الهاتف النقال في الحالات الطارئة فقط وبالقدر المعقول لقضاء مصالحهم، وأنهم لا يستخدمونه من أجل الأحاديث المطولة.

### ثانياً: في اليوم:

يلاحظ من خلال الجدول رقم 21، أن 63.33 % من الطلبة المبحوثين يستخدمون الهاتف النقال لأقل من ساعة يومياً، وهذا ما يؤكد ما سبق ذكره في أن أغلب الطلبة يستخدمون الهاتف النقال لقضاء حاجاتهم الهامة والطارئة فقط، وأنهم لا يستخدمونه لأمر أخرى كالتكلم لساعات مع الأصدقاء والغرباء، ومن هذا فإن الهاتف النقال عند أغلبية هؤلاء الطلبة يعتبر وسيلة للتواصل مع الآخرين ولكن بقدر محدود وفي الحالات الضرورية فقط. غير أنه لا بد من الإشارة إلى أن هناك من الطلبة من يستخدمون الهاتف النقال لأكثر من 4 ساعات في اليوم، وتبلغ نسبتهم 6.66 % و على صغر هذه النسبة إلا أنها تعبر على توجه جديد نحو الإدمان على استخدام الهاتف النقال في أوساط الطلبة.

- جدول رقم 22: يبين مقدار الوقت الذي يقضيه الطلبة في المكالمات الهاتفية حسب متغير الجنس:

الوقت		الجنس	
ك	%	ك	%
أقل من 5 دقائق	33	55	25
من 5 إلى 10 دقائق	14	23.33	21.66
من 10 إلى 20 دقيقة	03	05	15
من 20 إلى 30 دقيقة	06	10	10
أكثر من 30 دقيقة	04	6.66	28.33
المجموع	60	%100	%100
أقل من ساعة	47	78.33	48.33
من ساعة إلى ساعتين	10	16.66	31.66
من 2 إلى 4 ساعات	02	3.33	8.33
أكثر من 4 ساعات	01	1.66	11.66
المجموع	60	%100	%100

### أولاً: في المكالمات الواحدة:

من خلال الجدول رقم 22، يظهر أن 55 % من الطلبة الذكور المبحوثين يستخدمون الهاتف النقال لأقل من 5 دقائق في المكالمات الواحدة، في حين أن أغلب الإناث المبحوثات أي 28.33 % يستخدمن الهاتف النقال لأكثر من 30 دقيقة في المكالمات الواحدة، وهذه النسبة تقترب منها الطالبات اللواتي يستخدمن الهاتف النقال لأقل من 5 دقائق في المكالمات الواحدة والتي تقدر بنسبة 25. %

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

ومع ذلك فإنه يمكن الإشارة إلى أن الإناث أكثر اتجاها في التطويل في المكالمات الهاتفية عبر الهاتف النقال من الذكور، وهذا يعود إلى طبيعة النساء التي تتميز بكثرة الكلام.

### ثانيا: في اليوم:

يتضح من خلال الجدول رقم 22، أن 78.33 % من الطلبة الذكور المبحوثين يستخدمون الهاتف النقال لأقل من ساعة يوميا في حين تبلغ نسبة الطالبات المبحوثات اللواتي يتحدثن نفس المدة 48.33 %، وأما نسبة الطالبات اللواتي يتحدثن من ساعة إلى ساعتين في اليوم فتقدر بـ 31.66 % . وهذا ما يفسر ما سبق الإشارة إليه من أن الإناث أكثر كلاما من خلال الهاتف النقال من الذكور، وهذا يعود إلى حميمية اتصالات النساء وخاصة الطالبات المقيمات مع أفراد عائلاتهن أو مع صديقاتهن في الجامعات الأخرى، وغير ذلك من الاتصالات التي لا تستطيع الأنثى أن تنتهيها في أقل من ساعة. كما تجدر الإشارة إلى أن هناك 11.66 % من الطالبات يستخدمن الهاتف النقال لأكثر من 4 ساعات في اليوم، وهذا أكبر دليل على أن الإناث أكثر استخداما للهاتف النقال من الذكور.

### - جدول رقم 23: يبين الأوقات المفضلة لاستخدام الهاتف النقال:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	
		الأوقات المفضلة	
26.24	37	الصباح	في اليوم
41.13	58	المساء	
23.40	33	الليل	
9.21	13	آخر الليل	
%100	*141	المجموع	
13.33	16	في نهاية الأسبوع	في الأسبوع
32.5	39	في أيام الأسبوع العادية	
54.16	65	في كل أيام الأسبوع	
%100	120	المجموع	

\* عدد الاختيارات أكثر من عدد مستخدمي الهاتف النقال لأن المبحوث بإمكانه اختيار أكثر من خيار واحد.

### أولا: في اليوم:

يلاحظ من خلال الجدول رقم 23، أن 41.13 % من الطلبة المبحوثين يفضلون إجراء مكالماتهم الهاتفية في الفترة المسائية، أي بعد الانتهاء من الدراسة، ولكون هذه الفترة مناسبة لكل أفراد المجتمع ولا ينزعج أحد من تلقي المكالمات في هذه الفترة من اليوم، ويليها 26.24 % من الطلبة المبحوثين الذين يفضلون الفترة الصباحية لإجراء اتصالاتهم عبر الهاتف النقال، وذلك من أجل الالتقاء بالأصدقاء والزملاء وقضاء مختلف حاجياتهم الضرورية و التي لا تقبل التأجيل، وخصوصا الأمور التي تدخل في الدراسة وإعداد البحوث.

**ثانياً: في الأسبوع:**

يتضح من الجدول رقم 23، أن أكثر من نصف الطلبة المبحوثين أي 54.16% يفضلون إجراء المكالمات الهاتفية بالهاتف النقال في كل أيام الأسبوع، وذلك لأن طبيعة هذه المكالمات لا تتطلب أوقات محددة، وإنما قد يحتاج إليها المرء في أي وقت وفق تطورات الحياة اليومية ومتطلباتها، ولذلك فإن الطلبة في تصرفهم هذا إنما هم يخضعون لمتطلبات هذه الوسيلة الطبيعية والجاهزة في أي لحظة من لحظات اليوم للتواصل مع الآخرين، كما أن 32.5% من الطلبة المبحوثين يفضلون أيام الأسبوع العادية (أيام العمل) لإجراء مكالماتهم، وهذا يعود إلى أن هذه الفئة من الطلبة قد تكون من الناس الذين يعطون أهمية لعطلة نهاية الأسبوع، من أجل جعلها فرصة للتواصل الاجتماعي وجها لوجه مع الأهل والأقارب والأصدقاء وكذلك للعبادة خاصة يوم الجمعة، وجعل أيام الأسبوع العادية (أيام العمل) للتواصل بالهاتف النقال وقضاء المصالح مع الأشخاص الذين يتعذر عليه لقائهم وجها لوجه..

**- جدول رقم 24: يبين الأوقات المفضلة لاستخدام الهاتف النقال حسب متغير الجنس:**

الوقت		الجنس			
		ذكر		أنثى	
		ك	%	ك	%
في اليوم	الصباح	23	33.33	14	19.44
	المساء	28	40.57	30	41.66
	الليل	15	21.73	18	25
	آخر الليل	03	4.34	10	13.88
	المجموع	69	%100	72	%100
في الأسبوع	في نهاية الأسبوع	12	20	04	6.66
	في أيام الأسبوع العادية	20	33.33	19	31.66
	في كل أيام الأسبوع	28	46.66	37	61.66
	المجموع	60	%100	60	%100

**أولاً: في اليوم:**

من خلال الجدول رقم 24، يظهر أن أغلب الطلبة المبحوثين (ذكورا وإناثا) يفضلون الفترة المسائية من اليوم لإجراء مكالماتهم الهاتفية عبر الهاتف النقال، حيث يفضل 40.57% من الذكور هذه الفترة وكذلك 41.66% من الإناث، وتعتبر هذه الفترة مناسبة للتحدث مع أي شخص دون الخوف من إزعاجه، كما أنها الفترة التي يرتاح فيها الطلبة من الدراسة، وثاني فترة مفضلة لذا الذكور هي الفترة الصباحية بنسبة تقدر بـ 33.33%، وهذا لأجل التخطيط للالتقاء وقضاء أمور أخرى لا تحتل الانتظار، في حين فإن ثاني فترة مفضلة لذا الإناث هي فترة الليل، وهذه الفترة ربما تكون مناسبة للإناث المقيمت في الأحياء الجامعية للتحدث مع أفراد الأسرة، وكذلك تشغلها الطالبات في محادثتهن الغرامية الطويلة.



**ثانياً: في الأسبوع:**

من خلال الجدول رقم 24، يظهر أن 46.66% من الذكور المبحوثين و61.66% من الطالبات المبحوثات يفضلون إجراء مكالماتهم الهاتفية في كل أيام الأسبوع، وهذا دليل على اعتماد الطلبة على هذه الوسيلة في كافة اتصالاتهم مع الآخرين وتوظيفها في قضاء مختلف الحاجيات، كما يلاحظ كذلك أن هناك عدد قليل من الذكور الذين يستخدمون الهاتف النقال في نهاية الأسبوع، وتقدر نسبتهم بـ 20%، وعدد أقل بكثير من الطالبات اللواتي يستخدمن الهاتف النقال في هذه الفترة، حيث قدرت نسبتهم بـ 6.66% فقط، وهذا قد يعود إلى اهتمام الطلبة (ذكورا وإناثا) بتخصيص فترة نهاية الأسبوع للعلاقات الاجتماعية الواقعية، وخاصة أولئك المقيمين في الأحياء الجامعية، حيث يعودون إلى منازلهم ليلتقوا بأهلهم وأصدقائهم.

**- جدول رقم 25: يبين أماكن استخدام الهاتف النقال أكثر:**

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة أماكن استخدام الهاتف
35.43	45	المنزل
40.94	52	الجامعة
3.14	04	وسائل النقل
20.47	26	حسب الظروف
%100	*127	المجموع

\* عدد الاختيارات أكثر من عدد مستخدمي الهاتف النقال لأن المبحوث بإمكانه اختيار أكثر من خيار واحد.

يلاحظ من خلال الجدول رقم 25، أن 40.39% من الطلبة المبحوثين يستخدمون الهاتف النقال أكثر عندما يكونون في الجامعة، وهذا يعود إلى أن أغلب اتصالاتهم مع زملائهم في الدراسة، أو أنهم يجدون راحتهم في الجامعة في التواصل مع الآخرين عن طريق الهاتف النقال بدل الاحتكاك والتواصل وجها لوجه مع الآخرين. كما أن 35.43% منهم يكثر استخدامهم للهاتف النقال في المنزل، وهذه الفئة من الطلبة ربما تفضل الاتصال بالأصدقاء والزملاء عن طريق الهاتف النقال بدل التفاعل وجها لوجه مع أفراد العائلة، أو أنهم يجدون الراحة في التكلم مع الآخرين وهم في المنزل.

**- جدول رقم 26: يبين أماكن استخدام الهاتف النقال أكثر حسب متغير الجنس:**

أنثى		ذكر		الجنس أماكن استخدام الهاتف
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
42.18	27	28.57	18	المنزل
37.5	24	44.44	28	الجامعة
00	00	6.34	04	وسائل النقل
20.31	13	20.63	13	حسب الظروف
%100	64	%100	63	المجموع

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

يتبين من الجدول رقم 26، أن أغلب الطلبة الذكور المبحوثين أي 44.44% يكثر من استخدام الهاتف النقال عندما يكونوا بالجامعة، وهذا ربما يعود إلى أن أغلب اتصالاتهم مرتبطة بزملاء الدراسة، ويظهر كذلك أن 28.57% من الذكور تكثر مكالماتهم عبر الهاتف النقال لما يكونوا في المنزل، وهذا قد يرجع لضعف الاتصال الأسري وقلة تفاعلهم مع أفراد أسرهم. في حين أن الطالبات المبحوثات تكثر اتصالاتهن بالهاتف النقال لما يكن في المنزل، وهذا بنسبة تقدر بـ 42.18% وذلك ربما يعود لأنهن يشعرن بالراحة أكثر في استخدام الهاتف النقال، خاصة وأن مكالمتهن تتميز بالطول حسب ما سبق، كما أن 37.5% منهن تكثر مكالمتهن لما يكن بالجامعة، وهذا يعود إلى كثرة استخدام الهاتف النقال في الاتصال مع الزملاء والأصدقاء، وكذا الاتصال بالمنزل بالنسبة للطالبات المقيمات في الأحياء الجامعية.

### - جدول رقم 27: يبين خدمات الهاتف النقال الأكثر تفضيلاً من طرف الطلبة:

الخدمة	التكرار والنسبة	التكرار	النسبة
المكالمات العادية	90	36.29	
البريد الصوتي	03	1.20	
SMS رسائل	42	16.93	
MMS رسائل	01	0.40	
الدخول على الانترنت	12	4.83	
مشاهدة التلفزيون	06	2.41	
الاستماع للإذاعة	16	6.45	
التصوير	29	11.69	
الاستماع إلى الموسيقى ومشاهدة مقاطع الفيديو	49	19.75	
المجموع	*248	100%	

\* عدد الاختيارات أكثر من عدد مستخدمي الهاتف النقال لأن المبحوث بإمكانه اختيار أكثر من خيار واحد.

من خلال الجدول رقم 27، يتضح أن 36.29% من الطلبة المبحوثين يفضلون المكالمات العادية من بين الخدمات الأخرى التي يقدمها الهاتف النقال، وهذا يعود إلى أن هذه الخدمة تعتبر أهم خدمات الهاتف النقال، وهي الأصل والدافع لامتلاكه، كما أنها تتيح الاتصال المباشر مع الطرف الآخر وفي الوقت الحقيقي ودون حاجة لأي وسيط، بينما 19.75% من الطلبة المبحوثين يفضلون استخدام الهاتف النقال من أجل الاستماع إلى الموسيقى ومشاهدة مقاطع الفيديو، وهذا يعود إلى تطور أجهزة الهاتف النقال المدمج مع مشغل MP3 و MP4، إضافة إلى احتواء هذه الأجهزة على بطاقة ذاكرة قادرة على تخزين كم هائل من المعلومات ذات الوسائط المتعددة، وكذلك لوجود برامج تشغيل الفيديو الخاصة بأجهزة الهواتف النقالة والتي تتيح مشاهدة نقية للصور وحتى تلك المصورة بتقنية HD. وفي المرتبة الثالثة تأتي رسائل SMS والتي يفضلها 16.93% من الطلبة المبحوثين، والتي تستخدم في الغالب عند تعذر الاتصال بالطرف الآخر أو نتيجة لرغبة المتصل

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

في أن تظل الكلمات التي يرسلها باقية في جهاز الطرف الآخر، خاصة إذا كانت هذه الكلمات تعبر عن مشاعر وعواطف معينة، كما تستعمل عندما يريد أحد المتصلين إيصال رسالة إلى الطرف الآخر دون الرغبة في محادثته.

- جدول رقم 28: يبين خدمات الهاتف النقال الأكثر تفضيلاً من طرف الطلبة حسب متغير الجنس:

الخدمة	الجنس			
	أنثى	ذكر		
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
المكالمات العادية	38	42.97	52	29.92
البريد الصوتي	01	1.65	02	0.78
SMS رسائل	23	15.70	19	18.11
MMS رسائل	01	00	00	0.78
الدخول على الإنترنت	05	5.78	07	3.93
مشاهدة التلفزيون	03	2.47	03	2.36
الاستماع للإذاعة	09	5.78	07	7.08
التصوير	19	8.26	10	14.96
الاستماع إلى الموسيقى ومشاهدة مقاطع الفيديو	28	17.35	21	22.04
المجموع	127	%100	121	%100

يتبين من خلال الجدول رقم 28، أن 42.97% من الذكور المبحوثين و 29.92% من الطالبات المبحوثات يفضلون المكالمات العادية عند استخدامهم للهاتف النقال على الخدمات الأخرى، وهذا يعود إلى رغبتهم في الاتصال المباشر مع الآخرين، بينما 17.35% من الذكور و 22.04% من الإناث يفضلون استخدام الهاتف النقال في الاستماع إلى الموسيقى ومشاهدة مقاطع الفيديو، وهذا لكون فئة الطلبة من الشباب المولع بالاستماع إلى الأغاني ومشاهدة مقاطع الفيديو المأخوذة في أغلب الحالات من موقع اليوتيوب Youtube أو التي يصورها الطلبة ويتبادلونها فيما بينهم. كما أن 15.70% من الذكور و 18.11% من الإناث يفضلون إرسال رسائل SMS، وهذا لكون هذه الرسائل تغنيهم عن المكالمات العادية وتوصل ما يريدون قوله للآخرين، وكذلك لكون هذه الرسائل أكثر تعبيراً في المسائل الغرامية بين الجنسين لإمكانية الرجوع إليها مرات عديدة.

- جدول رقم 29: يبين تصرفات الطلبة اتجاه المكالمات الواردة:

النسبة	التكرار	التصرفات	
		التكرار والنسبة	من أحد المعارف
76.66	92	ترد عليه مباشرة	من أحد المعارف
23.33	28	تنتظر حتى يعاود الاتصال	
%100	120	المجموع	
23.33	28	لا ترد على المكالمة	من رقم جديد
22.5	27	ترد عليها مباشرة	
15	18	تنتظر حتى يعاود الاتصال	
39.16	47	تفتح وتستمع ولا تتكلم	
%100	120	المجموع	
45	54	لا ترد على المكالمة	من رقم مخفي
12.5	15	ترد عليها مباشرة	
7.5	09	تنتظر حتى يعاود الاتصال	
35	42	تفتح وتستمع ولا تتكلم	
%100	120	المجموع	

**أولاً: من أحد المعارف:**

من خلال الجدول رقم 29، يظهر أن أكثر من ثلاثة أرباع الطلبة المبحوثين أي 76.66% يردون مباشرة على المكالمات الواردة إليهم من أحد معارفهم، وهذا أمر طبيعي حتى لا يتركوا الشخص المتصل بهم يضطر للانتظار أو لمعاودة الاتصال، وكذلك حتى يبينوا له بأنهم مهتمين لأمره ولما يصدر عنه ومستعدين للتفاعل معه وخدمته.

**ثانياً: من رقم جديد:**

يتضح من الجدول رقم 29، أن 39.16% من الطلبة المبحوثين يفتحون على الاتصالات الواردة من أرقام جديدة ولكن يتركون المبادرة للمتصل للحديث حتى يقدم نفسه أو يتعرفوا عليه، أي أنهم لا يكونوا أول من يتحدث، وهذا حتى يتعرفوا على المتصل وبالتالي يحددوا طريقة التحدث معه بناء على ذلك، وهذا شيء جيد حتى لا يخطئوا مع المتصلين لأنهم قد يكونوا من أفراد عائلاتهم أو من أعرص أصدقائهم.

**ثالثاً: من رقم مخفي:**

يلاحظ من خلال الجدول رقم 29، أن 45% من الطلبة المبحوثين لا يردون على الاتصالات الواردة من أرقام مخفية، وذلك لكون أصحاب هذه الأرقام يريدون أن يبقوا مجهولين، ولعدم إمكانية الاتصال بهم، ولذلك فإن أفضل شيء هو تلافي استقبال مكالماتهم، حتى يتصلوا من أرقام معروفة يمكن الاتصال بها لاحقاً.

الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

- جدول رقم 30: يبين تصرفات الطلبة اتجاه المكالمات الواردة حسب متغير الجنس:

العادة		الجنس			
		ذكر		أنثى	
		%	ك	%	ك
من أحد المعارف	ترد عليه مباشرة	75	45	78.33	47
	تنتظر حتى يعاود الاتصال	25	15	21.66	13
	المجموع	%100	60	%100	60
من رقم جديد	لا ترد على المكالمة	16.66	10	30	18
	ترد عليها مباشرة	31.66	19	13.33	08
	تنتظر حتى يعاود الاتصال	21.66	13	8.33	05
	تفتح وتستمع ولا تتكلم	30	18	48.33	29
	المجموع	%100	60	%100	60
من رقم مخفي	لا ترد على المكالمة	35	21	55	33
	ترد عليها مباشرة	16.66	10	8.33	05
	تنتظر حتى يعاود الاتصال	11.66	07	3.33	02
	تفتح وتستمع ولا تتكلم	36.66	22	33.33	20
	المجموع	%100	60	%100	60

**أولاً: من أحد المعارف:**

يتبين من خلال الجدول رقم 30، أن 75% من الذكور المبحوثين و78.33% من الإناث المبحوثات يردون مباشرة على المكالمات الواردة إليهم من أحد المعارف، وهذا دون تردد لأنهم يعرفون من المتصل وما هي طريقة الكلام معه، وحتى لا يتركونه ينتظر ويستجيبون له، وكذلك لأن هذه المكالمات قد تكون لصالحهم.

**ثانياً: من رقم جديد:**

يلاحظ من الجدول رقم 30، أن 31.66% من الذكور المبحوثين يردون مباشرة على المكالمات الواردة من رقم جديد، وهذا لكون الذكور يحبون المغامرة والاتصال مع أي كان، رغم أن هذه النسبة تقترب من نسبة أولئك الذين يفتحون على هذه المكالمات ولا يتكلمون والذين تقدر نسبتهم بـ 30%، وهذا لكونهم يريدون أن يتواصلوا ويتحدثوا مع المتصل ولكن بعد أن يتعرفوا على صوته أو بعد تقديمه لنفسه، حتى يعرفوا كيف يتصرفون أو يتحدثون معه. في حين نجد أن قرابة نصف الطالبات المبحوثات أي 48.33%، يفتحن ولا يتكلمن حتى يتعرفن على المتصل، وذلك من أجل تجنب الدخول في مغامرات مع أشخاص مجهولين قد يداومون على الاتصال بهن لمجرد معرفتهم أن على الطرف الآخر أنثى.

**ثالثاً: من رقم مخفي:**

من خلال الجدول رقم 30، يتضح أن 36.66% من الطلبة الذكور المبحوثين يفتحون على المكالمات الواردة من أرقام مخفية، ولا يتكلمون حتى يتعرفوا على المتصل، وأن 35% منهم يفضلون عدم الرد على هذا النوع من الاتصالات، وذلك من أجل تجنب الإزعاج الذي قد يسببه

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

أولئك المتصلين المجهولين الذين قد يداوموا على الاتصال بهم في أوقات غير مناسبة لمجرد إزعاجهم فقط. كما أن أكثر من نصف الطالبات المبحوثات أي 55% يفضلن عدم الرد على هذه المكالمات لأجل تفادي الإزعاج الذي قد يترتب على الرد على هذه الاتصالات. خاصة أنه قد يكون وراء هذه الأرقام المخفية أشخاص مرضى نفسياً همهم الوحيد هو إزعاج الآخرين.

### - جدول رقم 31: يبين مدى استغناء الطلبة عن الهاتف النقال:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الاستغناء
20	24	نعم
80	96	لا
%100	120	المجموع

يلاحظ من خلال الجدول رقم 31، أن 80% من الطلبة المبحوثين لا يستطيعون الاستغناء عن استخدام الهاتف النقال، وهذا ما يشير إلى تغلغل الهاتف النقال في حياة الطلبة، لدرجة أنهم لا يستطيعون التوقف عن استخدامه، وهذا لما يوفره لهم من مزايا الاتصال والتسلية وحتى البحث والتعلم، ونتيجة كذلك لما وفر لهم من جهد ومال في قضاء حاجياتهم وتسيير حياتهم. وهذا ما توصلت إليه صفاح أمال فاطمة الزهراء حيث أن "معظم المبحوثين عبروا على أنهم لا يستطيعون الاستغناء عنه ولو لدقيقة، ويحملونه في كل مكان طوال اليوم، حتى في الليل، عند النوم فإنه يبقى معهم ودون إغلاقه، حيث يضعونه بالقرب من مكان النوم، وتحت الوسادة المخصصة للنوم".<sup>(1)</sup>

### - جدول رقم 32: يبين مدى استغناء الطلبة عن الهاتف النقال حسب متغير الجنس:

الجنس		الاستغناء	
أنثى	ذكر	النسبة	التكرار
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
16.66	10	23.33	14
83.33	50	76.66	46
%100	60	%100	60
			المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم 32، أن الإناث أكثر ارتباطاً وتعوداً على الهاتف النقال من الذكور، حيث أن 83.33% من الإناث المبحوثات و76.66% من الذكور المبحوثين لا يستطيعون الاستغناء عن استخدام الهاتف النقال، وهذا قد يعود إلى أن الهاتف النقال قد أتاح العديد من المزايا للإناث أكثر من الذكور ومن أهمها، أنه أتاح لهن التعبير عن أنفسهن والتحدث بكل حرية مع الآخرين وفي مختلف المواضيع، الشيء الذي لم يكن متاحاً لأغلب الإناث خاصة في المجتمعات المحافظة. كما استفاد الجنسين من الهاتف النقال في تسهيل حياتهم، وأتاح لهم إمكانية البقاء على اتصال مع الآخرين حتى ولو تباعدوا جغرافياً بسبب الدراسة أو أمور أخرى.

(1)- صفاح أمال فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص: 81.

## II-I- استخدام الطلبة للإنترنت والهاتف النقال في العلاقات الاجتماعية:

- جدول رقم 33: يبين استخدام الطلبة للإنترنت في الاتصال والتواصل:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	
		نوع الموافقة	الاستخدام
83.33	90	نعم	نوع الموافقة
16.66	18	لا	
%100	108	المجموع	
21.51	34	أفراد الأسرة	أطراف الاتصال
24.05	38	الأهل والأقارب	
44.93	71	الأصدقاء والزملاء	
9.49	15	الغرباء	
%100	*158	المجموع	
22.30	31	البريد الإلكتروني	الخدمات المعتمد عليها
30.21	42	الدرشة الكتابية	
15.82	22	الدرشة الصوتية	
14.38	20	الدرشة بالصوت والصورة	
17.26	24	الشبكات الاجتماعية	
%100	*139	المجموع	

\* عدد الاختيارات أكثر من عدد مستخدمي الإنترنت في الاتصال والتواصل لأن المبحوث بإمكانه اختيار أكثر من خيار واحد.

### أولاً: من حيث نوع الموافقة:

يتضح من خلال الجدول رقم 33، أن 83.33% من الطلبة المبحوثين يستخدمون الإنترنت في الاتصال والتواصل، أي أنهم يستخدمونها بغرض الاتصال مع الآخرين وتكوين علاقات معهم، طبعاً زيادة على استخدامها للتسلية والترفيه والبحث العلمي، وهم بذلك يساهمون في التطور الذي تعرفه الإنترنت والمتمثل في تحول مختلف مواقع الإنترنت إلى فضاءات للتواصل، سواء مع المؤسسات (أصحاب هذه المواقع) أو تتيح إمكانية استخدام منافذ في هذه المواقع للاتصال بالأصدقاء والأهل وحتى الغرباء من خلال تعدد برامج الدردشة والشبكات الاجتماعية.

### ثانياً: من حيث أطراف الاتصال:

من خلال الجدول رقم 33، يتضح أن 44.93% من الطلبة المبحوثين يستخدمون الإنترنت من أجل الاتصال والتواصل مع أصدقائهم وزملائهم، وذلك من أجل تبادل المعلومات والاتصال مع الأصدقاء المقيمين في أماكن بعيدة، باستخدام برامج الدردشة التي تتيح الاتصال المجاني بهم ولأوقات غير محددة، كما أن استخدام الإنترنت للاتصال بالأهل والأقارب يحتل المركز الثاني بنسبة 24.05%، وذلك ربما لاتصالهم بالأهل المقيمين في الخارج، كما أن استخدام الإنترنت في الاتصال بأفراد الأسرة يحتل المركز الثالث بنسبة تقدر بـ 21.51%، وذلك لاتصالهم بأفراد الأسرة المقيمين في أماكن أخرى أو لاتصال الطالب المقيم في الحي الجامعي بأفراد أسرته في المنزل،

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

وهذا تطور في استخدام الانترنت من أجل الاتصال الأسري والمحافظة على متانة العلاقات بين الطلبة وأسرهم.

### ثالثاً: من حيث الخدمات المعتمد عليها:

يظهر من خلال الجدول رقم 33، أن 30.21% من الطلبة المبحوثين يستخدمون الدردشة الكتابية أثناء استخدامهم للانترنت في الاتصال والتواصل الاجتماعي، وذلك لأن الدردشة الكتابية من أسهل برامج الدردشة وأبسطها، وهي لا تحتاج لتجهيزات إضافية غير جهاز الكمبيوتر. في حين أن 22.30% من الطلبة المبحوثين مازالوا يستخدمون البريد الإلكتروني، الذي يعد أقدم برامج الاتصال على الانترنت، في اتصالاتهم و تواصلاتهم الاجتماعية، وفي المركز الثالث تأتي الشبكات الاجتماعية بـ 17.26%، والتي تعتبر أحدث برامج وتطبيقات الاتصال والتواصل الاجتماعي، وذلك لما تتيحه هذه الشبكات من إمكانية الاتصال بالآخرين في حلة جديدة تتيح تشكيل مجموعات، كما تتيح للمؤسسات فتح روابط لها على هذه الشبكات، مما يسهل لمستخدمي الشبكات الاجتماعية من الاتصال بمختلف الأفراد وكذلك إمكانية البحث عن الأصدقاء.

- جدول رقم 34: يبين استخدام الطلبة للانترنت في الاتصال والتواصل حسب متغير الجنس:

الوقت	الجنس	ذكر		أنثى	
		ك	%	ك	%
نوع الموافقة	نعم	49	84.48	41	82
	لا	09	15.51	09	18
	المجموع	58	%100	50	%100
أطراف الاتصال	أفراد الأسرة	21	22.58	13	20
	الأهل والأقارب	21	22.58	17	26.15
	الأصدقاء والزملاء	40	43.01	31	47.69
	الغرباء	11	11.82	04	6.15
	المجموع	93	%100	65	%100
الخدمات المعتمد عليها	البريد الإلكتروني	16	21.33	15	23.43
	الدردشة الكتابية	24	32	18	28.12
	الدردشة الصوتية	13	17.33	09	14.06
	الدردشة بالصوت والصورة	11	14.66	09	14.06
	الشبكات الاجتماعية	11	14.66	13	20.31
	المجموع	75	%100	64	%100

### أولاً: من حيث نوع الموافقة:

من خلال الجدول رقم 34، يلاحظ أن 84.48% من الذكور المبحوثين و82% من الطالبات المبحوثات يستخدمون الانترنت في الاتصال والتواصل، ومن هذا يظهر أنه لا يوجد فرق بين الإناث والذكور من حيث استخدامهم للانترنت في الاتصال والتواصل، وأن هناك تقارب بينهما، وهذا يوحي بأن كلاهما واعي بأهمية الانترنت ومسائر لمختلف تطبيقاتها، وهذا ما يتيح لهم إمكانية



الاستفادة منها في مختلف المجالات وخاصة في مجال الاتصال، وذلك بتخفيض تكلفة اتصالاتهم بمعارفهم خاصة الموجودين في الخارج، وحتى إمكانية تكوينهم لعلاقات افتراضية مع أشخاص آخرين لا يعرفونهم في الواقع.

#### ثانياً: من حيث أطراف الاتصال:

يظهر من خلال الجدول رقم 34، أن 43.01% من الذكور المبحوثين و 47.69% من الطالبات المبحوثات، يستخدمون الانترنت من أجل الاتصال بالأصدقاء والزملاء، كما يلاحظ كذلك أن 22.58% من الذكور المبحوثين يستخدمون الانترنت للاتصال بالأهل والأقارب وكذلك أفراد الأسرة. في حين يظهر أن 26.15% من الطالبات المبحوثات يستخدمن الانترنت للاتصال بالأهل والأقارب و 20% منهن يستخدمن الانترنت للاتصال بأفراد الأسرة. وهذا لكون أن أهم خدمة في التواصل هي الدردشة الكتابية والتي بدأت بين الأصدقاء بشكل ترفيهي هزلي، وبعدها بدأت هذه الدردشة في الدخول في الجدية وخاصة مع الانتقال للدردشة الصوتية لتصبح أكثر مصداقية مع استخدام الصوت والصورة فيها، وهذا ما يفسر أن الاتصال بالآخرين بدأ بالأصدقاء لينتهي بأفراد الأسرة.

#### ثالثاً: من حيث الخدمات المعتمد عليها:

من خلال الجدول رقم 34، يظهر أن 32% من الطلبة الذكور المبحوثين و 28.12% من الطالبات المبحوثات يعتمدون على الدردشة الكتابية في استخدامهم للانترنت من أجل الاتصال والتواصل، وذلك لشيوع هذه الخدمة وشهرتها وكذلك لسهولة استخدامها من طرف الطلبة. أما الخدمة الثانية الأكثر استخداماً فهي خدمة البريد الإلكتروني التي يعتمد عليها 21.33% من الذكور المبحوثين و 23.43% من الإناث المبحوثات، وذلك لمصداقية هذه الخدمة واعتمادها على الخصوصية، والتي غالباً ما تستخدم في الأمور الجادة، من أجل تبادل الملفات الهامة بين الأصدقاء والزملاء وحتى استخدامها مع الأساتذة المشرفين على مذكرات التخرج.

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

- جدول رقم 35: يبين استخدام الطلبة للدرشة و/أو الشبكات الاجتماعية:

النسبة	التكرار	الاستخدام	
		التكرار والنسبة	نوع الموافقة
100	90	نعم	نوع الموافقة
00	00	لا	
%100	90	المجموع	
18.88	17	دائما	حجم التردد
4.44	04	غالبا	
31.11	28	أحيانا	
14.44	13	نادرا	
31.11	28	حسب الظروف	
%100	90	المجموع	
22.22	20	من نفس الجنس	
15.55	14	من الجنس الآخر	
62.22	56	من الجنسين	
%100	90	المجموع	
6.72	16	سياسية	المواضيع المناقشة
14.28	34	اجتماعية	
8.40	20	فنية	
5.04	12	اقتصادية	
7.98	19	ثقافية	
15.54	37	علمية	
13.02	31	دينية	
13.86	33	رياضية	
15.12	36	ترفيهية	
%100	*238	المجموع	
36.24	54	التعارف وتكوين صداقات	
15.43	23	مناقشة بعض المواضيع المهمة	
16.77	25	التسلية والترفيه	
21.47	32	البحث عن المعلومات	
5.36	08	البحث عن زوج	
4.69	07	المشاركة فقط	
%100	*149	المجموع	
41.11	37	نعم	تقييم الاسم الحقيقي
58.88	53	لا	
%100	90	المجموع	
14.52	17	برامج مواقع الويب (الغير متخصصة)	برامج الدردشة المعتمد عليها
53.84	63	Skype	
12.82	15	Windows Live Messenger	
18.80	22	Yahoo Messenger	
%100	*117	المجموع	
65	78	Facebook	الشبكات الاجتماعية المستخدمة
10.83	13	Twitter	
20.83	25	Youtube	
00	00	Flickr	
3.33	04	Myspace	
00	00	Hi 5	
%100	*120	المجموع	

\* عدد الاختيارات أكثر من عدد مستخدمي الانترنت في الاتصال والتواصل لأن المبحوث بإمكانه اختيار أكثر من خيار واحد.

### أولاً: من حيث نوع الموافقة:

من خلال الجدول رقم 35، يتضح أن كل الطلبة المبحوثين الذين يستخدمون الانترنت في الاتصال والتواصل الاجتماعي يستخدمون الدردشة و/أو الشبكات الاجتماعية، وهي من أهم خدمات الاتصال والتواصل عبر الانترنت، ولا يمكن أن يكون هناك من يستخدم الانترنت في الاتصال والتواصل دون أن يستخدم هاتين الخدمتين أو واحدة منهما على الأقل.

### ثانياً: من حيث حجم التردد:

يظهر من خلال الجدول رقم 35، أن معظم الطلبة المبحوثين يستخدمون الدردشة و/أو الشبكات الاجتماعية أحياناً أو حسب الظروف وذلك بنسبة متساوية بين الخيارين تقدر بـ 31.11%، وهذا يعود إلى قلة الطلبة الذين أسرهم مشتركة بالانترنت وكذلك لكثرة الطلبة المقيمين في الأحياء الجامعية، والذين لا يجدون الوقت لدخول مقاهي الانترنت والتواصل، فإذا قلت مرات دخول الانترنت فستقل أكثر المرات التي يستخدم فيها الطلبة الانترنت للتواصل عبرها، لأن المرات القليلة عادة ما تستخدم للبحث عن الأمور الهامة والملحة.

### ثالثاً: من حيث الأشخاص المتصل بهم:

يلاحظ من خلال الجدول رقم 35، أن أكثر من نصف الطلبة المبحوثين أي 62.22% يفضلون التواصل مع الجنسين خلال استخدامهم للدردشة و/أو الشبكات الاجتماعية، وهذا ما يوضح أن الطلبة متفتحين وليس متوقعين في الاتصال مع جنسهم أو مع الجنس الآخر فقط، وهذا ما يتيح لهم الدخول في مناقشات مفيدة ومتنوعة المصادر، وكذلك إقامة علاقات مع الآخرين والتعرف على مختلف أفكارهم وآرائهم، مما يفتح الآفاق واسعة أمام الطلبة لتقبل ثقافة الآخر وتقديرها واحترامها، خاصة إذا كان هؤلاء المتصلين بهم من ثقافات أخرى ذات عادات وتقاليد تختلف عن عادات وتقاليد الطلبة.

### رابعاً: من حيث المواضيع المناقشة:

من خلال الجدول رقم 35، يتضح أن 15.54% من الطلبة المبحوثين يفضلون مناقشة المواضيع العلمية، والتي في أغلب الأحوال لها علاقة بتخصصاتهم الدراسية، كما أن 15.12% من الطلبة المبحوثين يناقشون الموضوعات الترفيهية أثناء تواصلهم مع الآخرين عبر الدردشة و/أو الشبكات الاجتماعية، وذلك لإمكانية الاندماج مع الآخرين بسهولة في مناقشة هذا النوع من المواضيع الخفيفة، وفي المركز الثالث تأتي المواضيع الاجتماعية وأحوال المجتمع والتي يهتم بمناقشتها 14.28% من الطلبة المبحوثين، وهذا لأنها تعبر عن قضايا لها حضور في حياة الطلبة.

### خامساً: من حيث أهداف التواصل:

يتضح من خلال الجدول رقم 35، أن أغلب الطلبة أي 36.24% يستخدمون الدردشة و/أو

الشبكات الاجتماعية بغرض التعارف وتكوين صداقات، وذلك للإمكانيات الهائلة التي تتيحها هذه الخدمات في تسهيل حصول الطالب على أصدقاء من مختلف الثقافات وحسب اختياراته، لأنها تتيح إمكانية اختيار تفوق ما هو موجود في الواقع. وهذه النتيجة مخالفة للنتيجة التي توصل إليها الباحث عبد الجواد سعيد محمد ربيع حيث وجد أن التعرف على الأصدقاء يأتي في الترتيب الرابع من دوافع استخدام الانترنت<sup>(1)</sup>. وتلي هذه الفئة من الطلبة شريحة أخرى مكونة من 21.47% منهم يستخدمون هذه الخدمات بهدف البحث عن المعلومات المختلفة التي تهمهم، في حين أن المركز الثالث يعود لشريحة الطلبة الذين يستخدمون هذه الخدمات بهدف التسلية والترفيه وتبلغ نسبتهم 16.77%، خصوصا وأن هذه البرامج تتيح العديد من الألعاب والمناقشات التي لا مغزى لها بين العديد من المتصلين.

#### سادسا: من حيث تقديم الاسم الحقيقي:

من خلال الجدول رقم 35، يظهر أن 58.88% من الطلبة المبحوثين لا يقدمون أسماءهم الحقيقية أثناء الدردشة والاتصال بالشبكات الاجتماعية، وهذا قد يعود إلى عدم ثقة الطلبة في الاتصال بهذه الخدمات وكذلك من أجل تجنب المضايقات، وحتى يتركوا أنفسهم مجهولين، كما يمكن أن يفعلوا ذلك من أجل تقمص أدوار أخرى كأن تسمى الأنثى نفسها باسم ذكر وتدخل في الاتصالات والعلاقات عبر الانترنت على أساس أنها ذكر أو العكس.

#### سابع: من حيث برامج الدردشة المعتمد عليها:

يتضح من خلال الجدول رقم 35، أن 53.84% من الطلبة المبحوثين يعتمدون على Skype كبرنامج للدردشة، وهذا يعود لشهرة وبساطة هذا البرنامج، وتعود الطلبة على استخدامه، وتثبيته من قبل أغلب أصحاب المقاهي على سطح المكتب في جهاز الكمبيوتر حتى يسهل الوصول إليه من طرف المستخدمين. في حين أن برنامج Yahoo messenger لا يستخدمه إلا 18.80% من الطلبة المبحوثين، وهذا يعود إلى طغيان برنامج Skype وسيطرته على عالم الدردشة عبر الانترنت.

#### ثامنا: من حيث الشبكات الاجتماعية المستخدمة:

يتبين من خلال الجدول رقم 35، أن 65% من الطلبة المبحوثين يستخدمون شبكة Facebook للتواصل والتشبيك الاجتماعي، وهذا يعود إلى شهرة هذه الشبكة عالميا وسهولة تطبيقاتها، وكذلك توفرها بالعديد من اللغات ومنها العربية بالإضافة إلى الكثير من المزايا الأخرى التي تجلب الطلبة للاشتراك فيها، كما تأتي شبكة Youtube المتخصصة في تبادل مقاطع الفيديو

(1)- عبد الجواد سعيد محمد ربيع، مرجع سابق، ص: 183.

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

في المركز الثاني حيث يستخدمها ما نسبته 20.83% من الطلبة، وهذا يعود كذلك إلى شهرة هذه الشبكة وسهولة تنزيل وتحميل مقاطع الفيديو فيها.

- جدول رقم 36: يبين استخدام الطلبة للدرشة و/أو الشبكات الاجتماعية حسب متغير الجنس:

الاستخدام		الجنس			
		ذكر		أنثى	
		ك	%	ك	%
نوع الموافقة	نعم	49	100	41	100
	لا	00	00	00	00
	المجموع	49	100%	41	100%
حجم التردد	دائما	08	16.32	09	21.9
	غالبا	02	4.08	02	4.87
	أحيانا	18	36.73	10	24.39
	نادرا	07	14.28	06	14.63
	حسب الظروف	14	28.57	14	34.14
	المجموع	49	100%	41	100%
الأشخاص المتصل بهم	من نفس الجنس	10	20.40	10	24.39
	من الجنس الآخر	09	18.36	05	12.19
	من الجنسين	30	61.22	26	63.41
	المجموع	49	100%	41	100%
المواضيع المناقشة	سياسية	09	6.81	07	6.60
	اجتماعية	17	12.87	17	16.03
	فنية	07	5.30	13	12.26
	اقتصادية	06	4.87	06	5.66
	ثقافية	11	8.94	08	7.54
	علمية	20	15.15	17	16.03
	دينية	17	12.87	14	13.20
	رياضية	25	18.93	08	7.54
	ترفيهية	20	15.15	16	15.09
	المجموع	132*	100%	106*	100%
أهداف التواصل	التعارف وتكوين صداقات	29	36.70	25	35.71
	مناقشة بعض المواضيع المهمة	08	10.12	15	21.42
	التسلية والترفيه	16	20.25	09	12.85
	البحث عن المعلومات	19	24.05	13	18.57
	البحث عن زوج	02	2.53	06	8.57
	المشاركة فقط	05	6.32	02	2.85
	المجموع	79	100%	70	100%
تقييم الاسم الحقيقي	نعم	22	45.83	15	35.71
	لا	26	54.16	27	64.28
	المجموع	48	100%	42	100%
برامج الدردشة المعتمد عليها	برامج مواقع الويب (الغير متخصصة)	08	13.33	09	15.78
	Skype	32	53.33	31	54.38
	Windows Live Messenger	07	11.66	08	14.03
	Yahoo Messenger	13	21.66	09	15.78
	المجموع	60	100%	57	100%
الشبكات الاجتماعية المستخدمة	Facebook	38	61.29	40	68.96
	Twitter	08	12.90	05	8.62
	Youtube	14	22.58	11	18.96
	Flickr	00	00	00	00
	Myspace	02	3.22	02	3.44
	Hi 5	00	00	00	00
	المجموع	62	100%	58	100%

### أولاً: من حيث نوع الموافقة:

يلاحظ من خلال الجدول رقم 36، أن جميع الطلبة (ذكورا وإناثا) الذين يستخدمون الانترنت في الاتصال والتواصل يستخدمون الدردشة و/أو الشبكات الاجتماعية، وهذا لأن جوهر استخدام الانترنت في الاتصال والتواصل يمر بالضرورة بهاتين الخدمتين لأنهما من أهم خدمات الاتصال عبر الانترنت، وذلك لما يتيحانه من إمكانية الاتصال والتواصل مع الآخرين وكذلك لإمكانية استخدامهما للبحث عن أصدقاء جدد وإقامة علاقات افتراضية معهم، وكذلك من أجل تخفيض كلفة الاتصال مع الأهل والأصدقاء لكون هذه الخدمات مجانية ومتوفرة على مدار الساعة على شبكة الانترنت.

### ثانياً: من حيث حجم التردد:

من خلال الجدول رقم 36، يلاحظ أن 36.73% من الذكور المبحوثين يستخدمون الدردشة و/أو الشبكات الاجتماعية أحياناً، وهذا يؤكد على أن الذكور ليسوا مداومين على المشاركة في الشبكات الاجتماعية والدردشة مع الآخرين، وذلك ربما يعود إلى ضيق الوقت بالنسبة للطلبة وكثرة انشغالهم بالدراسة والبحوث وبالتالي فإن دخولهم للانترنت غالباً ما يتركز على هذه المواضيع. في حين أن نسبة مقاربة من الطالبات المبحوثات أي 34.14% يستخدمن هذه الخدمات حسب الظروف وبالتالي فإن حالهن كحال الذكور وظروفهن كذلك مشابهة ولذلك فإنهن لا يضعن الدخول إلى المواقع التي تتيح هذه الخدمات ضمن أولوياتهن لأن هناك أمور أكثر أهمية من ذلك وهي دراستهن.

### ثالثاً: من حيث الأشخاص المتصل بهم:

يتبين من خلال الجدول رقم 36، أن أكثر من نصف الذكور وكذا الإناث المبحوثين أي 61.22% من الذكور و 63.41% من الإناث يفضلون الاتصال والتواصل بأشخاص آخرين من الجنسين، وهذا يعبر عن مدى تفتحهم وحرصهم على التواصل والدردشة مع الجنسين، وهذا ما يتيح لهم فرص أكبر للتعرف على أفكار الآخرين سواء من نفس جنسهم أو من الجنس الآخر، وهذا بدوره يبسر لهم التعامل مع الآخرين، ويساهم بشكل كبير في نجاح علاقاتهم بالآخرين.

### رابعاً: من حيث المواضيع المناقشة:

يظهر من خلال الجدول رقم 36، أن أغلب الذكور المبحوثين أي 18.93% يهتمون بمناقشة المواضيع الرياضية، وهذا يعود إلى اهتمام الطلبة والشباب عموماً بأخبار الرياضة ونتائج البطولات المحلية والدولية، ثم تتعادل المواضيع العلمية والترفيهية بنسبة 15.15% لكل منهما، وتحوز هذه المواضيع على اهتمام الطلبة نتيجة لارتباطهم بالدراسة مما يجعلهم يهتمون بمناقشة المواضيع العلمية والتي ربما أغلبها مرتبط بتخصصاتهم الدراسية، في حين أن اهتمامهم

بالمواضيع الترفيهية يعود إلى الفترة العمرية التي يعيشونها وهي فترة الشباب، والتي يهتم فيها الإنسان بالترفيه والترويح على النفس والخروج عن الأمور الجادة من أجل التخلص من الضغوط النفسية التي يعيشها. أما عند الإناث فتحتل المواضيع الاجتماعية والعلمية أولى اهتماماتهن بنسبة تقدر بـ 16.03% لكل منهما، وهذا يعود إلى ارتباط الأنثى أو المرأة عموماً بالمواضيع الاجتماعية أكثر من الرجل، وخاصة في أمور الأسرة ومشاكلها والزواج والعلاقات العاطفية وغير ذلك من المواضيع التي لا تبتعد في العادة عما تعيشه الطالبات في حياتهن اليومية، وأما اهتمامهن بالمواضيع العلمية فيعود إلى ارتباطهن بالدراسة وهذا ما يحتم عليهن مناقشة هذه المواضيع، وبعدها تأتي المواضيع الترفيهية بنسبة تقدر بـ 15.09%، وهذا يعود إلى كون الطالبات في مرحلة الشباب وهذا ما يجعلهن يهتمن بهذه المواضيع من أجل الترويح على النفس والهروب من ضغوط الحياة اليومية.

#### خامساً: من حيث أهداف التواصل:

يتضح من خلال الجدول رقم 36، أن أغلب الذكور والإناث المبحوثين أي 36.70% من الذكور و 35.71% من الإناث يستخدمون الدردشة و/أو الشبكات الاجتماعية بهدف التعرف وتكوين صداقات، وهذا بهدف التواصل مع الآخرين والتعرف على أفكارهم وإقامة علاقات معهم، كما يستخدم الذكور هذه الخدمات بغرض البحث عن المعلومات التي تفيدهم في دراستهم أو في تطوير ثقافتهم العامة. في حين أن الإناث يفضلن الدخول في مناقشة بعض المواضيع المهمة، وبالتالي فهن يسعين لاستغلال هذه الخدمات والتطبيقات في الجانب الإيجابي، ومحاولة الاستفادة من المناقشة الجادة للمواضيع التي تهمهن مع الآخرين علهن يحصلن منهم على معلومات وأفكار مفيدة.

#### سادساً: من حيث تقديم الاسم الحقيقي:

يلاحظ من خلال الجدول رقم 36، أن أكثر من نصف المبحوثين أي 54.16% من الذكور و 64.28% من الإناث لا يقدمون الاسم الحقيقي عند دخولهم واشترائهم في خدمات وتطبيقات الدردشة والشبكات الاجتماعية، وذلك ربما يعود إلى رغبتهم في أن يظلوا مجهولي الهوية، حتى لا يتعرف عليهم أشخاص يعرفونهم في الواقع، أو إلى عدم ثقتهم في هذه المواقع، التي يمكن أن تسرب منها معلوماتهم الشخصية ليستفيد منها آخرون ويستخدمونها ضدهم. غير أن لتقديم الاسم الحقيقي وخاصة في الشبكات الاجتماعية فوائد منها، أنه يمكن أصدقاءهم القدامى من العثور عليهم، إذا أرادوا ذلك وهذا ربما يوفر لهم فرصة لا تعوض من أجل إعادة بناء العلاقات القديمة أو حتى مجرد تذكر المغامرات التي جمعتهم مع أولئك الذين غابوا عنهم من زمن.

**سابعاً: من حيث برامج الدردشة المعتمد عليها:**

من خلال الجدول رقم 36، يتضح أن أكثر من نصف المبحوثين أي 53.33% من الذكور و 54.38% من الإناث، يعتمدون على برنامج Skype في الدردشة مع الآخرين، وهذا يعود إلى شهرة هذا البرنامج وسرعة التسجيل فيه، وكذلك للإمكانيات المختلفة التي يتيحها، فيما يخص الدردشة بأنواعها الكتابية والصوتية والدردشة بالصوت والصورة، وأما البرنامج الثاني الذي يعتمد عليه الذكور والإناث على السواء فهو برنامج Yahoo messenger، والذي يعد بدوره من أشهر برامج الدردشة، كما يتيح العديد من المزايا تجعل عدد كبير من الطلبة يفضلونه عن بقية البرامج الأخرى.

**ثامناً: من حيث الشبكات الاجتماعية المستخدمة:**

يتضح من خلال الجدول رقم 36، أن أكثر من نصف المبحوثين، أي 61.29% من الذكور و 68.96% من الإناث يستخدمون شبكة Facebook، وهذا لكون هذه الشبكة الأكثر شهرة والأوسع استخداماً في العالم كله، ونظراً كذلك للمزايا العديدة التي تتيحها هذه الشبكة، كإمكانية البحث عن الأصدقاء وتكوين المجموعات ذات الاهتمامات المشتركة. وأما ثاني شبكة تحوز على اهتمام الذكور والإناث على السواء فهي شبكة أو موقع Youtube، الذي يحوز على اهتمام 22.28% من الذكور و 18.96% من الإناث، وذلك نظراً لشهرة هذا الموقع وتفرده في نشر وتبادل مقاطع الفيديو المختلفة.



- جدول رقم 37: يبين ما إذا كان للطلبة أصدقاء افتراضيون:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	
		الأصدقاء الافتراضيون	
63.33	57	نعم	نوع الموافقة
36.66	33	لا	
%100	90	المجموع	
10.57	06	ذكر	جنسهم
8.77	05	أنثى	
80.70	46	من الجنسين	
%100	57	المجموع	
19.29	11	عميقة جدا	مدى عمق العلاقة معهم
49.12	28	متوسطة	
22.80	13	شكلية	
8.77	05	لا أعرف	
%100	57	المجموع	
56.14	32	نعم	الرغبة في زيارتهم
43.85	25	لا	
%100	57	المجموع	

#### أولاً: من حيث نوع الموافقة:

يتضح من خلال الجدول رقم 37، أن 63.33% من الطلبة المبحوثين لديهم أصدقاء افتراضيين، وهذا يعبر عن جدية الطلبة في استخدامهم للدردشة والشبكات الاجتماعية من أجل الاتصال والتواصل مع أصدقائهم الافتراضيين وتوطيد العلاقة معهم والبقاء على اتصال بهم وتبادل الخبرات معهم كذلك. في حين أن 36.66% منهم ليس لديهم أصدقاء افتراضيين، وهذا قد يعود إلى أنهم حديثي العهد باستخدام هذه الخدمات أو لعدم رغبتهم، وربما لأنهم لا يستخدمون هذه الخدمات إلا نادراً وهذا ما لا يساعدهم على الاحتفاظ بمن تعرفوا عليهم.

#### ثانياً: من حيث جنسهم:

من خلال الجدول رقم 37، يظهر أن 80.70% من الطلبة المبحوثين لديهم أصدقاء افتراضيين من الجنسين، وهذا ما يدل على أن الطلبة نقلوا فكرة الاختلاط من الواقع إلى العالم الافتراضي، وذلك من خلال حرصهم على تكوين علاقات صداقة مع أشخاص من نفس جنسهم ومن الجنس الآخر، وهذا ما يتيح لهم رؤية أوسع وفوائد أكثر من خلال تنويعهم للأصدقاء، مما يتيح لهم الاستفادة من الأفكار والاتجاهات التي يحملها هؤلاء الأصدقاء. وهذا يتفق مع دراسة الباحث نايف بن ثنيان آل سعود الذي أجرى دراسته على مجموعة من الطلبة الذكور في الجامعات السعودية التي

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

تمتاز بكونها غير مختلطة "وقد كشفت النتائج 48.8% من عينة البحث أغلب أصدقائهم من الذكور".<sup>(1)</sup>

### ثالثاً: من حيث عمق العلاقة معهم:

يتبين من خلال الجدول رقم 37، أن 49.12% من الطلبة المبحوثين يقررون بأن علاقاتهم بأصدقائهم الافتراضيين متوسطة، وهذا يعود ربما إلى قصر مدة التعارف بينهم، وربما إلى أن درجة الثقة بينهم مازالت ضعيفة مما يجعل كل طرف متخوف من الآخر، غير أن وجود 19.29% من الطلبة المبحوثين ممن يقولون بأن علاقاتهم بأصدقائهم الافتراضيين عميقة جداً، دليل على أن هناك اتجاه إلى تقبل هذا النوع من الأصدقاء والاستعداد لوضع الثقة الكاملة فيهم.

### رابعاً: من حيث الرغبة في زيارتهم:

من خلال الجدول رقم 37، فإن أزيد من نصف الطلبة المبحوثين أي 56.14% يرغبون في تبادل الزيارات مع أصدقائهم الافتراضيين، وتبادل الزيارات مع الأصدقاء الافتراضيين يتيح الاحتكاك بهم عن قرب والتعرف عليهم وعلى وسطهم الاجتماعي، وهذا دليل على أن هناك اتجاه نحو الثقة أكثر في الأصدقاء الافتراضيين وتعميق العلاقة بهم، واعتبارهم أصدقاء حقيقيين وليس أصدقاء من الدرجة الثانية.

### - جدول رقم 38: يبين ما إذا كان للطلبة أصدقاء افتراضيون حسب متغير الجنس:

الجنس		الأصدقاء الافتراضيون		
ذكور	أنثى	نوع الموافقة	الجنس	
ك	%	ك	%	
27	55.10	30	73.17	نعم
22	44.89	11	26.82	لا
49	100%	41	100%	المجموع
03	11.11	03	10	ذكر
02	7.40	03	10	أنثى
22	81.18	24	80	من الجنسين
27	100%	30	100%	المجموع
03	11.53	08	25.80	عميقة جداً
13	50	15	48.38	متوسطة
09	34.61	04	12.90	شكالية
01	3.84	04	12.90	لا أعرف
26	100%	31	100%	المجموع
12	46.15	20	64.51	نعم
14	53.84	11	35.48	لا
26	100%	31	100%	المجموع

(1)- نايف بن ثنيان آل سعود، مرجع سابق، ص: 377.

### أولاً: من حيث نوع الموافقة:

من خلال الجدول رقم 38، يتضح أن 55.10% من الذكور و 73.17% من الإناث المبحوثين لديهم أصدقاء افتراضيين، ومن خلال ذلك يتضح أن الإناث أكثر حرصاً على كسب الأصدقاء الافتراضيين، وهذا ربما يعود إلى رغبة الإناث في الخروج من الدائرة الضيقة التي يعشن فيها، من خلال كسب أصدقاء في أماكن أخرى لأجل توسيع دائرة صداقاتهن ومعارفهن، وعلى العموم فإن كلا الجنسين لديهم ميول لكسب أصدقاء افتراضيين عبر الانترنت.

### ثانياً: من حيث جنسهم:

يتضح من خلال الجدول رقم 38، أن الأغلبية الساحقة من الطلبة المبحوثين (ذكورا وإناثا) يحرصون على أن يكون أصدقائهم الافتراضيين من الجنسين، حيث أن 81.18% من الذكور و 80% من الإناث لديهم أصدقاء من الجنسين، وهذا يعود إلى عقلية الطلبة التي تتماشى مع الاختلاط في الواقع وحتى في العالم الافتراضي، وكذلك لاتساع هامش الحرية أكثر في العالم الافتراضي، فحتى من ليس له أصدقاء من الجنس الآخر في الواقع يمكنه الحصول على ذلك بسهولة في العالم الافتراضي، كما أن تنويع الأصدقاء يتيح مقدار أوفر من فرص تطوير هذه العلاقات لتصبح علاقات واقعية.

### ثالثاً: من حيث عمق العلاقة معهم:

يظهر من خلال الجدول رقم 38، أن كلا من الذكور والإناث المبحوثين يقررون بأن علاقتهم بأصدقائهم الافتراضيين متوسطة، حيث أن 50% من الذكور يقولون بذلك وكذلك 48.38% من الإناث، وبذلك فإن نصف الطلبة على العموم لديهم علاقات متوسطة، وهذا أمر لا يستهان به، لأن معظم هذه العلاقات تتجه لأن تكون أكثر عمقا، وإنما بقاءها متوسطة ربما يعود إلى قصر مدة التعارف وصعوبة بناء الثقة بين الأصدقاء الافتراضيين، ومع ذلك فإن هذا مؤشر على توجه الطلبة عموماً للقبول بهذا النوع من الصداقة.

### رابعاً: من حيث الرغبة في زيارتهم:

يتضح من خلال الجدول رقم 38، أن أغلب الطالبات المبحوثات أي 64.51%، ينوين تبادل الزيارات مع أصدقائهن الافتراضيين، في حين 53.84% من الطلبة الذكور المبحوثين لا يرغبون في تبادل الزيارات مع أصدقائهم الافتراضيين، ومن هذا يتضح أن الإناث أكثر رغبة في الاعتراف بالأصدقاء الافتراضيين والأكثر ثقة فيهم، وأما الذكور فيبدو أنهم مازالوا متفوقين وخائفين من هؤلاء الأصدقاء الذين يطلون عليهم من خلال الانترنت.

- جدول رقم 39: يبين رأي الطلبة في الفرق بين العلاقة مع الآخرين عبر الانترنت عنها في الواقع:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	الرأي
63.88	69		يوجد اختلاف
11.11	12		لا يوجد
25	27		غير متأكد
%100	108		المجموع

من خلال الجدول رقم 39، يتضح أن 63.88% من الطلبة المبحوثين يقرون بوجود اختلاف بين العلاقة مع الآخرين عبر الانترنت عنها في الواقع، وهم بذلك يؤكدون على وجود اختلاف بين العلاقة وجها لوجه والعلاقة عبر وسائط اتصالية كالانترنت، وذلك رغم تطور هذه الأخيرة و إتاحتها لإمكانية رؤية الطرف الآخر من خلال برامج الدردشة بالصوت والصورة، ولكن ذلك لا يضاوي الاتصال بالتواجد في مكان واحد مع الآخر، في حين نجد أن 25% من الطلبة المبحوثين غير متأكدين من وجود هذا الاختلاف أو انعدامه وهم على أغلب الظن المفتونين بالانترنت وما تتيحه من إمكانيات اتصالية.

- جدول رقم 40: يبين رأي الطلبة في الفرق بين العلاقة مع الآخرين عبر الانترنت عنها في الواقع حسب متغير الجنس:

أنثى		ذكر		الجنس	الرأي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
74	37	55.17	32		يوجد اختلاف
08	04	13.79	08		لا يوجد
18	09	31.03	18		غير متأكد
%100	50	%100	58		المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 40، أن أغلب الطلبة المبحوثين (ذكورا وإناثا) يقرون بأن هناك اختلاف بين العلاقات الافتراضية عبر الانترنت والعلاقات الواقعية مع الآخرين أي وجها لوجه، حيث أن 55.17% من الذكور يقولون بأن هناك اختلاف بين العلاقات الواقعية والعلاقات الافتراضية، في حين أن نسبة الطالبات المبحوثات ترتفع إلى 74% ممن يقلن بهذا، ومنه فإن الإناث أكثر إصرارا على وجود اختلاف بين العلاقات عبر الانترنت والعلاقات وجها لوجه، كما يظهر كذلك أن الذكور أكثر إعجابا بالعلاقات عبر الانترنت لدرجة أن 13.79% منهم يقولون بأنه لا يوجد هناك أي اختلاف بين العلاقات عبر الانترنت والعلاقات وجها لوجه، ورغم صغر هذه النسبة إلا أنها تعبر على مدى تعلق الذكور بالانترنت وبالعلاقات عبرها.

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

- جدول رقم 41: يبين رأي الطلبة في ما إذا ساعدت الانترنت في تطوير العلاقات الاجتماعية:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	الرأي
75	81		نعم
25	27		لا
%100	108		المجموع

يلاحظ من خلال الجدول رقم 41، أن ثلاثة أرباع الطلبة المبحوثين أي 75% من الطلبة يقرّون بأن الانترنت ساعدت على تطوير العلاقات الاجتماعية، وذلك من خلال إتاحتها للاتصال مع الآخرين في أي مكان وزمان، وكذلك فإن الانترنت أتاحت إمكانية البحث عن الأصدقاء القدماء وإعادة بناء العلاقات معهم مثل شبكة Facebook. كما أن الانترنت من خلال تكلفتها الزهيدة وفرت العديد من فرص الاتصال الغير محدود مع الآخرين، وسهلت من تبادل الملفات المختلفة والمتعددة الوسائط. وهذا ما يتفق مع ما جاء في دراسة نايف بن ثنيان آل سعود حيث "ذكر 25.8% أن استخدامهم للانترنت جعلهم يصادقون أفرادا آخرين"<sup>(1)</sup>.

- جدول رقم 42: يبين رأي الطلبة في ما إذا ساعدت الانترنت في تطوير العلاقات الاجتماعية حسب متغير الجنس:

أنثى		ذكر		الجنس	الرأي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
82	41	68.96	40		نعم
18	09	31.03	18		لا
%100	50	%100	58		المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 42، أن 68.96% من الذكور و 82% من الإناث المبحوثين يعترفون بأن الانترنت ساعدت على تطوير العلاقات الاجتماعية، ومنه يظهر الإناث أكثر اعترافاً بفضل الانترنت في تطوير العلاقات الاجتماعية من الذكور، وهذا قد يعود إلى أن الإناث أكثر ارتباطاً بالانترنت، وخاصة في استخدامها من أجل تطوير علاقاتهن الاجتماعية، أو المحافظة على علاقاتهن بالآخرين، خاصة عندما يستحيل المحافظة عليها في شكلها الواقعي نتيجة رحيل أحد الأصدقاء إلى أماكن بعيدة، مما يحتم استخدام الانترنت للإبقاء على اتصال جيد به. وقد يعود الأمر بالنسبة للذكور إلى أنهم لا يبالغون في الأمر وينظرون إليه من زاوية الواقع، وأن مجتمعهم لم يندمج بشكل كبير مع الانترنت، الأمر الذي يجعل الانترنت في نظرهم وسيلة للبحث والتسلية، وليس لممارسة الحياة الاجتماعية و تطوير العلاقات الاجتماعية.

(1)- نايف بن ثنيان آل سعود، مرجع سابق، ص: 380.

- جدول رقم 43: يبين استخدام الطلبة للهاتف النقال في علاقاتهم:

النسبة	التكرار	الاستخدام	
		التكرار والنسبة	نوع الموافقة
100	120	نعم	نوع الموافقة
00	00	لا	
%100	120	المجموع	
32.06	59	أفراد الأسرة	الأشخاص المتصل بهم
21.73	40	الأهل والأقارب	
45.10	83	الأصدقاء والزملاء	
1.08	02	الغرباء	
%100	*184	المجموع	
71.51	113	المكالمات العادية	خدمات الهاتف النقال المعتمد عليها
24.68	39	SMS رسائل	
2.53	04	MMS رسائل	
1.26	02	البريد الصوتي	
%100	*158	المجموع	
53.33	80	تذهب لزيارته	تصرفات الطلبة مع أصدقائهم في حالة مناسبة
37.74	57	تكلّمه عبر الهاتف النقال	
6.62	10	SMS ترسل له رسالة	
1.32	02	MMS ترسل له رسالة	
1.32	02	لا تفعل شيئاً	
%100	*151	المجموع	
27.89	41	تذهب لزيارته في بيته	تصرفات الطلبة مع أصدقائهم في حالة سوء تفاهم
29.93	44	تطلب لقاءه في مكان ما	
24.48	36	تكلّمه بالهاتف النقال فقط	
12.24	18	SMS ترسل له رسالة	
2.04	03	MMS ترسل له رسالة	
3.40	05	لا تفعل شيئاً	
%100	*147	المجموع	
5.03	07	عنوانه البريدي	ما يطلبه الطلبة من شخص تعرفوا إليه
15.10	21	عنوانه الإلكتروني	
8.63	12	رقم هاتفه الثابت	
71.22	99	رقم هاتفه النقال	
%100	*139	المجموع	
26.66	36	مواصلة الكلام معه	تعامل الطلبة مع من تعرفوا إليه عبر الهاتف
24.44	33	قطع العلاقة به	
18.51	25	طلبه للدردشة	
30.37	41	طلب رؤيته	
%100	*135	المجموع	

\* عدد الاختيارات أكثر من عدد مستخدمي الهاتف النقال لأن المبحوث بإمكانه اختيار أكثر من خيار واحد.

**أولاً: من حيث نوع الموافقة:**

من خلال الجدول رقم 43، فإن 100% من الطلبة المبحوثين يستخدمون الهاتف النقال في علاقاتهم بالآخرين، وهذا يعود إلى طبيعة هذه الوسيلة الاتصالية التي تحتم على الفرد استخدامها في علاقاته الاجتماعية، وإلا فلا فائدة من كسب هذه الوسيلة، لأن الهاتف النقال يسهل الاتصال بين الناس وكذا قضاء العديد من المصالح، وحتى المشاركة في بعض الفعاليات الاجتماعية حين لا يكون الحضور الفيزيقي ممكناً، وغير ذلك من المجالات التي لا تحصى والتي يستخدم فيها الهاتف

النقل لتسهيل علاقات الفرد بالآخرين. وهذا ما يتوافق مع ما جاء في دراسة عبد الوهاب جودة حيث "سيادة استخدام الشباب الجامعي للهاتف، ومتابعة كل جديد في عالم الهواتف، والتتبع المتقدم لتقنياته المختلفة واستخدامها. كما اتضح أن الهاتف النقل قد أدى إلى تغيير نمط التفاعل والتواصل الاجتماعي بين الأفراد، عن طريق المكالمات والمحادثات، والتواصل عن طريق التراسل بمختلف أنواعه"<sup>(1)</sup>.

#### ثانياً: من حيث الأشخاص المتصل بهم:

يتضح من خلال الجدول رقم 43، أن 45.10% من الطلبة المبحوثين يجرون أكثر اتصالاتهم بالهاتف النقل مع الأصدقاء والزملاء، وهذا لأن الطلبة من فئة الشباب وهذه الشريحة تتميز بارتباطها الكبير بالأصدقاء والزملاء أكثر من ارتباطها بأفراد الأسرة، وهذا لأن الشباب (الطلبة) يكثرون من الاتصال مع بعضهم وتبادل أخبار بعضهم، كما أن الاتصال بين الزملاء يكون مكثف خاصة لما يكونوا مشتركين في بحوث أو مذكرات، وأما اتصالات الطلبة مع أفراد أسرهم فتحتل المركز الثاني بـ 32.06%، وذلك لاتصالات الطلبة مع أسرهم وخاصة الطلبة المقيمين في الأحياء الجامعية، في حين أن الأهل والأقارب ففي المركز الثالث لأن الاتصال بهم مرتبط بالمناسبات فقط في أغلب الحالات.

#### ثالثاً: من حيث خدمات الهاتف النقل المعتمد عليها:

يتبين من خلال الجدول رقم 43، أن أغلب الطلبة المبحوثين أي 71.51% منهم يعتمدون على المكالمات العادية في اتصالاتهم مع الآخرين، وذلك لما لهذه الخدمة من أهمية في إيصال المقصود إلى الآخرين عكس رسائل SMS، التي تأتي في المركز الثاني بـ 24.68% وهذا ما يتفق مع ما جاء في دراسة الباحث عادل زيادات حيث "أن أعلى نسبة استخدام للخليوي هي للمكالمات الهاتفية تليها خدمة الرسائل القصيرة، وهذه النتيجة متوقعة وهي تمثل الاستخدام الأبرز للخليوي بين الطلبة وذلك لتدني قيمة ثمن الرسالة والمكالمة الهاتفية أيضاً"<sup>(2)</sup>. رغم أن رسائل SMS قد تواجه مشاكل عديدة، كأن ترسل رسالة SMS إلى الطرف الآخر باللغة العربية وجهازه لا يقرأ هذه اللغة مما يحتم عليه البحث عن جهاز قادر على قراءة هذه اللغة، أو كتابة محتوى الرسالة بلغة عربية وحروف لاتينية وهذا ما يعقد من فهمها من قبل بعض الأشخاص، إضافة إلى حاجز الأمية الذي مازال يعاني منه المجتمع الجزائري وخاصة في أوساط كبار السن، ولهذا فإن خدمة المكالمات

(1) -<http://elhyes-abdelwahab.blogspot.com/2008/05/blog-post.html>

( le 17/12/2010 à 16:25)

(2) -<http://faculty.yu.edu.jo/adel/DownloadHandler.ashx?pg> ( le 30/03/2011 à 12:49)

العادية هي الأمتل من أجل تبليغ الرسالة بكل وضوح ومباشرة. ورغم كل هذا إلا أن رسائل SMS تبقى لها مكانة لدى الطلبة "وهذا لأن هذا النمط من الاتصال يعطي أكثر حرية للجانب العاطفي وحرية أكثر للتكلم".<sup>(1)</sup>

#### رابعاً: من حيث تصرفات الطلبة مع أصدقائهم في حالة مناسبة:

يتضح من خلال الجدول رقم 43، أن أزيد من نصف الطلبة المبحوثين أي 53.33% منهم يفضلون زيارة أصدقائهم في المناسبات، وهذا ما يدل على أن العلاقات الاجتماعية الواقعية مازالت تحتل الصدارة بين الطلبة وذلك بأنهم مازالوا يؤثرون الحضور الحقيقي على الاكتفاء بالاتصال من أجل التهنية، وبالتالي فإن الروابط الاجتماعية لذا أغلبية الطلبة مازالت متينة وعلاقتهم حقيقية وقوية، في حين أن نسبة الطلبة المبحوثين الذين يفضلون مكالمة الصديق الذي لديه مناسبة ما بالهاتف النقال بلغت 37.74%، وهي نسبة لا يستهان بها، وهي تعبر عن بداية التحول في العلاقات الاجتماعية بين الطلبة، لتقتصر على المشاركة أو التفاعل من بعيد، وذلك بأن يتصل الطالب بصديقه ليهنئه دون أن يكلف نفسه عناء الذهاب إلى بيته وزيارته، وفي هذا تقليص للعلاقات الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي وحتى الاتصال وجها لوجه.

#### خامساً: من حيث تصرفات الطلبة مع أصدقائهم في حالة سوء تفاهم:

يظهر من خلال الجدول رقم 43، أن 29.93% من الطلبة المبحوثين يفضلون لقاء الصديق الذي حدث معه سوء تفاهم في مكان ما، وذلك لأجل حل المشكل وإزالة حالة سوء التفاهم، كما أن 27.89% من الطلبة يفضلون الذهاب لزيارة الصديق الذي حدث معه سوء تفاهم في بيته، وذلك من أجل إزالة حالة سوء التفاهم، ومما سبق يلاحظ أن 57.82% من الطلبة المبحوثين يفضلون الاتصال وجها لوجه من أجل حل المشاكل، وهذا ما يزيد من مصداقية الطرفين وحل المشاكل العالقة بينهما نهائياً. في حين أن هناك ما نسبته 24.48% من الطلبة المبحوثين الذين يفضلون المكالمات عبر الهاتف النقال فقط و 12.24% يفضلون إرسال رسالة SMS لحل المشاكل العالقة مع أصدقائهم، وكذلك هناك من يفضل إرسال رسالة MMS لحل المشاكل العالقة بينه وبين أصدقائه، وبالتالي فإن هناك نسبة لا بأس بها من الطلبة أصبحت تفضل حل مشاكلها عن بعد أي دون أي اتصال مباشر مع الطرف الآخر، وهذا الحل يعتبر شكلي وليس جذري للمشكلة، ولا يؤدي إلى عودة العلاقات إلى ما كانت عليه بين الأصدقاء في أغلب الحالات.

#### سادساً: من حيث ما يطلبه الطلبة من شخص تعرفوا إليه:

يلاحظ من خلال الجدول رقم 43، أن معظم الطلبة المبحوثين أي 71.22% منهم يطلبون رقم

(1)- صفاح أمال فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص: 05.



الهاتف النقال للشخص الذي تعرفوا عليه حديثاً، وذلك من أجل الاتصال به لاحقاً، لأنه يتيح لهم العثور عليه في أي وقت وفي أي مكان، و يتيح لهم الاتصال المباشر معه دون أي وسيط ولا فترة انتظار، في حين أن 15.10% من الطلبة المبحوثين، فإن أول ما يطلبونه من الشخص الذي يتعرفوا إليه هو بريده الإلكتروني، وذلك من أجل مراسلته والتواصل معه أينما كان ولو سافر إلى دول أخرى أو قارات أخرى، وذلك لأن خدمة البريد الإلكتروني تتيح التواصل والاتصال وتبادل الملفات وقد أصبحت فورية لارتباطها بالهاتف النقال، لأن المتلقي يعلم بوصول الرسالة إلى بريده الإلكتروني عن طريق الهاتف النقال، ومما سبق يتضح أن الطلبة يميلون أكثر إلى استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة من أجل ربط علاقات مع الآخرين، وذلك ما يفسر أن 5.03% فقط من الطلبة مازالوا يصرون على طلب البريد العادي من الشخص الذي يتعرفون إليه.

#### **سابعاً: من حيث تعامل الطلبة مع من تعرفوا إليه عبر الهاتف:**

يلاحظ من خلال الجدول رقم 43، أن 30.37% من الطلبة المبحوثين يطلبون رؤية الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عن طريق الهاتف النقال، وذلك من أجل تطوير العلاقة بينهم وتمتينها، وكذلك فإن 26.66% من الطلبة المبحوثين يواصلون الكلام مع الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عن طريق الهاتف النقال، و 18.51% منهم يطلبون هؤلاء الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عن طريق الهاتف النقال للدراسة من أجل التعارف أكثر، ومما سبق يلاحظ أن هناك قبول متزايد لذا الطلبة لتطوير علاقاتهم بالأشخاص الذين تعرفوا عليهم عن طريق الهاتف النقال، ومن هذا فإن هناك توجه لذا الطلبة لتحويل ما كان افتراضياً إلى واقعي والسعي لذلك وبكل الطرق، غير أنه توجد هناك فئة من الطلبة وهي في الغالب في تناقص، وهي الفئة التي مازالت تخاف من الافتراضي (المجهول) وتلجأ إلى قطع العلاقة به.

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

- جدول رقم 44: يبين استخدام الطلبة للهاتف النقال في علاقاتهم حسب متغير الجنس:

الاستخدام		الجنس		نوع الموافقة	
		ذكر	أنثى		
		ك	%	ك	%
نعم		60	100	60	100
لا		00	00	00	00
المجموع		60	100%	60	100%
الأشخاص المتصل بهم		36	35.29	23	28.04
		22	21.56	18	21.95
		43	42.15	40	48.78
		01	0.98	01	1.21
		102	100%	82	100%
خدمات الهاتف النقال المعتمد عليها		58	74.35	55	68.75
		17	21.79	22	27.5
		03	3.84	01	1.25
		00	00	02	2.5
		78	100%	80	100%
تصرفات الطلبة مع أصدقائهم في حالة مناسبة		45	59.21	35	46.66
		25	32.89	32	42.66
		05	6.57	05	6.66
		01	1.31	01	1.33
		00	00	02	2.66
		76	100%	75	100%
تصرفات الطلبة مع أصدقائهم في حالة سوء تفاهم		27	36.48	14	19.17
		24	32.43	20	27.39
		13	17.56	23	31.50
		05	6.75	13	17.80
		02	2.70	01	1.36
		03	4.05	02	2.73
		74	100%	73	100%
ما يطلبه الطلبة من شخص تعرفوا إليه		04	5.47	03	4.54
		16	21.91	05	7.57
		07	9.58	05	7.57
		46	63.01	53	80.30
		73	100%	66	100%
تعامل الطلبة مع من تعرفوا إليه عبر الهاتف		21	30	15	23.07
		09	12.85	24	36.92
		14	20	11	16.92
		26	37.14	15	23.07
		70	100%	65	100%

### أولاً: من حيث نوع الموافقة:

من خلال الجدول رقم 44، يتضح أن 100% من الطلبة المبحوثين (إناثا وذكورا) يستخدمون الهاتف النقال في علاقاتهم مع الآخرين، وذلك يعود إلى أن هذه الوسيلة ضرورية للتعامل مع الآخرين، وذلك لأنه يستعمل في الاتصالات والعلاقات الاجتماعية مع الآخرين، كما يعتبر جهاز الهاتف النقال أحدث وسائل الاتصال والجهاز الأكثر استعمالا من طرف مختلف شرائح المجتمع، ويتجسد استعماله غالبا في علاقات الطلبة مع معارفهم.

**ثانياً: من حيث الأشخاص المتصل بهم:**

يلاحظ من خلال الجدول رقم 44، أن 42.15% من الذكور المبحوثين و 48.78% من الإناث المبحوثات يكثر من استخدام الهاتف النقال في الاتصال مع أصدقائهم وزملائهم، أكثر من استعمالهم لهذه الوسيلة في الاتصال مع أفراد عائلاتهم، وذلك يعود إلى أن الشباب (الطلبة) يرتبطون بأصدقائهم وزملائهم أكثر من الآخرين من خلال تبادلهم لمختلف الآراء والأفكار وتحديد مواعيد الالتقاء وكذلك من أجل الدراسة معا.

**ثالثاً: من حيث خدمات الهاتف النقال المعتمد عليها:**

يتبين من خلال الجدول رقم 44، أن 74.35% من الذكور و 68.75% من الإناث المبحوثين يفضلون المكالمات العادية في اتصالاتهم وتواصلهم مع الآخرين، وذلك لكون هذه الخدمة هي الأساس في الهاتف النقال والأولى المستخدمة في الأجيال الأولى له، كما أن المكالمات الهاتفية بواسطة الهاتف النقال هي الأكثر تبليغا وإيضاحا لما يريد المتصل من المتصل به، وبذلك يستطيع المتصل أن يقنع المتصل به ويفهمه بما يريد منه، في حين أن الخدمات الأخرى هي عبارة عن خدمات مكتملة لهذه الخدمة من أجل زيادة أهمية الرسالة المتبادلة بين الطرفين، ومن خلال ما سبق يتضح أن كلا من الإناث والذكور يعتمدون على هذه الخدمة بالدرجة الأولى ثم رسائل SMS بالدرجة الثانية.

**رابعاً: من حيث تصرفات الطلبة مع أصدقائهم في حالة مناسبة:**

يلاحظ من خلال الجدول رقم 44، أن 59.21% من الذكور المبحوثين وكذلك 46.66% من الإناث المبحوثات، يفضلون الذهاب لزيارة أصدقائهم في حالة وجود مناسبة في بيت أحد أصدقائهم، ومن هذا فإن الطلبة (ذكورا وإناثا) مازالوا محافظين على العلاقات الاجتماعية مع الآخرين، وذلك من خلال حرصهم على مواصلة تبادل الزيارات مع الآخرين والاتصال بهم وجها لوجه، في حين أن 32.89% من الذكور المبحوثين وكذلك 42.66% من الطالبات المبحوثات، يفضلون التكلم بواسطة الهاتف النقال مع الآخرين بغرض التهئة في حالة مناسبة، دون تكليف أنفسهم عناء الذهاب لزيارتهم، وبذلك فإن هناك اتجاه نحو تقليص العلاقات الاجتماعية إلى الحد الأدنى، وذلك في أن يتم التواصل عن طريق الهاتف النقال وهذا ما يجعل هذه العلاقات شكلية ولا يوجد بها أي عمق.

**خامساً: من حيث تصرفات الطلبة مع أصدقائهم في حالة سوء تفاهم:**

يتضح من خلال الجدول رقم 44، أن 36.48% من الذكور المبحوثين يفضلون الذهاب إلى منازل أصدقائهم لزيارتهم في حالة وجود سوء تفاهم معهم، وهذا ما يوضح بأن الطلبة الذكور مازالوا محافظين على العلاقات الاجتماعية، وعلى تحسين علاقاتهم مع أصدقائهم وحرصهم كذلك

على الحل الجذري لسوء التفاهم الذي يربطهم بأصدقائهم، ولذلك فهم يحرصون على المواجهة أو الاتصال وجها لوجه من أجل أن تتحقق إمكانية الحل الجذري للمشكلة، في حين أن 31.50% من الطالبات المبحوثات يركزن على الهاتف النقال في حل مشاكلهن مع الآخرين، وذلك من خلال اعتمادهن على المكالمات الهاتفية عبر الهاتف النقال فقط، ومن هذا يتضح أن الإناث أقل محافظة على العلاقات الاجتماعية الحميمة مع أصدقائهن، ولجوهن إلى الحلول الشكلية من أجل إزالة سوء التفاهم مع أصدقائهن أكبر دليل على ذلك.

#### سادسا: من حيث ما يطلبه الطلبة من شخص تعرفوا إليه:

من خلال الجدول رقم 44، يتضح أن معظم الطلبة المبحوثين أي 63.01% من الذكور و 80.30% من الإناث، يطلبون رقم الهاتف النقال للشخص الذي يتعرفوا عليه حديثا، ومن هذا يتضح أن الهاتف النقال أصبح الوسيلة الاتصالية رقم واحد من بين الوسائل الأخرى، وذلك لأن الهاتف النقال يتيح إمكانية الاتصال مع الشخص المتصل به في أي وقت وفي أي مكان، وبذلك فإنه من المنطقي أن يكون رقم الهاتف النقال هو أول ما يطلبه المرء من أي شخص تعرف عليه حديثا، وبذلك فإن الهاتف النقال بهذا أصبح الوسيلة الاتصالية رقم واحد بين الأفراد ومنهم الطلبة.

#### سابعا: من حيث تعامل الطلبة مع من تعرفوا إليه عبر الهاتف:

يلاحظ من خلال الجدول رقم 44، أن 36.92% من الإناث المبحوثات يفضلن قطع العلاقة مع الأشخاص الذين تعرفوا إليهم عبر الهاتف النقال، وذلك يعود إلى أن الإناث حريصات في أغلب الحالات على تفادي مصادر الإزعاج ومنها التعرف على غرباء عن طريق الهاتف النقال، غير أن هناك نسبة لا بأس بها تقدر بـ 23.07% ممن يفضلن مواصلة الكلام مع الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عن طريق الهاتف النقال، كما هناك من يطلبن رؤيتهم، مما يجعل أن أغلبية الإناث أصبحن يفضلن إقامة علاقة مع من يتعرفن عليه عن طريق الهاتف النقال وهو الأمر الذي نجده عند أغلبية الذكور المبحوثين حيث أن 37.14% منهم يطلبون رؤية الشخص الذي تعرفوا إليه عبر الهاتف النقال، و 30% منهم يفضلون مواصلة الكلام معه، ومن هذا فإن الطلبة الذكور حريصين كل الحرص على تطوير علاقاتهم مع الأشخاص الافتراضيين، وذلك بأنهم يسعون إلى تحويل هذه العلاقات إلى علاقات واقعية.

#### **- جدول رقم 45: يبين رأي الطلبة في ما إذا قلل الهاتف النقال من الحوار وجها لوجه:**

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	الرأي
74.16	89		نعم
25.83	31		لا
% 100	120		المجموع

يلاحظ من خلال الجدول رقم 45، أن 74.16% من الطلبة المبحوثين يقررون بأن الهاتف النقال قد قلل من الحوار وجها لوجه مع الأهل والأصدقاء، وذلك نتيجة زيادة الاعتماد عليه في قضاء مختلف الحاجيات وحتى مناقشة بعض الأمور، مما أدى إلى قضاء الحاجيات عن بعد دون الحاجة إلى مواجهة الآخر والتحدث إليه مباشرة، فقد أصبح الطالب لا يحتاج إلى مواجهة أبيه مثلا من أجل طلب المصاريف وإنما يكفيه مكالمته عبر الهاتف النقال ليرسل له ما يحتاجه، كما أصبح الطالب كذلك غير مجبر على زيارة الأهل في الأعياد والمناسبات وإنما يكتفي بإرسال رسائل SMS للتهنئة أو يكلمهم فقط، دون أن يكلف نفسه عبء زيارتهم وبالتالي الالتقاء وجها لوجه معهم. أي أن الهاتف النقال "يحافظ على مستوى العلاقات الاجتماعية، لكنه يغير في المقابل أسلوب العلاقة وذلك بتوجيه العلاقة عبر الاتصال أو استخدام الرسائل في الجهاز الخليوي، مما قد يؤدي إلى قلة الاتصال الاجتماعي".<sup>(1)</sup>

- جدول رقم 46: يبين رأي الطلبة في ما إذا قلل الهاتف النقال من الحوار وجها لوجه حسب متغير الجنس:

الرأي	الجنس	
	أنثى	ذكر
نعم	النسبة التكرار	النسبة التكرار
لا	73.33 44	75 45
المجموع	26.66 16	25 15
	%100 60	%100 60

يتبين من خلال الجدول رقم 46، أن أغلب الطلبة المبحوثين أي 75% من الذكور و73.33% من الإناث، يقررون بأن استخدامهم للهاتف النقال قد قلل من الحوار وجها لوجه مع الأهل والأصدقاء، وذلك لأنهم أصبحوا غير مجبرين على الالتقاء بالآخرين من أجل ممارسة حياتهم الاجتماعية وتحقيق الاتصال الاجتماعي ومن تم العلاقات الاجتماعية، وذلك لأن الهاتف النقال وخدماته المختلفة يمكن من التواصل مع الآخرين وطلب ما يريده الطلبة (ذكورا وإناثا) وحتى مناقشة بعض الأمور سواء كانت مشكلة أسرية أو حتى مسألة علمية تتعلق بالدراسة.

(1) - <http://faculty.yu.edu.jo/adel/DownloadHandler.ashx?pg> ( le 30/03/2011 à 12:49)

### I-III- اتجاهات الطلبة لاستخدام الانترنت والهاتف النقال كوسيلة لربط علاقة

#### الزواج:

- جدول رقم 47: يبين ما إذا جرب الطلبة التسجيل في مواقع الزواج على الانترنت:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	الرأي
10.18	11		سبق وشاركت
14.81	16		فكرت في ذلك
75	81		لم أحاول أبدا
%100	108		المجموع

من خلال الجدول رقم 47، يتضح أن ثلاثة أرباع الطلبة المبحوثين أي 75% منهم لم يحاولوا أبد الاشتراك في مواقع الزواج على الانترنت، وهذا يعود إلى أن الطلبة لم يحاولوا البحث عن زوج عن طريق الانترنت، وهذا ربما يعود إلى عدم معرفة الطلبة بهذه المواقع أو لأنهم مازالوا صغار نوعا ما وليسوا في حاجة إلى مثل هذه المواقع للبحث عن زوج، أو ربما لأنهم يعيشوا في وسط مختلط وفيه يمكن البحث بحرية كبيرة وواقعية، ورغم ذلك فإن هناك 10.18% من الطلبة المبحوثين ممن اشترك في هذه المواقع، وهذه النسبة على صغرها إلا أنها تشير إلى بداية ظهور توجه جديد لذا الطلبة، والذي ربما بدأ لمجرد الفضول ولكنه مع الأيام وتقدم الطلبة في العمر سيزيد عدد المشتركين بقناعة وليس لمجرد الفضول بل من أجل البحث عن شريك العمر.

- جدول رقم 48: يبين ما إذا جرب الطلبة التسجيل في مواقع الزواج على الانترنت حسب متغير الجنس:

الجنس		الزواج		الرأي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
08	04	12.06	07	سبق وشاركت
16	08	13.79	08	فكرت في ذلك
76	38	74.13	43	لم أحاول أبدا
%100	50	%100	58	المجموع

يتبين من الجدول رقم 48، أن أغلب الطلبة المبحوثين لم يحاولوا أبد الاشتراك في مواقع الزواج على الانترنت، أي 74.13% من الذكور و 76% من الإناث وهذا قد يعود إلى إمكانية العثور على الزوج بسهولة نتيجة تواجدهم في وسط مختلط، وقد يعود إلى أن بعضهم وخاصة الذكور مازال لا يفكر في الأمر. ومع ذلك فإن الذكور هم أكثر من شارك في هذه المواقع حيث تبلغ نسبتهم 12.06% في حين أن الإناث لم يسجل منهن إلا 08% فقط، وهذا يعود إلى أن الذكور أكثر مغامرة من الإناث، كما أن الذكور لا يخافون من الإزعاجات أو المضايقات التي قد تحصل نتيجة هذه المشاركة، في حين أن الإناث يحسبن ألف حساب قبل المشاركة خاصة إذا كانت المشاركة نابعة

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

عن رغبة حقيقية، وهذا ما قد يؤدي إلى مشاكل إذا عرف أحد أفراد الأسرة خاصة وأن هناك أسر محافظة ولا تسمح بهذا التصرف.

- جدول رقم 49: يبين نظرة الطلبة لمواقع الزواج من حيث اعتبارها ملاذا حقيقيا للعثور على الزوج:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	الرأي
21.29	23		نعم
78.70	85		لا
%100	108		المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 49، أن 78.70% من الطلبة المبحوثين لا يعتبرون مواقع الزواج على الانترنت ملاذا حقيقيا للعثور على الشريك المناسب، وهذا ما يتوافق مع ما جاء في الجدول السابق من أن الطلبة معارضين للزواج عبر هذه المواقع، وذلك لأنها في نظرهم تنافي المبادئ التي جاء بها الدين الإسلامي، ولأنها مجرد أكاذيب ومضيعة للوقت، ولا يوجد فيها مصداقية، ومع ذلك فإن هناك نسبة 21.29% من الطلبة المبحوثين ممن يرون بأن مواقع الانترنت تعتبر ملاذا حقيقيا للعثور على الزوج، ويحتجون على ذلك بأن هناك العديد من العلاقات نجحت عبر الانترنت وانتهت بالزواج، ولأنها تمكن من اختيار الطرف الآخر بكل حرية. ومما سبق يتضح أنه رغم غلبة فئة الطلبة الراضين للاعتماد على مواقع الزواج، إلا أن هناك فئة في بداية ظهورها ممن يشجعون على استغلال ما توفره هذه المواقع من فرص غير محدودة للاختيار.

- جدول رقم 50: يبين نظرة الطلبة لمواقع الزواج من حيث اعتبارها ملاذا حقيقيا للعثور على الزوج حسب متغير الجنس:

الجنس		نذكر		أنتى	الرأي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
17.24	10	26	13		نعم
82.75	48	74	37		لا
%100	58	%100	50		المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 50، أن غالبية الطلبة المبحوثين لا يعتبرون مواقع الزواج على الانترنت ملاذا حقيقيا لاختيار الزوج، ويتضح كذلك أن الذكور أكثر رفضا لهذه المواقع من الإناث حيث أن 82.75% من الذكور يرفضون هذه المواقع، في حين أن 74% من الإناث يرفضن هذه المواقع، وكلهم يحتجون على ذلك بأن هذه المواقع افتراضية، ولا تمكن الفرد من التعرف الجيد على الطرف الآخر، كما يكثر فيها التلاعب. وبالمقابل فإن 26% من الإناث يعتبرن هذه المواقع كحل للبحث عن الزوج، وهذا قد يعود ربما لخوف الإناث من العنوسة مما يجعلهن يتجهن لأي شيء يمكن أن يخلصهن من هذه المشكلة.

- جدول رقم 51: يبين إمكانية لجوء الطلبة للزواج عبر مواقع الانترنت:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	الرأي
14.81	16		قد أجا لذلك
55.55	60		أفضل العزوبية على ذلك
29.62	32		لا أعرف
%100	108		المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 51، أن أكثر من نصف الطلبة المبحوثين أي 55.55% منهم يفضلون العزوبية على اللجوء لمواقع الزواج على الانترنت، و من هذا يظهر مدى كره الطلبة ورفضهم لهذه المواقع، ويوجد 29.62% من الطلبة المبحوثين يقولون بأنهم لا يعرفون هل سيلجئون لهذه المواقع أم لا، أي أنهم مترددون ويتكون الأمر للمستقبل، في حين هناك 14.81% من الطلبة المبحوثين يقولون بأنهم قد يلجئون لهذه المواقع في يوم من الأيام، ومما سبق يظهر أن هناك تردد وريبة لذا الطلبة في الاعتماد على مواقع الزواج عبر الانترنت، وربما هذا يعود إلى قلة التجارب الناجحة عبر هذه المواقع في أوساط الطلبة مما يجعلهم خائفين ومرتابين، أو ربما يعود هذا إلى عدم معرفتهم الحقيقية لكيفية عمل هذه المواقع.

- جدول رقم 52: يبين إمكانية لجوء الطلبة للزواج عبر مواقع الانترنت حسب متغير الجنس:

أنثى		ذكر		الجنس	الرأي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
16	08	13.79	08		قد أجا لذلك
56	28	55.17	32		أفضل العزوبية على ذلك
28	14	31.03	18		لا أعرف
%100	50	%100	58		المجموع

يلاحظ من خلال الجدول رقم 52، أن أكثر من نصف الطلبة المبحوثين أي 55.17% من الذكور و 56% من الإناث، يفضلون العزوبية على اللجوء إلى مواقع الزواج على الانترنت، ومن هذا يظهر مدى رفض الطلبة لمواقع الزواج على الانترنت، وهذا قد يعود إلى قلة التجارب الناجحة في مجتمع الطلبة مما يجعل هذه المواقع افتراضية وكل ما ينتج عنها افتراضي ولا يمت بصلة إلى الواقع. كما يظهر من خلال هذا الجدول كذلك أن 16% من الإناث يقلن بأنهن قد يلجئن لهذه المواقع في مقابل 13.79% من الذكور ممن يقولون بنفس الشيء، ومنه يمكن ملاحظة التفوق البسيط للإناث على الذكور في إمكانية اللجوء لهذه المواقع، وهذا قد يعود إلى أن الإناث أكثر حرصا على الزواج من الذكور، نتيجة لخوفهن من شبح العنوسة، ولذلك فهن قادرات على التحالف مع أي شيء يساعدهن في الحصول على الزوج.



الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

- جدول رقم 53: يبين مدى تقبل الطلبة لملء أحد إخوتهم لاستمارة الاشتراك في مواقع الزواج:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	الرأي
12.96	14		نعم
87.03	94		لا
%100	108		المجموع

يلاحظ من خلال الجدول رقم 53، أن معظم الطلبة المبحوثين أي 87.03% منهم لا يقبلون أن يملأ أحد إخوتهم استمارة تعريفية عبر مواقع الزواج، أي أنهم يرفضون اشتراك إخوانهم في مواقع الزواج على الانترنت، وهم بذلك يقرون بأنهم ما داموا لا يوافقون هم أنفسهم على الاشتراك في هذه المواقع (حسب ما سبق) فإنهم لا يرضون كذلك لإخوانهم بالاشتراك في هذه المواقع، وهذا يعود إلى خوف الطلبة من هذه المواقع وحذرهم منها وهذا ما يفسر تصرفهم هذا اتجاهها. ويمكن أن يفسر الأمر من جهة أخرى وأن الطلبة حريصين على إخوانهم وعلى راحتهم، على اعتبار أن هذه المواقع تجلب المشاكل وتثير القلاقل.

- جدول رقم 54: يبين مدى تقبل الطلبة لملء أحد إخوتهم لاستمارة الاشتراك في مواقع الزواج حسب متغير الجنس:

الجنس		الرأي	
أنثى	ذكر	النسبة	التكرار
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
14	07	12.06	07
86	43	87.93	51
%100	50	%100	58

يتبين من الجدول رقم 54، أن معظم الطلبة المبحوثين أي 87.93% من الذكور و 86% من الإناث، لا يقبلون أن يملأ أحد إخوتهم استمارة تعريفية عبر مواقع الزواج، ومن هذا يظهر أن كلا من الذكور والإناث يحرصون على إخوتهم كحرصهم على أنفسهم، فرفضهم للاشتراك في هذه المواقع (حسب ما سبق) أدى إلى رفض اشتراك إخوتهم في المواقع، وكأنهم بذلك يقولون لإخوتهم لا تفعلوا ذلك لأننا نحن أنفسنا لا نفعل ذلك، وهذا ما يفسر بأن هناك علاقات أسرية مترابطة وما زالت هناك علاقة الأخوة قائمة، وعليه فإن هؤلاء الطلبة مازالوا يعيشون في جو أسري ملؤه الترابط والتلاحم.

- جدول رقم 55: يبين ما يقوله الطلبة لمن يقبل على مواقع الزواج:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	الرأي
10.18	11		واصل البحث
56.48	61		دعك من هذا
33.33	36		لا أقول شيئاً
%100	108		المجموع

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

يلاحظ من خلال الجدول رقم 55، أن أزيد من نصف الطلبة المبحوثين أي 56.48% منهم، يقولون لمن يقبل على مواقع الزواج عبر الانترنت دعك من هذا، أي أنهم يحذرون وينصحون الآخرين بأن يبتعدوا عن مواقع الزواج عبر الانترنت، أي أنهم يقدمون لهم النصح من باب أنهم لا يحبذون هذه المواقع وبالتالي ينبهون الآخرين إلى الابتعاد عنها، وهذا يفسر بأن هناك علاقات اجتماعية حقيقية مازالت سائدة على الأقل عند نصف الطلبة المبحوثين وذلك ما يجعلهم يهتمون بالآخرين وينصحوهم بالابتعاد عن هذه المواقع، في حين هناك ما يعادل ثلث الطلبة المبحوثين أي 33.33%، لا يقولون شيئا للآخرين الذين يبحثون عن شريك العمر عبر مواقع الزواج، وهذا يفسر من ناحيتين، الأولى: أن هؤلاء الطلبة لا يريدون التدخل في شؤون الآخرين، والثانية: أن هؤلاء الطلبة لا يهتمهم الآخرون وهم يعيشون لأنفسهم وربما لأسرهم فقط، وبالتالي فإن علاقاتهم الاجتماعية ضعيفة.

- جدول رقم 56: يبين ما يقوله الطلبة لمن يقبل على مواقع الزواج حسب متغير الجنس:

الرأي	الجنس	
	أنثى	ذكر
واصل البحث	النسبة 14	النسبة 04
دعك من هذا	التكرار 07	التكرار 32
لا أقول شيئا	النسبة 58	النسبة 22
المجموع	التكرار 14	التكرار 58
	النسبة %100	النسبة %100

يتضح من خلال الجدول رقم 56، أن أغلبية الطلبة المبحوثين أي 55.17% من الذكور و 58% من الإناث، يقولون لمن يبحث عن شريك العمر عبر مواقع الزواج على الانترنت دعك من هذا، وهذا لأن هؤلاء الطلبة حريصين على توجيه النصح والتوجيه للآخرين، ومنه يتبين كذلك أن هؤلاء الطلبة (ذكورا وإناثا) مازالوا حريصين على الاهتمام بأمور الغير ويهتمهم ما يفعله الآخرون، في حين أن 37.93% من الذكور و 28% من الطالبات لا يقولون شيئا لمن يبحث عن شريك العمر عبر مواقع الزواج على الانترنت، وذلك ربما لأنهم لا يريدون أن يتدخلوا في أمور أو شؤون الآخرين أو لأن علاقاتهم الاجتماعية جد سطحية ولا يعيشون سوى لأنفسهم.

- جدول رقم 57: يبين ما إذا كان الطلبة يعرفون شخص تزوج بعد أن تعرف على الطرف الآخر عن طريق الانترنت:

الرأي	التكرار والنسبة
نعم	التكرار 53
لا	النسبة 49.07
المجموع	التكرار 55
	النسبة %100

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

من خلال الجدول رقم 57، يتضح أن هناك تقارب بين الطلبة المبحوثين الذين يعرفون أشخاصا تزوجوا بعد أن تعرفوا على الطرف الآخر عن طريق الانترنت والطلبة الذين لا يعرفون أي شخص تزوج بعد أن تعرف على الطرف الآخر عن طريق الانترنت، حيث 49.07% بالنسبة للحالة الأولى و 50.92% للحالة الثانية، ومن هذا يتضح أن هناك انتشار لهذه الطريقة في الزواج في المجتمع الذي يعيش فيه الطلبة، ولذلك فإن نصف المبحوثين يعرفون عن هذه الطريقة، ومع ذلك يظهر مما سبق تخوف لذا الطلبة من هذه الطريقة، وهذا يمكن أن يعود إلى أن الطلبة لا يعرفون هؤلاء الأشخاص الذين تزوجوا بعد أن تعرفوا على الطرف الآخر عن طريق الانترنت بشكل شخصي مما يمكنهم من معرفة المزيد من المعلومات وإنما معرفتهم تقتصر في أنهم سمعوا بشخص في مدينة مجاورة أو في مدينتهم ولكن لم يلتقوا به، وهذا ما يجعلهم غير مقتنعين تماما بهذه الطريقة في الزواج.

- جدول رقم 58: يبين ما إذا كان الطلبة يعرفون شخص تزوج بعد أن تعرف على الطرف الآخر عن طريق الانترنت حسب متغير الجنس:

الرأي	الجنس		النتيجة	
	نعم	لا	النسبة	التكرار
نعم	28	48.27	25	50
لا	30	51.72	25	50
المجموع	58	100%	50	100%

يلاحظ من خلال الجدول رقم 58، أن 51.72% من الذكور المبحوثين يقولون بأنهم لا يعرفون أي شخص تزوج بعد أن تعرف على الطرف الآخر عن طريق الانترنت، في حين أن 48.27% منهم يقولون بأنهم يعرفون أشخاصا تزوجوا بعد أن تعرفوا على الطرف الآخر عن طريق الانترنت، وبالنظر إلى النسبتين يتبين أن هناك تقارب بينهما وبالتالي فإنه على العموم يوجد قرابة نصف الطلبة الذكور يعرفون أشخاصا تزوجوا بعد أن تعرفوا على الطرف الآخر عن طريق الانترنت، وهذا الأمر الذي يظهر لذا الإناث حيث أن 50% منهن يعرفن ومثلهن لا يعرفن، ومن كل ما سبق يتضح أن هناك انتشار لهذه الطريقة في الزواج في مجتمع الطلبة.

- جدول رقم 59: يبين مدى نجاح الزواج عبر الانترنت وفقا للطلبة:

الرأي	التكرار والنسبة	التكرار	النسبة
عالية	11	10.18	
متوسطة	13	12.03	
ضعيفة	47	43.51	
لا أعرف	37	34.25	
المجموع	108	100%	

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

يتضح من خلال الجدول رقم 59، أن 43.51% من الطلبة المبحوثين يرون بأن نسبة نجاح الزواج عبر الانترنت هي نسبة ضعيفة، يليها 34.25% من الطلبة المبحوثين الذين يقولون بأنهم لا يعرفون ما هي نسبة نجاح هذا الزواج، وعليه فإن أغلبية الطلبة المبحوثين يقررون بضعف نسبة نجاح الزواج عبر الانترنت، وهذا يعود إلى أسباب رفضه التي سبق الإشارة إليها ومنها عدم المصداقية وكثرة الكذب وعدم إمكانية التعرف على الطرف الآخر بشكل جيد. مما سبق يمكن القول بأن رفض الطلبة لهذه الطريقة في الزواج تجعلهم يقولون بأن نسبة نجاح هذا الزواج ضعيفة، وليس لأنهم عايشوا هذا الزواج وعرفوا نتائجه حقيقة ومن تم قالوا بأنها ضعيفة.

- جدول رقم 60: يبين مدى نجاح الزواج عبر الانترنت وفقا للطلبة حسب متغير الجنس:

الرأي	الجنس		المرأة		الذكور	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
عالية	12	06	8.62	05		
متوسطة	14	07	10.34	06		
ضعيفة	42	21	44.82	26		
لا أعرف	32	16	36.20	21		
المجموع	%100	50	%100	58		

يتضح من خلال الجدول رقم 60، أن 44.82% من الذكور المبحوثين وكذلك 42% من الطالبات المبحوثات، يرون بأن نسبة نجاح الزواج عبر الانترنت هي نسبة ضعيفة، أي أن هذا الزواج لا يدوم إلا في حالات قليلة للغاية، لأنه مبني حسب آراء الطلبة السابق الإشارة إليها على قلة المصداقية والكذب و غير ذلك من الأمور التي تجعل هذه العلاقة لا تدوم طويلا، غير أنه يمكن الإشارة أن هؤلاء الطلبة إناثا وذكورا رغم أنهم يجمعون على ضعف نسبة نجاح الزواج عبر الانترنت، إلا أن قولهم أو رأيهم لا يستند على أمور واقعية وإنما على أحكام قبلية، مما يجعل هذا الرأي نابع عن نظرهم لهذه الطريقة في الزواج والتي سبق وصرحوا بأنهم ضدها.

- جدول رقم 61: يبين مدى موافقة الطلبة على الزواج عبر الانترنت:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	
		الزواج عبر الانترنت	
21.29	23	نعم	نوع الموافقة
78.70	85	لا	
%100	108	المجموع	
12.5	06	غني	الشروط
18.75	09	متعلم	
16.66	08	جزائري	
14.58	07	عربي	
27.08	13	مسلم	
10.41	05	أجنبي	
%100	48	المجموع	
28.12	09	الرغبة في الزواج	الدوافع
31.25	10	الإعجاب والحب المتبادل	
40.62	13	التوافق والتفاهم	
%100	32	المجموع	

#### أولاً: من حيث نوع الموافقة:

يلاحظ من خلال الجدول رقم 61، أن 78.70% من الطلبة المبحوثين يرفضون الزواج من شخص تعرفوا عليه عن طريق الانترنت، ومن هذا يتضح أن هؤلاء الطلبة مازالوا متمسكين بالطرق التقليدية في الزواج، وأنهم يرفضون التعامل مع الأشخاص الافتراضيين الذين يتعرفون عليهم عن طريق الانترنت، ولذلك فإنهم يرفضون الزواج منهم، لأنه لا يمكنهم التعرف عليهم جيداً، كما أن هذا الرفض ربما يعود إلى عدم تمرس الطلبة في العلاقات الافتراضية وبالتالي فإنهم مازالوا حذرين من هذه العلاقات في حد ذاتها، وأما الزواج من هؤلاء الأشخاص فإنه مستبعد، غير أن هناك نسبة 21.29% من الطلبة المبحوثين توافق على الزواج من الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عن طريق الانترنت، وهذا ربما يعود إلى دخول هؤلاء الأفراد في علاقات عاطفية مع أشخاص آخرين عبر الانترنت. وذلك لأن "لهذه الوسيلة قدرة على تكوين علاقات عاطفية حميمة بين الشباب المتصلين وصلت حد التفكير بالزواج. فقد دفعت هذه العلاقة بما نسبته (28.8%) من هؤلاء الشباب إلى قبولها الزواج وعدم معارضتها له ممن تعرفوا إليهم من خلال هذه الوسيلة".<sup>(1)</sup>

#### ثانياً: من حيث الشروط:

يتضح من خلال الجدول رقم 61، أن أغلب الطلبة المبحوثين أي 27.08% يضعون الإسلام شرط يطلّبونه في الشخص الذي سيتزوجون منه والذي تعرفوا عليه عبر الانترنت، ومن ذلك

(1)- حلمي خضر ساري، مرجع سابق، ص: 342.

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

يتضح أن الطلبة واعيين بأهمية أن يكون الطرف الآخر مسلما حتى يحافظوا على دينهم، ثم تأتي فئة من الطلبة المبحوثين والتي تشترط التعلم على الطرف الآخر، وهذا الشرط ضروري كذلك خاصة في هذا الوقت الذي أصبح فيه التعلم شرط للحصول على العمل وعلى المكانة الاجتماعية، وأما الفئة الثالثة فهي تحبذ أن يكون الطرف الآخر جزائري وذلك لحرصها على البقاء في الجزائر، ولسهولة التعامل معه بحكم أنه من نفس البلد ونفس الثقافة عموما.

### ثالثا: من حيث الدوافع:

يلاحظ من خلال الجدول رقم 61، أن 40.62% من الطلبة المبحوثين، يعتبرون التوافق والتفاهم كأهم دافع يساهم في قبولهم للزواج من الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عن طريق الانترنت، لأن التوافق والتفاهم يؤدي إلى الحب بينهم وبالتالي يمكنهم من الانسجام والعيش مع بعض، في حين يرى 31.25% من الطلبة المبحوثين أن الإعجاب والحب المتبادل هو ما يدفعهم للقبول بالزواج من الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عن طريق الانترنت، أي أنهم يقبلون على هذا الزواج عن حب وعن قناعة، وأخيرا فإن 28.12% من الطلبة المبحوثين يقولون بأن دافع الرغبة في الزواج هو ما يدفع للقبول بالزواج من الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عن طريق الانترنت، أي أنهم يقبلون على هذا الزواج وهم مجبرين وليسوا مخيرين، لأنهم يريدون الزواج ولا يجدون البديل.

- جدول رقم 62: يبين مدى موافقة الطلبة على الزواج عبر الانترنت حسب متغير الجنس:

الجنس		الزواج عبر الانترنت	
أنثى	ذكر	نعم	لا
ك	ك	%	%
12	11	18.96	24
38	47	81.03	76
50	58	100%	100%
03	03	16.66	10
08	01	5.55	26.66
06	02	11.11	20
05	02	11.11	16.66
07	06	33.33	23.33
01	04	22.22	3.33
30	18	100%	100%
06	03	25	30
07	03	25	35
07	06	50	35
20	12	100%	100%

### أولاً: من حيث نوع الموافقة:

يتبين من خلال الجدول رقم 62، أن 81.03% من الذكور المبحوثين و 76% الطالبات

المبحوثات، لا يوافقون على الزواج من الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عن طريق الانترنت، وبالنظر إلى الأرقام نجد أن الذكور أكثر رفضاً لهذه الطريقة في الزواج من الإناث، وهذا ربما يعود إلى أن للذكور القدرة على الاختيار وأن هذه الإمكانية تبقى حتى مع تقدم العمر بالشخص، في حين أن الإناث مهددين بالعنوسة مما يجعلهن في مرحلة معينة من العمر يقبلن أي شخص حتى ولو تعرفن عليه عن طريق الانترنت، لأن الأنثى في هذه المرحلة تود أن تتخلص من العنوسة فقط.

#### ثانياً: من حيث الشروط:

من خلال الجدول رقم 62، يظهر أن أهم شرط يطلبه الذكور المبحوثين هو الإسلام، ويليه أن تكون الفتاة أجنبية ثم أن تكون غنية، ومن هذا يظهر حرص الطلبة الذكور على المحافظة على دينهم رغم أن الدين الإسلامي يبيح لهم الزواج من كتابية، كما يظهر كذلك رغبتهم في الخروج من الجزائر بحكم رغبتهم في الزواج من أجنبية، كما أن رغبتهم في أن تكون هذه الفتاة غنية حتى يستفيدوا منها في بناء حياتهم، في حين أن الإناث المبحوثات يشترطن التعلم كأول أمر، لأنه مفتاح العمل والمكانة الاجتماعية، ثم الإسلام لأنه الكفيل بصيانة كرامتهن، وثالثاً أن يكون هذا الشخص عربي وذلك حتى يسهل التواصل معه، ومما سبق يظهر أن هذه الشروط متقاربة بين الجنسين.

#### ثالثاً: من حيث الدوافع:

يلاحظ من خلال الجدول رقم 62، أن 50% من الذكور المبحوثين يعتبرون التوافق والتفاهم الدافع الأساسي للقبول بالزواج من الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عن طريق الانترنت، على اعتبار أن الأمور الأخرى يكون منطلقها هذا الدافع، وهذا ما يساعد على نجاح زواجهم ودوامه، أما بالنسبة للإناث المبحوثات فـ 35% منهن يعتبرن الإعجاب والحب المتبادل هو الدافع الأول للقبول بالزواج من الأشخاص الذين تعرفن عليهم عن طريق الانترنت، ونفس النسبة أي 35% يقلن بأن التوافق والتفاهم هو الدافع الأساسي وراء القبول بالزواج من الأشخاص الذين تعرفن عليهم عن طريق الانترنت، لأن هذه الدوافع ضرورية من أجل بناء علاقة زواجية ناجحة ودائمة.

#### - جدول رقم 63: يبين رأي الطلبة في نتائج التعارف بين الجنسين عبر الهاتف النقال:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	الرأي
27.21	43		الصدقة
35.44	56		الترفيه والتسلية
25.94	41		قضاء بعض المصالح
11.39	18		الزواج
%100	*158		المجموع

\* عدد الاختيارات أكثر من عدد مستخدمي الهاتف النقال لأن المبحوث بإمكانه اختيار أكثر من خيار واحد.

يلاحظ من خلال الجدول رقم 63، أن 35.44% من الطلبة المبحوثين، يرون بأن التعارف عبر الهاتف النقال بين الجنسين يؤدي إلى الترفيه والتسلية و تبادل الأحاديث بينهم، أي أن هذا التعارف

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

هدفه هو قضاء بعض الوقت في محادثة الآخر فقط، أي أن الطلبة يقبلون على هذه المكالمات لمجرد التسلية وليس لأجل بناء علاقات حقيقية، في حين يرى 27.21% من الطلبة المبحوثين أن التعارف بين الجنسين عبر الهاتف النقال يؤدي إلى الصداقة بينهما أي إلى علاقة دائمة بينهما، يسودها التعاون والتفاهم وليس الاستغلال وتمضية الوقت فقط، كما أن 25.94% من الطلبة المبحوثين يقولون بأن التعارف بين الجنسين عبر الهاتف النقال يؤدي إلى قضاء بعض المصالح فقط وليس إلى حدوث علاقة دائمة، و مما سبق يتضح أن أغلب الطلبة المبحوثين يجمعون على أن تعارف الجنسين عبر الهاتف النقال يؤدي إلى علاقة زائلة تنتهي بانتهاء الهدف منها وهو قضاء بعض المصالح أو التسلية والترفيه.

- جدول رقم 64: يبين رأي الطلبة في نتائج التعارف بين الجنسين عبر الهاتف النقال حسب متغير الجنس:

الرأي	الجنس	
	ذكر	أنثى
الصداقة	النسبة 20	النسبة 23
الترفيه والتسلية	النسبة 32	النسبة 24
قضاء بعض المصالح	النسبة 19	النسبة 22
الزواج	النسبة 05	النسبة 13
المجموع	النسبة 76	النسبة 82
	%100	%100

من خلال الجدول رقم 64، يتضح أن 42.10% من الذكور المبحوثين أي أغلبية الذكور يرون أن التعارف بين الجنسين عبر الهاتف النقال يؤدي إلى الترفيه والتسلية وتبادل الأحاديث، أي أن الذكور ينظرون إلى هذه العلاقة بأنها علاقة غير جادة وأنها وجدت فقط لأجل الترفيه والتسلية ومحاولة للتعرف على مشاعر الآخر والعبث بها إن أمكن، كما أن الإناث المبحوثات يشاطرن الذكور في هذه النظرة، ولكن ليس بنفس الحدة، وذلك لأن الإناث في الغالب أكثر من يريد أن يصدق ويؤمن بالعلاقات عبر الهاتف النقال وخاصة لأولئك اللواتي ليس لهن علاقات حقيقية، كما يشترك الذكور والإناث كذلك في أن ثاب أمر يؤدي إليه التعارف بين الجنسين عبر الهاتف النقال هو الصداقة، وكذلك الأمر الثالث وهو قضاء بعض المصالح، وأما ما يلفت النظر هو أن 15.85% من الطالبات المبحوثات يرين بأن التعارف عبر الهاتف النقال بين الجنسين يؤدي إلى الزواج، في حين لا يشاطرن الرأي إلا 6.57% من الذكور، ومن هذا يتضح أن الإناث أكثر تعلقاً بالعلاقات عبر الهاتف النقال مع الطرف الآخر، وأنهن يأملن كثيراً في أن تنتهي هذه العلاقات بالزواج وذلك نتيجة لرغبتهن في الزواج وبأي طريقة وذلك هروبا من شبح العنوسة.



- جدول رقم 65: يبين نظرة الطلبة للهاتف النقال من حيث اعتباره ملاذا حقيقيا للعثور على الزوج:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	الرأي
21.66	26		نعم
78.33	94		لا
%100	120		المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم 65، أن 78.33% من الطلبة المبحوثين، يرون بأنه لا يمكن أن يعتبر الهاتف النقال ملاذا حقيقيا للزواج والعثور على الشريك المناسب، وذلك لأن التعرف عن طريق الصدفة على شخص عبر الهاتف النقال، لا يمكن أن يكون كالتعرف على شخص في الواقع، ذلك أن هذا الشخص يمكنه أن يخفي الكثير من الأمور، كما لا يمكن معرفة حقيقة هذا الشخص، غير أن 21.66% من الطلبة المبحوثين يقولون بأنه بالإمكان العثور على الزوج المناسب عبر الهاتف النقال، نظرا لكثرة التجارب الناجحة في المجتمع الذي يعيش فيه الطلبة، ولأن الاتصال به يؤدي إلى التعرف الجيد على الشريك.

- جدول رقم 66: يبين نظرة الطلبة للهاتف النقال من حيث اعتباره ملاذا حقيقيا للعثور على الزوج حسب متغير الجنس:

أنثى		ذكر		الجنس	الرأي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
26.66	16	16.66	10		نعم
73.33	44	83.33	50		لا
%100	60	%100	60		المجموع

يلاحظ من خلال الجدول رقم 66، أن 83.33% من الذكور المبحوثين و 73.33% من الإناث المبحوثات يرون بأنه لا يمكن اعتبار الهاتف النقال ملاذا حقيقيا للزواج والعثور على الزوج المناسب، ومن خلال الأرقام السالفة يظهر أن الذكور أكثر تشددا في هذا الأمر من الإناث ويبررون تشددهم هذا بأن هذه العادات دخيلة على مجتمعهم، ولأن المكالمات الهاتفية تخدع الشريك ولأن هذا الزواج محرم في الدين وغير ذلك من الحجج التي تنفر من هذا الزواج، في حين يظهر أن الإناث أقل تطرفا وذلك لما يقدمه من حجج والتي منها: لأن أخي تزوج عن طريق الهاتف النقال، لأنه يوجد فيه حقيقة رسمية مؤكدة، هناك الكثير من النتائج الإيجابية وغير ذلك من الحجج التي تسوقها الإناث اللواتي ترين بأن الهاتف النقال يعتبر وسيلة للزواج والعثور على الطرف الآخر.

الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

- جدول رقم 67: يبين إمكانية لجوء الطلبة للزواج عبر الهاتف النقال:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	الرأي
13.33	16		قد ألبأ لذلك
51.66	62		أفضل العزوبية على ذلك
35	42		لا أعرف
%100	120		المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 67، أن أكثر من نصف الطلبة المبحوثين أي 51.66% منهم يقولون بأنهم يفضلون العزوبية على اللجوء للزواج عن طريق الهاتف النقال، وهذا ما يؤكد ما سبق في أن الطلبة المبحوثين يرفضون الزواج عبر الهاتف النقال وأنهم يفضلون الطرق العادية في الزواج، كما يظهر من الجدول أن 35% من الطلبة المبحوثين مازالوا لم يحسموا أمرهم أي مازالوا مترددين في قبول أو رفض الإقبال على الزواج عبر الهاتف النقال، ومن خلال ما سبق يتضح أن هناك ضبابية في قرارات الطلبة المبحوثين في قبولهم للزواج عبر الهاتف النقال، مع أن هناك توجه نحو القبول بهذه الفكرة على العموم.

- جدول رقم 68: يبين إمكانية لجوء الطلبة للزواج عبر الهاتف النقال حسب متغير الجنس:

أنثى		ذكر		الجنس	الرأي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
20	12	6.66	04		قد ألبأ لذلك
50	30	53.33	32		أفضل العزوبية على ذلك
30	18	40	24		لا أعرف
%100	60	%100	60		المجموع

يلاحظ من خلال الجدول رقم 68، أن 53.33% من الذكور المبحوثين و 50% من الإناث المبحوثات، يفضلون العزوبية على اللجوء للزواج عبر الهاتف النقال، ومن خلال الأرقام السالفة الذكر يظهر أن هناك تطرف ولو طفيف من طرف الذكور في رفضهم لهذه الطريقة في الزواج مقارنة بالإناث اللواتي يتساوى عندهن من يرفض ومن هو متردد (20% قد ألبأ و 30% لا أعرف) ومن هذا يلاحظ أن هناك توجه ولو بسيط نحو القبول بهذه الطريقة في الزواج، ولكن الإناث يتفوقن في ذلك على الذكور، وربما يعود هذا إلى طبيعة الإناث وخوفهن من العنوسة مما يجعلهن متساهلات مع كل ما يمكن أن يخلصهن من العزوبية وخاصة لما يتقدم بهن العمر نوعاً ما.

- جدول رقم 69: يبين مدى تقبل الطلبة لدخول أحد إخوتهم في علاقة عاطفية عبر الهاتف النقال:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	الرأي
18	22		نعم
81	98		لا
%100	120		المجموع

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

يتبين من خلال الجدول رقم 69، أن 81% من الطلبة المبحوثين يرفضون دخول أحد إخوانهم في علاقة عاطفية عبر الهاتف النقال، ومن هذا تظهر غير الطلبة على إخوانهم، وأنهم ماداموا هم أنفسهم لا يحبذون العلاقات عبر الهاتف النقال فإنهم لا يرضونها كذلك لإخوانهم، كما يتضح كذلك بأن العلاقات الاجتماعية والأسرية خصوصاً للطلبة المبحوثين مازالت قوية، وذلك لأنهم مازالوا يهتمون لأمر إخوانهم، ولا يرضون لهم إلا ما يرضونه لأنفسهم، مما يوحي بأن أغلب الطلبة المبحوثين يعيشون في أسر متماسكة ومتضامنة.

- جدول رقم 70: يبين مدى تقبل الطلبة لدخول أحد إخوانهم في علاقة عاطفية عبر الهاتف النقال حسب متغير الجنس:

الرأي	الجنس	
	ذكر	أنثى
نعم	التكرار: 09 النسبة: 15%	التكرار: 13 النسبة: 21.66%
لا	التكرار: 51 النسبة: 85%	التكرار: 47 النسبة: 78.33%
المجموع	التكرار: 60 النسبة: 100%	التكرار: 60 النسبة: 100%

يتبين من خلال الجدول رقم 70، أن 85% من الذكور المبحوثين و 78.33% من الإناث المبحوثات يرفضون دخول أحد إخوانهم في علاقة عاطفية عبر الهاتف النقال، ويتبين كذلك من هذه الأرقام أن الذكور أكثر حرصاً على رفض هذه العلاقة، وذلك يعود إلى أن الذكور غير يرضون على أخواتهم مما يجعلهم يجمعون على رفض هذه العلاقة، أما الإناث فكانت نسبتهن أقل وذلك لأنهن لا يكرهن هذه العلاقة على إخوانهم (الذكور) وينكرنها على الإناث من إخوانهم وذلك لأنه في نظرهن أن الذكر لا يمكن أن يجرح في كثير من الحالات بينما الأنثى عرضة للجرح وللخسارة في كثير من الحالات، ومما سبق يتضح أن هناك علاقات أسرية قوية لذا الطلبة (ذكور وإناث) وأن درجة الترابط قوية كذلك مما يجعل الفرد يهتم بأمر الأفراد الآخرين في الأسرة.

- جدول رقم 71: يبين ما يقوله الطلبة لمن يبحث عن شريك العمر عبر الهاتف النقال:

الرأي	التكرار والنسبة	النسبة
واصل البحث	التكرار: 13 النسبة: 10.83%	10.83%
دعك من هذا	التكرار: 72 النسبة: 60%	60%
لا أقول شيئاً	التكرار: 35 النسبة: 29.16%	29.16%
المجموع	التكرار: 120 النسبة: 100%	100%

يلاحظ من خلال الجدول رقم 71، أن 60% من الطلبة المبحوثين يقولون لمن يبحث عن شريك العمر عبر الهاتف النقال دعك من هذا، ومنه يظهر مدى اهتمام الطلبة المبحوثين بتقديم النصيحة لمن يقبل على هذا العمل، وذلك لأنهم لا يريدون هذا العمل فهم يحذرون الناس منه وهذا التحذير ينم على قوة العلاقات الاجتماعية لذا الطلبة وعلى مدى اهتمامهم بأمر الآخرين، في حين

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

يلاحظ أن 29.16% من الطلبة المبحوثين لا يقولون شيئا لمن يبحث عن شريك العمر عبر الهاتف النقال، و هؤلاء ربما يرفضون التدخل في أمور الآخرين و لذلك يفضلون الصمت، وأما من يقولون لمن يبحث عن شريك العمر عبر الهاتف النقال، واصل البحث فهم بلا شك من مؤيدي الزواج عبر الهاتف النقال وبالتالي فهم ينصحون كذلك شأنهم شأن الذين يقولون دعك من هذا، وهذا دليل كذلك على قوة العلاقات الاجتماعية وعلى أن الطالب يحب للآخرين ما يحب لنفسه، فهو مهتم بأمور الآخرين وحريص على تقديم النصح لهم.

- جدول رقم 72: يبين ما يقوله الطلبة لمن يبحث عن شريك العمر عبر الهاتف النقال حسب متغير الجنس:

الرأي	الجنس	
	ذكر	أنثى
واصل البحث	النسبة التركرار	النسبة التركرار
دعك من هذا	8.33 05	13.33 08
لا أقول شيئا	66.66 40	53.33 32
المجموع	25 15	33.33 20
	%100 60	%100 60

يلاحظ من خلال الجدول رقم 72، أن 66.66% من الذكور المبحوثين و 53.33% من الطالبات المبحوثات، يقولون لمن يبحث عن شريك العمر عبر الهاتف النقال دعك من هذا، ومنه يتضح أن غالبية الطلبة المبحوثين (ذكورا وإناثا) حريصين على توجيه من يبحث عن الزوج عبر الهاتف النقال وحثه على العدول عن هذا، ومما سبق يتضح كذلك أن الذكور أكثر حرصا من الإناث على تحذير الآخرين من الاتجاه إلى الهاتف النقال للبحث عن الزوج، وهذا لأن الذكور أكثر اعتراضا على الزواج عبر الهاتف النقال لأن نسبة من يقولون للآخرين واصلوا البحث (المؤيدين) أقل من الإناث الذين يفعلون ذلك، وهم كذلك يقدمون النصح والإرشاد حسب توجههم، وأما من يفضلون الصمت فهم يرفضون التدخل في شؤون الآخرين، وعلى العموم فإن كل ما تقدم يوحى بأن الذكور والإناث يقيمون في مجتمع تسوده العلاقات الاجتماعية ويتجلى ذلك من خلال اهتمام الطلبة بأمور وشؤون الآخرين.

- جدول رقم 73: يبين ما إذا كان الطلبة يعرفون شخص تزوج بعد أن تعرف على الطرف الآخر عن طريق الهاتف النقال:

الرأي	التركرار والنسبة	التركرار	النسبة
نعم	68	56.66	
لا	52	43.33	
المجموع	120	%100	

يتضح من خلال الجدول رقم 73، أن 56.66% من الطلبة المبحوثين، يقولون بأنهم يعرفون

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

أشخاصاً تزوجوا بعد أن تعرفوا على الطرف الآخر عن طريق الهاتف النقال، ومن هذا يظهر أن الزواج عبر الهاتف النقال منتشر في مجتمع الطلبة وذلك لأن أكثر من نصف الطلبة يعرفون على الأقل شخص واحد تزوج بعد أن تعرف على الطرف الآخر عن طريق الهاتف النقال، وهذا الأمر كان يشجع الطلبة على القبول بهذه الطريقة في الزواج، ولكن الملاحظ (حسب ما سبق) هو الرفض وذلك لأسباب واهية مازال يحتج بها الطلبة، فرغم أن الظاهرة قد اكتسحت مجتمعاتهم إلا أنهم مازالوا يسبحون ضد التيار، مما يعني أنهم سينهارون ويخضعون للأمر الواقع ويقبلون بالزواج عبر الهاتف النقال.

- جدول رقم 74: يبين ما إذا كان الطلبة يعرفون شخص تزوج بعد أن تعرف على الطرف الآخر عن طريق الهاتف النقال حسب متغير الجنس:

الرأي	الجنس	
	ذكر	أنثى
نعم	التكرار: 27 النسبة: 45%	التكرار: 41 النسبة: 68.33%
لا	التكرار: 33 النسبة: 55%	التكرار: 19 النسبة: 31.66%
المجموع	60 100%	60 100%

يلاحظ من خلال الجدول رقم 74، أن 68.33% من الطالبات المبحوثات يقلن بأنهن يعرفن أشخاصاً تزوجوا بعد أن تعرفوا على الطرف الآخر عن طريق الهاتف النقال، في حين أن 55% من الذكور المبحوثين لا يعرفون أي شخص تزوج بعد أن تعرف على الطرف الآخر عن طريق الهاتف النقال، وهذا ما يفسر أن يكون الذكور أكثر معارضة للزواج عبر الهاتف النقال (حسب ما سبق) من الإناث، لأن أغلبيتهم لا تعرف نماذج حقيقية تزوجت ونجحت في زواجها بعد أن تعرفت على الطرف الآخر عن طريق الهاتف النقال، في حين الإناث لديهن نماذج بحكم معرفة أغلبهن لأشخاص تزوجوا بعد أن تعرفوا على الطرف الآخر عن طريق الهاتف النقال، مما يشجعهن على القبول بهذه الطريقة في الزواج وأن يكن أقل رفضاً لها.

- جدول رقم 75: يبين مدى نجاح الزواج عبر الهاتف النقال وفقاً للطلبة:

الرأي	التكرار والنسبة
عالية	09 7.5%
متوسطة	38 31.66%
ضعيفة	39 32.5%
لا أعرف	34 28.33%
المجموع	120 100%

يلاحظ من خلال الجدول رقم 75، أن 32.5% من الطلبة المبحوثين يرون بأن نسبة نجاح الزواج عبر الهاتف النقال هي نسبة ضعيفة، في حين أن نسبة مقاربة أي 31.66% من الطلبة

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

المبوهون يرون بأن نسبة نجاح هذا الزواج هي نسبة متوسطة، ومما سبق يظهر أن هناك تقارب في آراء الطلبة المبوهون حول نسبة نجاح الزواج عبر الهاتف النقال، بين من يرى أن هذه النسبة ضعيفة ومن يراها متوسطة، في حين هناك نسبة معتبرة من الطلبة المبوهون أي 28.33% منهم مازالوا لم يقرروا بعد ما هي النسبة التي يعطوها لهذا الزواج، وهذا ربما يعود إلى أنهم لا يعرفون أي شخص تزوج بعد أن تعرف على الطرف الآخر عن طريق الهاتف النقال مما يجعلهم محايدين.

- جدول رقم 76: يبين مدى نجاح الزواج عبر الهاتف النقال وفقاً للطلبة حسب متغير الجنس:

الرأي	الجنس			
	أنثى	ذكر		
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
عالية	08	13.33	01	1.66
متوسطة	23	38.33	15	25
ضعيفة	12	20	27	45
لا أعرف	17	28.33	17	28.33
المجموع	60	100%	60	100%

يتبين من خلال الجدول رقم 76، أن 45% من الذكور المبوهون يرون بأن نسبة نجاح الزواج عبر الهاتف النقال هي نسبة ضعيفة، وهذا ما يتناسب مع رأي الذكور الراض للزواج عبر الهاتف النقال، في حين أن 38.33% من الإناث المبوهون يعتبرن نسبة نجاح الزواج عبر الهاتف النقال هي نسبة متوسطة، ومن هذا يظهر أن نظرة الإناث أكثر تساهلاً مع الزواج عبر الهاتف النقال ولهذا فإنهن يقلن بأن نسبة نجاحه متوسطة، وبالرجوع إلى الجدول يظهر أن 13.33% من الطالبات المبوهون يقلن بأن نسبة نجاح الزواج عبر الهاتف النقال هي نسبة عالية ومن هذا يظهر كذلك مدى قبول الطالبات المبوهون للزواج عبر الهاتف النقال.

- جدول رقم 77: يبين مدى موافقة الطلبة على الزواج عبر الهاتف النقال:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	
		الزواج عبر الانترنت	
28.33	34	نعم	نوع الموافقة
71.66	86	لا	
%100	120	المجموع	
10.81	08	غني	الشروط
20.27	15	متعلم	
16.21	12	جزائري	
17.56	13	عربي	
29.72	22	مسلم	
5.40	04	أجنبي	
%100	74	المجموع	
11.62	05	الرغبة في الزواج	الدوافع
48.83	21	الإعجاب والحب المتبادل	
39.53	17	التوافق والتفاهم	
%100	43	المجموع	

**أولاً: من حيث نوع الموافقة:**

يلاحظ من خلال الجدول رقم 77، أن 71.66% من الطلبة المبحوثين لا يوافقون على الزواج عبر الهاتف النقال، ومن هذا يتضح أن الأغلبية من الطلبة المبحوثين ضد فكرة الزواج ممن تعرفوا عليهم عبر الهاتف النقال، وهذا قد يعود إلى تخوف الطلبة من العلاقات عبر الهاتف النقال وأنها غير كافية للتعرف على الطرف الآخر، كما هناك من يقول منهم بأن هذه الطريقة منافية للشرع، وأن العلاقة عبر الهاتف النقال يسودها الكثير من الكذب واستغلال الآخر. وبالرغم من كل هذا فإن نسبة الذين يوافقون على الزواج عبر الهاتف النقال تفوق ولو بشكل بسيط نسبة أولئك الذين يقبلون الزواج عبر الانترنت (جدول رقم 61)، ومنه فإنه يمكن الاستنتاج أن الطلبة المبحوثين يقبلون على الزواج عبر الهاتف النقال أكثر من إقبالهم على الزواج عبر الانترنت.

**ثانياً: من حيث الشروط:**

يتبين من خلال الجدول رقم 77، أن 29.72% من الطلبة المبحوثين يعتبرون الإسلام شرط ضروري للقبول بالزواج من الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عبر الهاتف النقال، وذلك لأن الإسلام يكفل لهم حسن المعاشرة وبناء أسرة يسودها الاحترام والود بين الطرفين، وأما ثاني شرط فهو التعلم، وذلك لأنه هو أساس الحصول على العمل أو الوظيفة وبالتالي المكانة الاجتماعية، ثم يأتي شرط أن يكون هذا الطرف جزائري، وهذا يدل على أن الطلبة المبحوثين يريدون الاستمرار بالإقامة في الجزائر، ويدل على ذلك كذلك أن شرط أجنبي هو الشرط الأخير في اختيارات الطلبة بنسبة 5.40% مما يدل على عدم اهتمام الطلبة المبحوثين بالزواج من الأجانب.

**ثالثا: من حيث الدوافع:**

يلاحظ من خلال الجدول رقم 77، أن 48.83% من الطلبة المبحوثين يعتبرون الإعجاب والحب المتبادل دوافع حقيقية للقبول بالزواج من الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عبر الهاتف النقال، وذلك ظنا منهم أن هذه الدوافع كافية لبناء الأسرة واستمرار العلاقة الزوجية، ثم يأتي التوافق والتفاهم كثاني دافع بنسبة 39.53% من المبحوثين وهو الدافع الذي يساعد على التوافق والتكامل بين الزوجين ويضمن لهم الاستمرار معا. و أما دافع الرغبة في الزواج فقد جاء هو الأخير لاعتبارات أن الطلبة مازالوا في مرحلة الشباب ولم يصلوا بعد إلى مرحلة متقدمة أين يصبح الإنانث خصوصا يبحثن عن الزواج فقط وبأي طريقة.

- جدول رقم 78: يبين مدى موافقة الطلبة على الزواج عبر الهاتف النقال حسب متغير الجنس:

الجنس		الزواج عبر الانترنت		
ذكور	أنثى	نوع الموافقة	الجنس	
ك	%	ك	%	
10	16.66	24	40	نعم
50	83.33	36	60	لا
60	100%	60	100%	المجموع
01	4.76	07	13.20	غني
03	14.28	12	22.64	متعلم
02	9.52	10	18.86	جزائري
04	19.04	09	16.98	عربي
08	38.09	14	26.41	مسلم
03	14.28	01	1.88	أجنبي
21	100%	53	100%	المجموع
00	00	05	16.12	الرغبة في الزواج
05	41.66	16	51.61	الإعجاب والحب المتبادل
07	58.33	10	32.25	التوافق والتفاهم
12	100%	31	100%	المجموع

**أولا: من حيث نوع الموافقة:**

يتضح من خلال الجدول رقم 78، أن 83.33% من الذكور المبحوثين و 60% من الإنانث المبحوثات لا يوافقون على الزواج عبر الهاتف النقال، ومما سبق يظهر أن الذكور أكثر رفضا لهذه الطريقة في الزواج من الإنانث، وهذا ربما يعود إلى أن الذكور مازالوا يريدون الزواج بالطرق العادية وهي أن يتعرفوا على الزوجة مباشرة دون اللجوء للهاتف النقال، في حين أن الإنانث، يردن الزواج فقط ولا يهتمن بطريقة التعرف على هذا الزوج، كما يمكن النظر إلى هذا من جهة أخرى وهي أن الذكور أكثر خوفا من التكنولوجيا الحديثة وما تجلبه لهم من أشخاص افتراضيين، أما الإنانث فأكثر تعايش مع التكنولوجيا الحديثة وتقبلا للأشخاص الافتراضيين الذين تعرفوا عليهم



عبرها، وعليه فإنه يمكن القول عموماً أن الذكور أكثر تطرفاً في رفضهم للزواج عبر الهاتف النقال من الإناث.

#### ثانياً: من حيث الشروط:

يلاحظ من خلال الجدول رقم 78، أن 38.09% من الذكور المبحوثين و 26.41% من الإناث المبحوثات، يعتبرون أن الإسلام شرط ضروري للزواج بمن تعرفوا عليه عبر الهاتف النقال، وذلك لأن الإسلام يكفل لهم إمكانية إقامة عائلة وبناء أسرة ملتزمة ومتماسكة، وأما فيما يخص الشرط الثاني فهو بالنسبة للذكور أن يكون الطرف الآخر عربي، حتى يسهل التواصل معه، ولأنه يتشابه معهم في العديد من العادات والتقاليد مما يسهل التعايش معه، وأما الإناث فالشرط الثاني بالنسبة لهن هو أن يكون الطرف الآخر متعلم، لمزيد من التفاهم والتوافق وكذا إمكانية الحصول على منصب جيد وبالتالي مكانة اجتماعية مرموقة توفر لهن حياة زوجية لائقة ومحترمة.

#### ثالثاً: من حيث الدوافع:

يتضح من خلال الجدول رقم 78، أن 51.61% من الإناث المبحوثات يعتبرن الإعجاب والحب المتبادل دافع ضروري للقبول بالطرف الآخر الذي تعرفن عليه عن طريق الهاتف النقال كزوج، لأن ذلك كاف في نظرهن لبناء أسرة وخلق جو من التفاهم بين الزوجين. أما 58.33% من الذكور المبحوثين فيعتبرون أن التوافق والتفاهم هو أول دافع يمكن أن يؤدي إلى القبول بالزواج من الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عبر الهاتف النقال، ومما يمكن ملاحظته كذلك من هذا الجدول أن ولا واحد من الذكور وضع الرغبة في الزواج كدافع للقبول بالزواج من الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عبر الهاتف النقال، في حين أن 16.12% من الإناث يعتبرن الرغبة في الزواج دافع هام للقبول بالزواج من الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عبر الهاتف النقال، وذلك لأن الإناث أكثر رغبة في الزواج من الذكور، لأنهن يخفن من العنوسة وهذا ما يجعلهن يتمسكن بأي خيط يمكن أن يقودهن إلى الزواج.

#### - جدول رقم 79: يبين رأي الطلبة في ما يعبر عنه الزواج عبر الانترنت والهاتف النقال:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة	الرأي
9.27	14		تقدم وتفتح عقلي وحرية
11.25	17		تخلف
40.39	61		مغامرة
39.07	59		استخفاف بالدين
%100	*151		المجموع

\* عدد الاختيارات أكثر من عدد مستخدمي الهاتف النقال لأن المبحوث بإمكانه اختيار أكثر من خيار واحد.

يتضح من خلال الجدول رقم 79، أن 40.39% من الطلبة المبحوثين يرون بأن الزواج عبر الانترنت والهاتف النقال يعبر عن مغامرة، ولا يقوم به إلا الأشخاص المغامرون الذين يحاولون

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

تجريب أي شيء دون أي تفكير في العواقب، في حين يعتبر 39.07% من الطلبة المبحوثين أن الزواج عبر الانترنت والهاتف النقال استخفاف بالدين وتعدي على كل الضوابط التي تحددها الشريعة الإسلامية للزواج، وبالمقابل فإن هناك 9.27% من الطلبة المبحوثين ممن يرون بأن الزواج عبر الانترنت والهاتف النقال يعبر عن تقدم وتفتح عقلي وحرية، و هذه الفئة من الطلبة على صغرها تمثل اتجاه جديد نحو هذه الطريقة في الزواج، وعموما فإن هناك اتفاق لذا الطلبة المبحوثين نحو اعتبار الزواج عبر الانترنت والهاتف النقال طريقة غير عادية وليست محببة في الزواج.

- جدول رقم 80: يبين رأي الطلبة في ما يعبر عنه الزواج عبر الانترنت والهاتف النقال حسب متغير الجنس:

الجنس		الذكور		الرأي
		التكرار	النسبة	
أنثى	التكرار	10	5.12	تقدم وتفتح عقلي وحرية
	النسبة	13.69	04	تخلف
ذكر	التكرار	08	11.53	مغامرة
	النسبة	10.95	33	استخفاف بالدين
المجموع		28	42.30	32
		27	41.02	78
		73	%100	%100

يتبين من خلال الجدول رقم 80، أن 42.30% من الذكور المبحوثين و 38.35% من الطالبات المبحوثات، يعتبرون الزواج عبر الانترنت والهاتف النقال مغامرة، لا يقدم عليها إلا المتهورين الذين لا يحسبون للعواقب أي حساب، كما يتضح كذلك مما سبق أن نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث ولو بزيادة بسيطة ولكن لذلك دلالة على أن الذكور أكثر رفضاً لهذه الطريقة في الزواج، ونفس الشيء يظهر من خلال اعتبار هذه الطريقة استخفاف بالدين أي أن 41.02% من الذكور و 36.98% من الإناث أي دائماً نسبة الذكور أعلى لنفس السبب السابق، أما في الجانب الآخر أي من حيث اعتبار هذه الطريقة تعبر عن تقدم وتفتح عقلي وحرية يظهر أن الإناث أكثر تأييداً لهذا الرأي بنسبة 13.69% مقابل 5.12% للذكور فقط.

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

- جدول رقم 81: يبين أسباب إقبال الطلبة على الزواج عن طريق الانترنت والهاتف النقال:

الأسباب	التكرار والنسبة	التكرار	النسبة
ضعف الوازع الديني	25	25.77	
زيادة العزوبية	13	13.40	
ضعف الشخصية	09	9.27	
تقليد الغرب	14	14.43	
التقدم والحرية	09	9.27	
التعرف أكثر على الطرف الآخر	27	27.83	
المجموع	97	100%	

يلاحظ من خلال الجدول رقم 81، أن 27.83% من الطلبة المبحوثين يعتبرون أن أهم سبب يدفع الشباب للإقبال على الزواج عن طريق الانترنت والهاتف النقال هو التعرف أكثر على الطرف الآخر من خلال طول مدة التواصل معه باستخدام هاتين الوسيلتين في حين يعتبر 25.77% من الطلبة المبحوثين أن ضعف الوازع الديني هو السبب في إقبال الشباب على الزواج عن طريق الانترنت والهاتف النقال، لأن جهل الشباب بتعاليم الدين الإسلامي وآداب الخطبة والزواج هو ما يجعلهم يقبلون على هذه الطريقة في الزواج، في حين أن 14.43% منهم يعتبرون هذه الطريقة في الزواج مجرد تقليد للغرب، و13.40% من الطلبة المبحوثين يقولون أن زيادة العزوبية بين الشباب هي سبب الإقبال على هذه الطريقة في الزواج.

- جدول رقم 82: يبين أسباب إقبال الطلبة على الزواج عن طريق الانترنت والهاتف النقال حسب متغير الجنس:

الأسباب	الجنس		أنتى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ضعف الوازع الديني	13	28.26	12	23.52
زيادة العزوبية	01	2.17	12	23.52
ضعف الشخصية	04	8.69	05	9.80
تقليد الغرب	09	19.56	05	9.80
التقدم والحرية	04	8.69	05	9.80
التعرف أكثر على الطرف الآخر	15	32.60	12	23.52
المجموع	46	100%	51	100%

يتبين من خلال الجدول رقم 82، أن 23.52% من الطالبات المبحوثات يعتبرن الأسباب الثلاثة الآتية: ضعف الوازع الديني، زيادة العزوبية، والتعرف أكثر على الطرف الآخر، أهم الأسباب التي تؤدي بالشباب إلى الإقبال على الزواج عن طريق الانترنت والهاتف النقال، في حين أن 32.60% من الذكور المبحوثين يرون أن التعرف أكثر على الطرف الآخر هو سبب الإقبال على هذه الطريقة في الزواج، و 28.26% منهم يرون أن الإقبال على هذه الطريقة في الزواج هو بسبب ضعف الوازع الديني، و أما 19.56% من الذكور المبحوثين فيرجعون انتشار هذه الطريقة في

## الفصل الخامس: استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية

الزواج إلى تقليد الغرب، وعموما فإن كلا من التعرف أكثر على الطرف الآخر و ضعف الوازع الديني تعد من الأسباب الرئيسية لانتشار الزواج عن طريق الانترنت والهاتف النقال في أوساط الشباب في نظر الذكور والإناث.

## II- نتائج الدراسة

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

### أولاً: عادات وأنماط استخدام الانترنت والهاتف النقال:

#### أ- الانترنت:

- توصلت الدراسة إلى أن 90% من أفراد العينة يستخدمون الانترنت، حيث يستخدم الذكور الانترنت بنسبه 96% كما تستخدمه الإناث بنسبة 83.33%.

- تبين من خلال الدراسة المدة الزمنية التي يقضيها الطلبة مع الانترنت وهي:

1- في الجلسة الواحدة: توصلت الدراسة إلى أن 41.66% من الطلبة المبحوثين يجلسون أمام الانترنت ما بين ساعة وساعتين، وهي المدة التي يجلسها 51.72% من الذكور، في حين يقضي 36% من الإناث أكثر من ساعتين أمام الانترنت في الجلسة الواحدة.

2- في الأسبوع: كشفت الدراسة أن 55.55% من أفراد العينة يستخدمون الانترنت لأقل من 5 ساعات في الأسبوع، وهي نفس المدة التي يقضيها 58.62% من الذكور و 52% من الإناث.

- تبين من خلال الدراسة أن الأوقات المفضلة لاستخدام الانترنت هي:

1- في اليوم: توصلت الدراسة إلى أن 48.69% من الطلبة المبحوثين يفضلون الليل لاستخدام الانترنت، وهي الفترة التي يفضلها 29.62% من الذكور، أما 45.28% من الإناث فتفضل الفترة المسائية.

2- في الأسبوع: توصلت الدراسة إلى أن 40.74% من الطلبة المبحوثين يستخدمون الانترنت في كل أيام الأسبوع، ونفس الشيء بالنسبة لـ 37.93% من الذكور و 44% من الإناث.

- توصلت الدراسة إلى أن 36.44% من الطلبة المبحوثين يستخدمون الانترنت في المنزل، وهذا ما تفعله 44.06% من الإناث، أما 35.59% من الذكور فيستخدمونها في مقاهي الانترنت.

- كشفت الدراسة أن 40.86% من الطلبة المبحوثين يستخدمون الانترنت بمفردهم، وهذا ما يفعله 54.09% من الذكور، أما 48.14% من الإناث فيستخدمن الانترنت حسب الظروف (أحياناً بمفرهن وأخرى مع آخرين).

- توصلت الدراسة إلى أن الطلبة المبحوثين يستخدمون الانترنت للأغراض التالية:

1- البحث عن معلومات معينة: 33.93%، 2- الدردشة: 21.71%، 3- البريد الإلكتروني ومعرفة الأخبار: 13.12%.

وللذكور نفس هذه الأهداف حيث: 1- البحث عن معلومات معينة: 29.36%، 2- الدردشة: 19.04%، 3- معرفة الأخبار: 17.46%.

وكذلك الأمر بالنسبة للإناث حيث: 1- البحث عن معلومات معينة: 40%، 2- الدردشة: 25.26%، 3- البريد الإلكتروني: 10.52%.

- تبين من خلال الدراسة أن عادات الطلبة المبحوثين في تصفح مواقع الويب كانت كمايلي:

1- من حيث عدد المواقع: أوضحت الدراسة أن 56.48% من أفراد العينة يفتحون من 2 إلى 6 مواقع في المرة الواحدة، ونفس الشيء بالنسبة لـ 62.06% من الذكور و 50% من الإناث.

2- من حيث طريقة التصفح: أوضحت الدراسة أن 44.44% من أفراد العينة يتصفحون المواضيع كاملة خلال تصفحهم لمواقع الانترنت، ونفس الشيء بالنسبة لـ 39.65% من الذكور و 50% من الإناث.

3- من حيث المشاركة: أوضحت الدراسة أن 42.59% من أفراد العينة تشارك أحيانا في المواضيع التي تطلع عليها عبر مواقع الانترنت، وهذا ما يفعله 34.48% من الذكور و 52% من الإناث.

4- من حيث التعامل مع المواضيع: أوضحت الدراسة أن 47.07% من أفراد العينة يحملون المواضيع التي يحتاجونها ويعثروا عليها في مواقع الانترنت، وهذا ما يقوم به 47.05% من الذكور و 46.96% من الإناث.

- كشفت الدراسة أن 61.11% من الطلبة المبحوثين لا يستطيعون الاستغناء عن الانترنت، ونفس الشيء بالنسبة لـ 56.89% من الذكور و 78.33% من الإناث.

#### **ب- الهاتف النقال:**

- توصلت الدراسة إلى أن 73.33% من أفراد العينة يستخدمون الهاتف النقال حسب الظروف (عند الحاجة للاتصال)، ونفس الشيء بالنسبة لـ 68.33% من الذكور و 78.33% من الإناث.

- تبين من خلال الدراسة مقدار الوقت الذي يقضيه الطلبة المبحوثين في مكالماتهم الهاتفية كمايلي:

1- في المكالمات الواحدة: أوضحت الدراسة أن 40% من الطلبة المبحوثين يستخدمون الهاتف النقال لأقل من 5 دقائق في المكالمات الواحدة، وهو ما يفعله 55% من الذكور، أما 28.33% من الإناث فيستخدمن الهاتف النقال لأكثر من 30 دقيقة في المكالمات الواحدة.

2- في اليوم: أوضحت الدراسة أن 63.33% من أفراد العينة يستخدمون الهاتف النقال لأقل من ساعة في اليوم ونفس الشيء بالنسبة لـ 78.33% من الذكور و 48.33% من الإناث.

- تبين من خلال الدراسة أن الأوقات المفضلة لذا الطلبة المبحوثين لاستخدام الهاتف النقال هي:

1- في اليوم: أوضحت الدراسة أن 41.13% من أفراد العينة يفضلون استخدام الهاتف النقال في الفترة المسائية، و هذا ما يفضله 40.57% من الذكور و 41.66% من الإناث.

2- في الأسبوع: أوضحت الدراسة أن 54.16% من أفراد العينة يفضلون استخدام الهاتف النقال في كل أيام الأسبوع، وهو ما يفضله كذلك 46.66% من الذكور و 61.66% من الإناث.

- توصلت الدراسة إلى أن 40.94% من الطلبة المبحوثين يستخدمون الهاتف النقال أكثر لما يكونوا في الجامعة، وهو ما يفعله 44.44% من الذكور، أما الإناث ف 42.18% منهن تكثر من استخدام الهاتف النقال لما تكون في المنزل.

- توصلت الدراسة إلى أن الخدمات الأكثر تفضيلاً في الهاتف النقال هي:

1- المكالمات العادية: 36.29%، 2- الاستماع للموسيقى ومشاهدة مقاطع الفيديو: 19.45%، 3- رسائل SMS: 16.93%.

وهي نفس الخدمات التي يفضلها الذكور حيث: 1- المكالمات العادية: 42.97%، 2- الاستماع للموسيقى ومشاهدة مقاطع الفيديو: 17.35%، 3- رسائل SMS: 15.70%.

وهي كذلك نفس الخدمات التي تفضلها الطالبات حيث: 1- المكالمات العادية: 29.92%، 2- الاستماع للموسيقى ومشاهدة مقاطع الفيديو: 22.04%، 3- رسائل SMS: 18.11%.

- تبين من خلال الدراسة تصرفات الطلبة المبحوثين اتجاه المكالمات الواردة، وكانت هذه التصرفات كالآتي:

1- من أحد المعارف: أوضحت الدراسة أن 76.66% من الطلبة المبحوثين يردون مباشرة على المكالمات الواردة من أحد معارفهم، وهو ما يفعله 75% من الذكور و 78.33% من الإناث.

2- من رقم جديد: أوضحت الدراسة أن 39.16% من أفراد العينة يفتحوا ويستمعوا ولا يتكلموا في حالة اتصال من رقم جديد، وهو ما تفعله 48.33% من الطالبات المبحوثات، في حين أن 31.66% من الذكور يردون على هذه المكالمات مباشرة.

3- من رقم مخفي: أوضحت الدراسة أن 45% من أفراد العينة لا يردون على المكالمات الواردة من رقم مخفي، وهو ما تفعله 55% من الطالبات المبحوثات، في حين أن 36.66% من الذكور يفتحوا ويستمعوا ولا يتكلموا في حالة المكالمات الواردة من رقم مخفي.

- كشفت الدراسة أن 80% من الطلبة المبحوثين لا يستطيعون الاستغناء عن الهاتف النقال، وكذلك 76.66% من الذكور و 83.33% من الإناث.

## ثانياً: استخدام الانترنت والهاتف النقال في العلاقات الاجتماعية:

### أ- الانترنت:

- تبين من خلال الدراسة استخدام الانترنت في الاتصال والتواصل وفق مايلي:

- 1- من حيث نوع الموافقة: أوضحت الدراسة أن 83.33% من أفراد العينة يستخدمون الانترنت في الاتصال والتواصل، وهو ما يفعله 84.48% من الذكور و 82% من الإناث.
- 2- من حيث أطراف الاتصال: أوضحت الدراسة أن 44.93% من أفراد العينة يستخدمون الانترنت للاتصال والتواصل مع الأصدقاء والزملاء، وهو ما يفعله 43.01% من الذكور و 47.69% من الإناث.
- 3- من حيث الخدمات المعتمد عليها: أوضحت الدراسة أن أفراد العينة يعتمدون على مايلي:
  - 1- الدردشة الكتابية: 30.21%، 2- البريد الإلكتروني: 22.30%، 3- الدردشة الصوتية: 15.82%.

وهي نفس الخدمات التي يعتمد عليها الذكور حيث:

- 1- الدردشة الكتابية: 32%، 2- البريد الإلكتروني: 21.33%، 3- الدردشة الصوتية: 17.33%.

وهي تقريبا نفس الخدمات التي تعتمد عليه الإناث حيث:

- 1- الدردشة الكتابية: 28.12%، 2- البريد الإلكتروني: 23.43%، 3- الشبكات الاجتماعية: 20.31%.

- تبين من خلال الدراسة استخدام الدردشة و/أو الشبكات الاجتماعية كمايلي:

- 1- من حيث نوع الموافقة: أوضحت الدراسة أن كل الطلبة المبحوثين (ذكورا وإناثا) الذين يستخدمون الانترنت في الاتصال والتواصل يستخدمون الدردشة و/أو الشبكات الاجتماعية، باعتبارها أهم خدمات الاتصال والتواصل عبر الانترنت.
- 2- من حيث حجم التردد: أوضحت الدراسة أن 31.11% من أفراد العينة يترددون على برامج الدردشة و/أو الشبكات الاجتماعية أحيانا/ حسب الظروف، وهو ما يتناسب مع تردد الذكور والإناث كذلك، حيث 36.73% من الذكور يترددون أحيانا و 34.14% من الإناث يترددن حسب الظروف.
- 3- من حيث الأشخاص المتصل بهم: أوضحت الدراسة أن 62.22% من أفراد العينة يتصلون بأشخاص من الجنسين عن طريق الدردشة و/أو الشبكات الاجتماعية، وهو ما يفعله 61.22% من الذكور و 63.41% من الإناث.



4- من حيث المواضيع المناقشة: أوضحت الدراسة أن أفراد العينة يناقشون مايلي:

1- المواضيع العلمية: 15.54%، 2- المواضيع الترفيهية: 15.12%، 3- المواضيع الاجتماعية: 14.28%.

كما يناقش الذكور المواضيع التالية: 1- المواضيع الرياضية: 18.93%، 2- المواضيع العلمية/الترفيهية: 15.15%، 3- المواضيع الاجتماعية/الدينية: 12.87% . وتناقش الإناث كذلك ما يلي: 1- المواضيع الاجتماعية/العلمية: 16.03%، 2- المواضيع الترفيهية: 15.09%، 3- المواضيع الدينية: 13.20%.

5- من حيث أهداف التواصل: أوضحت الدراسة أن أفراد العينة يتواصلون بهدف:

1- التعارف وتكوين صداقات: 36.24%، 2- البحث عن المعلومات: 21.47%، 3- التسلية و الترفيه: 16.77%.

ويتواصل الذكور لتحقيق نفس الأهداف حيث:

1- التعارف وتكوين صداقات: 36.70%، 2- البحث عن المعلومات: 24.05%، 3- التسلية والترفيه: 20.25%.

كما يتواصل الإناث لتحقيق نفس الأهداف حيث:

1- التعارف وتكوين صداقات: 35.71%، 2- مناقشة بعض المواضيع المهمة: 21.42%، 3- البحث عن المعلومات: 18.57%.

6- من حيث تقديم الاسم الحقيقي: أوضحت الدراسة أن 58.88% من أفراد العينة لا يقدمون الاسم الحقيقي أثناء استخدامهم للدردشة و/أو الشبكات الاجتماعية، وهو الأمر الذي يفعله 54.16% من الذكور و 64.28% من الإناث.

7- من حيث برامج الدردشة المعتمد عليها: أوضحت الدراسة أن أفراد العينة يعتمدون أثناء

استخدامهم للدردشة عبر الانترنت على البرامج التالية:

1- Skype: 53.84%، 2- Yahoo messenger: 18.80%، 3- Windows live messenger: 12.82%.

كما يستخدم الذكور البرامج التالية:

1- Skype: 53.33%، 2- Yahoo messenger: 21.66%، 3- برامج مواقع الويب (الغير متخصصة): 13.33%.

وتستخدم الإناث مايلي:

1- Skype: 54.38%، 2- Yahoo messenger/ برامج مواقع الويب (الغير متخصصة): 14.03%، 3- Windows live messenger: 15.78%.

8- من حيث الشبكات الاجتماعية المستخدمة: أوضحت الدراسة أن أفراد العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية التالية:

1- Facebook :65% ، 2- Youtube :20.83% ، 3- Twitter :10.83%.

وهي نفس الشبكات التي يستخدمها الذكور حيث:

1- Facebook :61.29% ، 2- Youtube :22.58% ، 3- Twitter :12.90%.

وهي كذلك الشبكات نفسها التي تستخدمها الإناث حيث:

1- Facebook :68.96% ، 2- Youtube :18.96% ، 3- Twitter :8.62%.

- تبين من خلال الدراسة أن للطلبة أصدقاء افتراضيون حيث:

1- من حيث نوع الموافقة: كشفت الدراسة أن 57% من أفراد العينة لديهم أصدقاء

افتراضيين، ونفس الشيء بالنسبة لـ 55.10% من الذكور و 73.17% من الإناث.

2- من حيث جنسهم: أوضحت الدراسة أن 80.70% من أفراد العينة لديهم أصدقاء

افتراضيين من الجنسين، ونفس الشيء بالنسبة لـ 81.18% من الذكور و 80% من الإناث.

3- من حيث مدى عمق العلاقة: أوضحت الدراسة أن 49.12% من أفراد العينة يقولون بأن

علاقتهم بأصدقائهم الافتراضيين متوسطة، ونفس الشيء بالنسبة لـ 50% من الذكور و 48.38% من الإناث.

4- من حيث الرغبة في زيارتهم: أوضحت الدراسة أن 56.14% من أفراد العينة يرغبون في

زيارة أصدقائهم الافتراضيين، ونفس الشيء بالنسبة لـ 64.51% من الإناث، في حين أن 53.84% من الذكور لا يرغبون في زيارة أصدقائهم الافتراضيين.

- توصلت الدراسة إلى أن 63.88% من أفراد العينة يقولون بوجود اختلاف في العلاقة مع

الآخرين عبر الانترنت عنها في الواقع، ونفس الشيء بالنسبة لـ 55.17% من الذكور و 74% من الإناث.

- توصلت الدراسة إلى أن 75% من أفراد العينة يقولون بأن الانترنت ساعدت على تطوير

العلاقات الاجتماعية، ونفس الشيء بالنسبة لـ 68.96% من الذكور و 82% من الإناث.

### ب- الهاتف النقال:

تبين من خلال الدراسة استخدام الطلبة للهاتف النقال في العلاقات الاجتماعية كمايلي:

1- من حيث نوع الموافقة: أوضحت الدراسة أن جميع أفراد العينة يستخدمون الهاتف النقال

في علاقاتهم الاجتماعية، وذلك لأن هذه الوسيلة جوهر استخدامها هو هذه العلاقات، ولا

يمكن أن تستخدم في غير هذه العلاقات.

- 2- من حيث الأشخاص المتصل بهم: كشفت الدراسة أن 45.10% من أفراد العينة يستخدمون الهاتف النقال للاتصال والتواصل مع الأصدقاء والزملاء، وهو الشيء الذي يفعله 42.15% من الذكور و 48.78% من الإناث.
- 3- من حيث خدمات الهاتف النقال المعتمد عليها: أوضحت الدراسة أن أفراد العينة يعتمدون على الخدمات التالية: 1- المكالمات العادية: 71.51%، 2- رسائل SMS: 24.68%، 3- رسائل MMS: 2.53%.
- وهي نفس الخدمات التي يعتمد عليها الذكور حيث:
- 1- المكالمات العادية: 74.35%، 2- رسائل SMS: 21.79%، 3- رسائل MMS: 3.84%.
- وتستخدم الإناث الخدمات التالية:
- 1- المكالمات العادية: 68.75%، 2- رسائل SMS: 27.5%، 3- البريد الصوتي: 2.5%.
- 4- من حيث تصرفات الطلبة مع أصدقائهم في حالة مناسبة: أوضحت الدراسة أن 53.33% من أفراد العينة يقومون بزيارة أصدقائهم في المناسبات، وهو ما يفعله 59.21% من الذكور و 46.66% من الإناث.
- 5- من حيث تصرفات الطلبة مع أصدقائهم في حالة سوء تفاهم: أوضحت الدراسة أن 29.93% من أفراد العينة يطلبون لقاء أصدقائهم في مكان ما من أجل حل المشاكل وإزالة حالة سوء التفاهم بينهم، وهو ما يفعله 36.48% من الذكور في حين أن 31.50% من الإناث تفضل مكالمة الأصدقاء بالهاتف النقال فقط لأجل إزالة حالة سوء التفاهم.
- 6- من حيث ما يطلبه الطلبة من شخص تعرفوا عليه: أوضحت الدراسة أن 71.22% من أفراد العينة يطلبون رقم الهاتف النقال عند تعرفهم على شخص جديد، وهو ما يفعله 63.01% من الذكور و 80.30% من الإناث. أوضحت الدراسة أن 30.37% من أفراد العينة يطلبون رؤية الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عبر الهاتف النقال، وهو ما يفعله 37.14% من الذكور، في حين تلجأ 36.92% من الإناث إلى قطع العلاقة به.
- 7- من حيث تعامل الطلبة مع من تعرفوا إليهم عبر الهاتف النقال: توصلت الدراسة إلى أن 74.16% من أفراد العينة يرون بأن الهاتف النقال قلل من الحوار وجهها لوجه مع الأهل والأصدقاء، وهو ما يراه 75% من الذكور و 73.33% من الإناث.

### ثالثاً: اتجاهات استخدام الانترنت والهاتف النقال كوسيلة لربط علاقة الزواج:

#### أ- الانترنت:

- كشفت الدراسة أن 75% من أفراد العينة لم يحاولوا أبداً التسجيل في مواقع الزواج على الانترنت، وهو نفس ما فعله 74.13% من الذكور و 76% من الإناث.
- توصلت الدراسة إلى أن 78.70% من أفراد العينة لا يعتبرون مواقع الزواج على الانترنت ملاذاً حقيقياً للعثور على الزوج، وهو رأي 82.75% من الذكور و 74% من الإناث.
- أوضحت الدراسة أن 55.55% من أفراد العينة يفضلون العزوبية على اللجوء للزواج عبر مواقع الزواج على الانترنت، وهو ما يفعله 55.17% من الذكور و 56% من الإناث.
- كشفت الدراسة أن 87.03% من أفراد العينة لا يقبلون أن يملأ أحد إخوتهم استمارة الاشتراك في مواقع الزواج على الانترنت، وهو ما يفعله 87.93% من الذكور و 86% من الإناث.
- توصلت الدراسة إلى أن 56.48% من أفراد العينة يقولون لمن يقبل على الزواج عبر مواقع الزواج على الانترنت دعك من هذا، وهذا ما يقوله 55.17% من الذكور و 58% من الإناث.
- أوضحت الدراسة أن 50.92% من أفراد العينة لا يعرفون أي شخص تزوج بعد أن تعرف على الطرف الآخر عن طريق الانترنت، ونفس الشيء بالنسبة لـ 51.72% من الذكور و 50% من الإناث.
- كشفت الدراسة أن 43.51% من أفراد العينة يرون بان نسبة نجاح الزواج عبر الانترنت هي نسبة ضعيفة، وهذا ما يراه 44.82% من الذكور و 42% من الإناث.
- تبين من خلال الدراسة رأي أفراد العينة في الزواج ممن تعرفوا عليهم عن طريق الانترنت كمايلي:

1- من حيث الموافقة: أوضحت الدراسة أن 78.70% من أفراد العينة لا يوافقون على الزواج من الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عن طريق الانترنت، وهذا ما يفعله 81.03% من الذكور و 76% من الإناث.

2- من حيث الشروط: أوضحت الدراسة أن أفراد العينة يضعون شروطاً للقبول بالزواج ممن تعرفوا عليهم عن طريق الانترنت وهي:

1- مسلم: 27.08%، 2- متعلم: 18.75%، 3- جزائري: 16.66%.  
ووضع الذكور الشروط التالية:

1- مسلم: 33.33%، 2- أجنبي: 22.22%، 3- غني: 16.66%.  
كما وضعت الإناث الشروط التالية:

1- متعلم: 26.66%، 2- مسلم: 23.33%، 3- جزائري: 20%.

3- من حيث الدوافع: أوضحت الدراسة أن أفراد العينة يقولون بأن هناك دوافع للقبول بالزواج ممن تعرفوا عليهم عبر الانترنت وهي:

1- التوافق والتفاهم: 40.62%، 2- الإعجاب والحب المتبادل: 31.25%، 3- الرغبة في الزواج: 28.12%.

وهي نفس دوافع الذكور حيث:

1- التوافق والتفاهم: 50%، 2- الإعجاب والحب المتبادل: 25%، 3- الرغبة في الزواج: 25%.

وهي كذلك نفس دوافع الإناث:

1- التوافق والتفاهم: 35%، 2- الإعجاب والحب المتبادل: 35%، 3- الرغبة في الزواج: 30%.

#### ب- الهاتف النقال:

- كشفت الدراسة أن 35.44% من أفراد العينة يرون بأن التعارف بين الجنسين عبر الهاتف النقال يؤدي إلى الترفيه والتسلية، وهو ما يراه 42.10% من الذكور و 29.26% من الإناث.

- توصلت الدراسة إلى أن 78.33% من أفراد العينة لا يعتبرون الهاتف النقال ملاذا حقيقيا للعثور على الزوج، وهو ما يراه 83.33% من الذكور و 73.33% من الإناث.

- أوضحت الدراسة أن 51.66% من أفراد العينة يفضلون العزوبية على اللجوء للزواج عن طريق الهاتف النقال، وهو ما يفعله 53.33% من الذكور و 50% من الإناث.

- كشفت الدراسة أن 81% من أفراد العينة لا يقبلون أن يدخل أحد إختهم في علاقة عاطفية مع آخرين عبر الهاتف النقال، ونفس الشيء بالنسبة لـ 85% من الذكور و 78.33% من الإناث.

- توصلت الدراسة إلى أن 60% من أفراد العينة يقولون لمن يبحث عن شريك العمر عبر الهاتف النقال دعك من هذا، وهو ما يفعله 66.66% من الذكور و 53.33% من الإناث.

- أوضحت الدراسة أن 56.66% من أفراد العينة يعرفون أشخاصا تزوجوا بعد أن تعرفوا على الطرف الآخر عن طريق الهاتف النقال، ونفس الشيء بالنسبة لـ 68.33% من الإناث، في حين

يقول 55% من الذكور أنهم لا يعرفون أي شخص تزوج بعد أن تعرف على الطرف الآخر عن طريق الهاتف النقال.

- كشفت الدراسة أن 32.5% من أفراد العينة يرون بأن نسبة نجاح الزواج عن طريق الهاتف النقال هي نسبة ضعيفة، وهو نفس ما يراه 45% من الذكور، في حين ترى 38.33% من الإناث

أن نسبة نجاح الزواج عبر الهاتف النقال هي نسبة متوسطة.

- تبين من خلال الدراسة رأي أفراد العينة في الزواج ممن تعرفوا عليهم عبر الهاتف النقال كمايلي:

1- من حيث الموافقة: أوضحت الدراسة أن 71.66% من أفراد العينة لا يوافقون على الزواج من الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عن طريق الهاتف النقال، وهذا ما يفعله 83.33% من الذكور و 60% من الإناث.

2- من حيث الشروط: أوضحت الدراسة أن أفراد العينة يضعون من أجل الموافقة على الزواج ممن تعرفوا عليهم عن طريق الهاتف النقال الشروط التالية:

1- مسلم: 29.72%، 2- متعلم: 20.27%، 3- عربي: 17.56%.

ووضع الذكور الشروط التالية:

1- مسلم: 38.09%، 2- عربي: 19.04%، 3- متعلم/ أجنبي: 14.28%.

كما وضعت الإناث الشروط التالية:

1- مسلم: 26.41%، 2- متعلم: 22.64%، 3- جزائري: 18.86%.

3- من حيث الدوافع: أوضحت الدراسة أن أفراد العينة يقولون بأن هناك دوافع للقبول بالزواج

ممن تعرفوا عليهم عبر الهاتف النقال وهي: 1- الإعجاب والحب المتبادل: 48.83%،

2- التوافق والتفاهم: 39.53%، الرغبة في الزواج: 11.62%.

ووضع الذكور دوافع هي:

1- التوافق والتفاهم: 58.33%، 2- الإعجاب والحب المتبادل: 41.66%.

كما وضعت الإناث دوافع وهي:

1- الإعجاب والحب المتبادل: 51.61%، 2- التوافق والتفاهم: 32.25%، الرغبة في

الزواج: 16.12%.

- كشفت الدراسة أن 40.39% من أفراد العينة يرون بأن الزواج عبر الانترنت والهاتف النقال

يعبر عن مغامرة (عبارة عن مغامرة)، وهو ما يراه 42.30% من الذكور و 38.35% من

الإناث.

- توصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة يرون بأن ازدياد إقبال الشباب على الزواج عن طريق

الانترنت والهاتف النقال يعود للأسباب التالية:

1- التعرف أكثر على الطرف الآخر: 27.83%، 2- ضعف الوازع الديني: 25.77%،

3- تقليد الغرب: 14.43%.

وهي نفس الأسباب التي وضعها الذكور حيث:

1- التعرف أكثر على الطرف الآخر: 32.60%، 2- ضعف الوازع الديني: 28.26%،

3- تقليد الغرب: 19.56%. كما وضعت الإناث نفس الأسباب.

**\* النتائج العامة للدراسة:**

**- النتيجة الجزئية الأولى:**

من خلال إجابات المبحوثين يتضح مدى الإقبال الواسع لاستخدام الانترنت والهاتف النقال من طرف الطلبة، وكذا تنوع عاداتهم في هذا الاستخدام من حيث الأوقات المفضلة، والمدة المستغرقة، والمكان المفضل للاستخدام، والخدمات المعتمد عليها، وغير ذلك من عادات وأنماط استخدام هاتين الوسيلتين.

**- النتيجة الجزئية الثانية:**

أبرزت إجابات العينة المستجوبة، أن معظم الطلبة يستخدمون الانترنت في علاقاتهم الاجتماعية المختلفة، وأن كل الطلبة المستجوبين يستخدمون الهاتف النقال في علاقاتهم الاجتماعية.

**- النتيجة الجزئية الثالثة:**

أوضحت إجابات الطلبة المبحوثين، أن معظم الطلبة المبحوثين يرفضون استخدام الانترنت والهاتف النقال كوسائل لربط علاقة الزواج.

**- النتيجة العامة:**

أظهرت نتائج الدراسة المسحية الميدانية، أن هناك استخدام واسع للانترنت والهاتف النقال في أوساط الطلبة، وأن معظمهم يستخدمون هاتين الوسيلتين في علاقاتهم الاجتماعية، غير أن أغلبهم يرفضون الزواج من الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عبر هاتين الوسيلتين.

التفقه



## الخاتمة

كان اختيارنا لهذه الدراسة " استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العلاقات الاجتماعية " على أساس ضرورة الوقوف عند المستوى الذي بلغه استخدام هذه التكنولوجيا في الجزائر، وعند شريحة الشباب خصوصا، ومعرفة مدى استخدام هذه الشريحة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في علاقاتها الاجتماعية، وكذا مدى مساهمة الشباب لمختلف التطورات الحاصلة في هذا المجال. ولقد أبدى الشباب (الطلبة) ارتباطهم الكبير بالانترنت والهاتف النقال، وذلك من خلال كثافة الاستخدام وأنماطها. ويبدو واضحا أن اختلاف كثافة الاستخدام وأنماطها لدى الطلبة كان وراءه اختلاف في مستويات الاهتمام والتفضيل لديهم، وكذلك لاختلاف الدوافع والحاجات أيضا، وهي تمثل الخصائص الشخصية والسيكولوجية للطلبة، ويضاف إلى ذلك الخصائص الديمغرافية والتي تشمل الجنس والتخصص.

وعلى الرغم من كثافة استخدام الطلبة لهذه التكنولوجيا في علاقاتهم الاجتماعية، إلا أنهم مازالوا محافظين على أغلب العادات الاجتماعية، كتبادل الزيارات والسعي لحل الخلافات بينهم عن طريق اللقاءات وليس بواسطة الهاتف النقال والانترنت، وهذا يدل على أن الطلبة مازالوا يعيشوا في جو يسوده الترابط في العلاقات الاجتماعية.

كما أن هذه التكنولوجيا رغم انتشارها مازالت محدودة الاستعمال في المجالات الحساسة من الحياة الاجتماعية للطلبة كالزواج، فعلى الرغم من شيوع التعارف والتواصل عن طريق الهاتف النقال والانترنت وإقرار أغلب الطلبة بأن لهم أصدقاء افتراضيين، إلا أن أغلبهم مازالوا مترددين في القبول بالزواج من هؤلاء الأشخاص الذين تعرفوا عليهم عن طريق هذه الوسائل، ويفضلون الطرق العادية في اختيار الزوج.

وعليه فإن استخدام الانترنت والهاتف النقال من طرف الطلبة عموما وفي علاقاتهم الاجتماعية خصوصا، أصبح واقعا ملموسا ويزداد بشكل سريع، وهذا رغم أن أغلب الطلبة مازالوا مترددين في استخدام هاتين الوسيلتين في بعض العلاقات الحساسة كالزواج، إلا أن ترددهم هذا سيزول مع الزمن نتيجة بداية القبول باستخدام هذه التكنولوجيا في هذا النوع من العلاقات، من طرف أفراد من مجتمعهم وحتى من عائلاتهم مما سيحتم عليهم مساهمة هذه التوجهات.

المراجع

\* القرآن الكريم

\* الأحاديث النبوية

أولاً: المراجع العربية

1- الكتب:

- 1- (أبو شنب)، جمال محمد، العلاقات الإنسانية: دراسة في مهارات الاتصال والتعامل، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2009.
- 2- (أبو عمار)، محمود المصري، الزواج الإسلامي السعيد، الطبعة الأولى، دار البيان الحديثة، القاهرة، 2006.
- 3- (أبو عيشة)، فيصل، الإعلام الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 4- (إسماعيل)، محمود حسن، مبادئ، علم الاتصال ونظريات التأثير، الطبعة الأولى، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- 5- (البهى)، محمد، الفكر الإسلامي والمجتمع المعاصر: مشكلات الأسرة والتكافل، الطبعة الثالثة، دار التوفيق النموذجية للطبع والجمع الآلي، مكتبة وهبة، القاهرة، 1982.
- 6- (الترمانيني)، عبد السلام، الزواج عند العرب: في الجاهلية والإسلام (دراسة مقارنة)، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1984.
- 7- (الخليفة)، طارق سيد أحمد، معجم مصطلحات الإعلام: انجليزي- عربي، الطبعة الأولى، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2008.
- 8- (الخوري)، هاني شحادة، تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرين: مدخل تعريفى لتكنولوجيا المعلومات، الجزء الأول، الطبعة الأولى، مركز الرضا للكمبيوتر، دمشق، 1998.
- 9- (الرومي)، علي بن عبد الرحمن، عبد الله بن عبد العزيز الصائغ، الزواج في المملكة العربية السعودية: دراسة شاملة لقضايا وشؤون الزواج، وزارة الشؤون الاجتماعية، الرياض، 2004.
- 10- (الطهطاوي)، علي أحمد عبد العال، شرح كتاب النكاح، الطبعة الأولى، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005.
- 11- (النقري)، معن، التكنولوجيا والاتصالات والانترنت في تقارير التنمية الإنسانية الدولية: العرب والعالم، مطبعة اليازجي، دمشق، 2003.
- 12- (الهادي)، محمد محمد، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات: مع معجم شارح للمصطلحات، الطبعة الأولى، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001.
- 13- (بدر)، أحمد أنور، مقدمة في تكنولوجيا المعلومات وأساسيات استرجاع المعلومات، الطبعة الأولى، دار الثقافة العلمية، الإسكندرية، 2003.
- 14- (بيومي)، محمد أحمد محمد، (ناصر)، عفاف عبد العليم، علم الاجتماع العائلي: دراسة التغيرات في الأسرة العربية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2003.
- 15- (حسنين)، جمال مجدي، سوسيولوجيا المجتمع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2007.
- 16- (دليو)، فضيل، الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، وسائله، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- 17- (دليو)، فضيل، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال: المفهوم، الاستعمالات، الأفاق، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 18- (دليو)، فضيل، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري - قسنطينة، 2003.

- 19- (ديفلير)، ملفين، (روكيتش)، ساندر، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة (عبد الرؤوف)، كمال، الطبعة الرابعة، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة 2002.
- 20- (ريان)، أحمد، خدمات الانترنت، الطبعة الرابع، المجمع الثقافي، أبوظبي، 2001.
- 21- (سعودي)، محمد عبد الغني، (الخصيري)، محسن أحمد، الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1992.
- 22- (سليمان)، ماهر، (عابد)، حسام، (خادم)، إيد، أساسيات الانترنت، الطبعة الأولى، سلسلة الرضا للانترنت، دار الرضا للنشر، دمشق، 2000.
- 23- (سيد أحمد)، غريب محمد، علم الاجتماع ودراسة المجتمع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2003.
- 24- (سيد خليل)، محمد محمد، عفت محمد الشرقاوي، ثقافة التواصل في عصر العولمة: رؤية عربية، الطبعة الأولى، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
- 25- (صادق)، عباس مصطفى، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 26- (عبد الجواد)، أحمد رأفت، مبادئ علم الاجتماع، مكتبة نهضة الشرق، جامعة القاهرة، 1983.
- 27- (عبد الحميد)، محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الثالثة، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
- 28- (عبد الرزاق)، انتصار إبراهيم، (الساموك)، صدف حسام، الإعلام الجديد.. تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، جامعة بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، بغداد، 2011.
- 29- (عبيدات)، محمد، (أبو نصار)، محمد، (مبيضين)، عقلة، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، الطبعة الثانية، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، 1999.
- 30- (عثمان)، محمد رأفت، فقه النساء في الخطبة والزواج، دار الاعتصام للطبع والنشر والتوزيع، القاهرة، د.ت.
- 31- (عطية)، السيد عبد الحميد، (مهدي)، محمد محمود، الاتصال الاجتماعي وممارسة الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2003.
- 32- (علم الدين)، محمود، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990.
- 33- (علي)، نبيل، الثقافة العربية وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001.
- 34- (عمر)، ماهر محمود، سيكولوجية العلاقات الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2006.
- 35- (عوض سيد)، جابر، التكنولوجيا والعلاقات الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1996.
- 36- (قاسم)، رانيا محمد علي، تأثير الكمبيوتر على العلاقات الاجتماعية للطفل، مركز الإسكندرية للكتاب، 2009.
- 37- (قنديلجي)، عامر إبراهيم، المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والانترنت، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2003.
- 38- (كرو العزاوي)، رحيم يونس، مقدمة في منهج البحث العلمي، الطبعة الأولى، دار دجلة، الأردن، 2008.
- 39- (مبارز)، منال عبد العال، سامح سعيد إسماعيل، تطبيقات تكنولوجيا الوسائط المتعددة، الطبعة الأولى، دار الفكر، عمان، 2010.
- 40- (مسعد)، محيي محمد، كيفية كتابة الأبحاث والإعداد للمحاضرات، الطبعة الثانية، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2000.
- 41- (نزيه)، محمد محمد، تعلم واحترف الانترنت، (طبعة إلكترونية)، 2009.

42- (نهر)، هادي، (الخطيب)، أحمد محمود، إدارة الاتصال والتواصل: النظريات- العمليات- الوسائط- الكفايات، عالم الكتب الحديث، إربد، الأردن، 2009.

### 2- الدوريات:

1- (آل سعود)، نايف بن ثنيان، تأثير استخدام الانترنت على استخدامات طلاب الجامعات السعودية لوسائل الاتصال الجماهيري: دراسة على عينة من طلاب الجامعات السعودية، مجلة جامعة الملك سعود، المجلد 17، العدد 02، 2005.

2- (الخمشي)، سارة صالح عيادة، الآثار الاجتماعية السلبية لاستخدام الفتاة في مرحلة المراهقة للانترنت، مجلة علوم إنسانية WWW.ULUM.NL، السنة السابعة، العدد 45، شتاء 2010.

3- (الزرن)، جمال، المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين، مجلة شؤون عربية، العدد 130، صيف 2007.

4- (الشريفي)، سامية علي، أنظمة شبكات النقال، مجلة تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، السنة التاسعة، العدد: 108، جويلية 2010، وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات، صنعاء.

5- (الصادق)، رابع، الانترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثامن، العدد الثاني، إبريل/يونيو 2007.

6- (بختي)، إبراهيم، الانترنت في الجزائر، مجلة الباحث، العدد: 2002/01، جامعة ورقلة، الجزائر.

7- (حاج صالح)، مؤيد، أثر مواصفات المنتج والعوامل الشخصية والاجتماعية للمستهلك نحو الولاء للعلامة التجارية، دراسة ميدانية لمشتري أجهزة الهاتف المحمول في مدينة دمشق، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 26، العدد الأول 2010.

8- (خليل)، إيمان، عشرون سببا للتحويل إلى Gmail، مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، العدد 187، يوليو 2007.

9- (ساري)، حلمي خضر، تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية "دراسة ميدانية في المجتمع القطري"، مجلة جامع دمشق، المجلد 24، العدد الأول + الثاني 2008.

10- (شيخاني)، سميرة، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول- الثاني، 2010.

11- (صادق)، عباس مصطفى، الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، العدد الثاني، 2007.

12- (عطا)، أميرة، اليوتيوب... مع x ضد، مجلة التعليم الإلكتروني، وحدة التعليم الإلكتروني بجامعة المنصورة، العدد الخامس، مارس 2010.

13- (مجاهد)، أماني جمال، استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، مجلة دراسات المعلومات، العدد الثامن، مايو 2010.

14- (مصطفى عمر)، السيد أحمد، تأثير استخدام (الانترنت) على مشاهدة التلفاز: بحث ميداني على عينة من طالبات جامعة الشارقة، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية والإنسانية، المجلد 03، العدد 01، فبراير 2006.

15- (منصور)، تحسين بشير، استخدامات الانترنت ودوافعها لدى طلبة جامعة البحرين "دراسة ميدانية"، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد 86، السنة 22، ربيع 2004.

16- (منصور)، عصام، المدونات الإلكترونية مصدر جديد للمعلومات، مجلة دراسات المعلومات، العدد الخامس، مايو 2009.

### 3- الرسائل الجامعية:

1- (أبو رعد)، أميرة مازن عبد الله، أثر اختلاف الدين في أحكام الزواج في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير في الفقه والتشريع، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2007.

- 2- (الحميري)، محمد لطف علي، التقنيات المعاصرة في الاتصال – المستحدثات والاستخدامات، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007/2006.
- 3- (الخوaja)، ماجد عبد العزيز، الآثار الاجتماعية لانتشار الانترنت على الشباب، رسالة ماجستير، كلية المعلمين بمحافظة جدة، جامعة الملك عبد العزيز، 2002.
- 4- (العلاوين)، لبنى عبد الله، تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية "إنموذجا"، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الآداب، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2009.
- 5- (العويضي)، إلهام بنت فريج بن سعيد، أثر استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة، رسالة ماجستير، قسم السكن وإدارة المنزل، كلية التربية للاقتصاد المنزلي والتربية الفنية بجدة، جامعة الملك عبد العزيز، 2003.
- 6- (القيسي)، سها ياسين، زواج الصغار في ضوء تحديد سن الزواج، رسالة ماجستير في الفقه المقارن، كلية الشريعة والقانون، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2010.
- 7- (اللياس)، رانيا رمزي حليم، الآثار الاجتماعية لاستخدام الهاتف المحمول على الشباب "دراسة ميدانية في مدينة القاهرة"، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 2008.
- 8- (برنيس)، نعيمة، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت في عصر ثورة المعلومات: دراسة نظرية ميدانية في قسم الأخبار بالقناة الأرضية للتلفزيون الجزائري، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري- قسنطينة، 2010/2009.
- 9- (بضياف)، سوهيلة، المدونات الإلكترونية في الجزائر: دراسة في الاستخدامات والإشباع، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، جامعة باتنة، الجزائر، 2010/2009.
- 10- (بن فليس)، نادية، تعدد الزوجات في ظل التحولات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية: دراسة ميدانية على عينة من مدينة باتنة، رسالة ماجستير في علم الاجتماع العائلي، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة باتنة، الجزائر، 2005/2004.
- 11- (بوترعة)، عبد الرزاق، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثرها على الأداء الإعلامي لدى الصحفيين الجزائريين: التلفزيون الجزائري أمودجا (دراسة وصفية تحليلية)، رسالة ماجستير في وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2009/2008.
- 12- (بورحلة)، سليمان، أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم - دراسة ميدانية – رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2008/2007.
- 13- (تاوتي)، عبد العليم، دراسة سوق خدمة اتصالات الهاتف النقال في الجزائر (الفترة 2000 إلى 2005)، رسالة ماجستير في الدراسات الاقتصادية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 2006.
- 14- (تومي)، فضيلة، التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري: البرامج الموضوعاتية نموذجاً، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2008/2007.
- 15- (جلال سكيك)، لبنى، استخدام التكنولوجيا الرقمية في النشرة الإخبارية التلفزيونية: نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الجزائري نموذجاً، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2008/2007.
- 16- (خليل إبراهيم)، عبد الله محمد، صور مستحدثة لعقد الزواج في الفقه الإسلامي وقانون الأحوال الشخصية، رسالة ماجستير في الفقه والتشريع، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2010.

- 17- (رزق)، سامية سليمان، دور الاتصال الشخصي في نشر الأفكار المزرعية المستحدثة في المجتمعات الريفية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 1978.
- 18- (شويح)، مؤمن أحمد ذياب، أثر وسائل الاتصال الحديثة على ميراث المفقود في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير في الفقه المقارن، كلية الشريعة والقانون، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2006.
- 19- (صابر)، لامية، الحملات الإعلانية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب: دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، جامعة باتنة، الجزائر، 2010/2009.
- 20- (صفاح)، أمال فاطمة الزهراء، استخدام الهاتف النقال لدى الطالب الجامعي - دراسة ميدانية في أوساط طلبة جامعة مستغانم-، رسالة ماجستير في علم اجتماع الاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة مستغانم، 2010./2009.
- 21- (صلوي)، ماجد بن جبران بن حسن، الآثار الاجتماعية لاستخدامات الهاتف الجوال على الشباب السعودي، رسالة ماجستير في الاجتماع، جامعة الملك عبد العزيز، 2007.
- 22- (عبد الغفار)، عادل، استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي، رسالة ماجستير، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 1995.
- 23- (عقبي)، نصيرة، جمهور التلفزيون ونظرية الاستعمالات و الإشباعات: دراسة مسحية في الاستعمال والإشباع على عينة من الأسر في الجزائر العاصمة، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2002-2003.
- 24- (علي غانم)، حسن دياب، المعايير اللازمة لإنتاج وتوظيف برامج الوسائط المتعددة الكمبيوترية وأثرها على التحصيل بالمدارس الإعدادية، رسالة ماجستير في تكنولوجيا التعليم، معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة، 2006.
- 25- (قطشه)، عبد القادر، اسهام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير الرسالة التلفزيونية الجزائرية: الألعاب العربية العاشرة (من 09/24 إلى 2004/10/08) نموذجاً (دراسة وصفية تحليلية)، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006/2005.
- 26- (لعرج)، سمير، دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري - دراسة ميدانية -، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007/2006.
- 27- (لونيس)، باديس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت: دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة منتوري- قسنطينة، رسالة ماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة قسنطينة، 2008/2007.
- 28- (مشاقبة)، علي أرشيد علي، تأثير الإعلان على قنوات MBC الفضائية على السلوك الاستهلاكي للمشاهدين في الأردن: دراسة مسحية، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية العلوم الإنسانية، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2007.
- 29- (واضح)، خضرة، اتجاهات جمهور مستخدمي الانترنت في الجزائر نحو الإعلانات الإلكترونية: دراسة ميدانية بنوادي الانترنت في ولاية قسنطينة، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال فرع اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري- قسنطينة، 2010/2009.
- 30- (ومان)، محمد توفيق، سيناريوهات تنمية الموارد البشرية في ظل التكنولوجيا الرقمية، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة بسكرة، 2009/2008.
- 31- (يوسف أحمد)، سامية ذكي، شبكة الانترنت وآثارها على الشباب المصري دراسة سوسيولوجية، رسالة ماجستير في الاجتماع، كلية الآداب جامعة عين شمس، 2008.



32- (يوسفي)، أعمار، التكنولوجيا الرقمية وحقوق المؤلف والحقوق المجاورة: دراسة وصفية تحليلية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2009/2008.

#### 4- بحوث ودراسات وتقارير منشورة:

1- (الصادق)، رابع، المدونات والوسائط الإعلامية: بحث في الوصل والفصل، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، 2009.

2- (الدهشان)، جمال خليل، استخدام الهاتف المحمول في التعليم والتدريب: لماذا؟ وفي ماذا؟ وكيف؟، الندوة الأولى في تقنية المعلومات والاتصال في التعليم والتدريب، كلية التربية، قسم تقنيات التعليم، جامعة الملك سعود 12-14 أبريل 2010.

3- (النجار)، حسن رضا، تكنولوجيا الاتصال.. المفهوم والتطور، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد. جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، 2009.

4- (مكاوي)، حسن عماد، (السيد)، ليلى، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الثالثة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2002.

5- (محمد يوسف)، حياة بدر قرني، (بيومي أحمد)، أسماء يحيى، (بشير جمعة)، أسماء حسن وآخرون، هل تمثل المواقع الإلكترونية غير الحكومية بديلا عن الإعلام الرسمي في مجتمع المعرفة "دراسة في الإعلام البديل"، مؤتمر الإتحاد الدولي لبحوث الإعلام والاتصال، الجامعة الأمريكية بالقاهرة من 23 إلى 28 يوليو، 2006.

6- (أمين)، رضا عبد الواحد، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الانترنت، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، 2009.

7- (عبد الحليم)، شيماء، إسرائ فوزي، نيرمين عاطف وآخرون، الشبكات الاجتماعي، قسم الوثائق والمكتبات والمعلومات، جامعة القاهرة، 2010/2011.

8- (صادق)، عباس مصطفى، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد من فانفر بوش إلى نيكولاس نيغروبونتي، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، 2009.

9- (الحيدري)، عبد الله الزين، الإعلام الجديد النظام والفوضى، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، 2009.

10- (عسيري)، علي بن عبد الله، الآثار الأمنية لاستخدام الانترنت، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2003.

11- مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مجلس الشعب المصري، المدونات المصرية: فضاء اجتماعي جديد، سلسلة تقارير معلوماتية، السنة الثانية، العدد 17، مايو 2008.

- 1- Antony Mayfield, What is Social Media?, (the electronic version).
- 2 - Bellamy, A, and Hanewicz, C., “An Exploratory Analysis of the Social Nature of Internet Addiction”, Electronic Journal of Sociology. Vol. 5, No, 3. March, 2001.
- 3 - Bellamy,A,and Hanewicz,C., Social Psychological Dimentions of Electronic Communication, Electronic Journal of Communication. Volume IV, 1999.
- 4- Beudichon Janine, La communication: processus, formes et applications, Armand Colin /HER, Paris 1999.
- 5- Craig Van Slyke, Information Communication Technologies: Concepts Metodologies, Tools, and Applications, volume 01, Information Science Reference, Hershey, New York, 2008.
- 6 - Dimaggio P., Hargittai, E, Neuman, W., and Robinson J., “Social Implications of the Internet”. Annual Review of Sociology, Annual, 2001.
- 7- Howard Rhingold, The virtual community, (the electronic version).
- 8- Kraut, R., Lundmark, V., Patterson, M., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., and Scherlis, W., “Internet Paradox: A social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being”. Journal of American Psychologist. September, Vol. 53, No. 9, 1998.
- 9- Mark Briggs, Journalism 2.0 How to survive and thrive, J- Lab and the knight Citizen News Work. USA.2007.
- 10- Mathew Vanderwerff, New Media and International Media Development: A source guide for Europe and Eurasia, United Stats Agency for International Development (USAID), Washington, DC, august 2008.
- 11- Micheal M. A. Mirabito, Barbara L. Morgenstern, The new communications Technologies: Applications, Policy, and Impact, 5<sup>th</sup> edition, Focal Press, ELSEVIER, Burlington, USA, 2004.
- 12- Paul Anderson, What is Web 2.0?: Ideas, technologies, and implications for Education, JISC technology and standards watch, feb. 2007.
- 13- Ramesh Bangia, Multimedia and web Technology, 1<sup>st</sup> edition, Fire Wall Media, New Delhi, 2004.
- 14- Thomas w. Valente & Johns Hopkins, Diffusion of innovations and policy Decision making, Journal of Communication, Vol. 43. Winter 1993.



- 1- <http://alola.maktoobblog.com>
- 2- <http://amjad68.jeeran.com/archive/2008/6/587011.html>
- 3- [http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%B3\\_%D8%A8%D9%88%D9%83](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%B3_%D8%A8%D9%88%D9%83)
- 4- <http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%B1>
- 5- <http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=96350&eid=897>
- 6- <http://digital.ahram.org.eg/Motnw3a.aspx?Serial=341317&archid=17>
- 7- <http://ejabat.google.com/ejabat/thread?tid=05ecbb72b299354d>
- 8- <http://elhyes-abdelwahab.blogspot.com/2008/05/blog-post.html>
- 9- <http://ennisr.forums1.net/t57-topic>
- 10- <http://faculty.yu.edu.jo/adel/DownloadHandler.ashx?pg>
- 11- <http://informatics.gov.sa/details.php?id=260>
- 12- <http://informatics.gov.sa/details.php?id=313>
- 13- <http://www.Arabivebook.com/subjects/selectedsubject.aspx?SID=6507>
- 14- [http://www.4shared.com/document/57riGdjZ/\\_online.html](http://www.4shared.com/document/57riGdjZ/_online.html)
- 15- <http://www.algerie360.com/ar/30253/>
- 16- <http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=17775>
- 17- <http://www.democracy-forum.org/index.php?newsid=50>
- 18- <http://www.democracy-forum.org/index.php?newsid=50>
- 19- <http://www.deyaa.org/vb/showthread.php?t=764>
- 20- <http://www.islamweb.net/media/index.php?page=article&lang=A&id=133482>
- 21- <http://www.minshawi.com/vb/threads/6148>
- 22- <http://www.research.att.com/bala/papers/web1v2.pdf>
- 23- <http://www.sali4ever.com/vb/archive/index.php/t-811.html>
- 24- <http://www.study4uae.com/vb/study4uae115/article137118>
- 25- <http://www.study4uae.com/vb/study4uae115/article137118>
- 26- [www.dfc.edunet.tn/tanzilat/PDF/ldari/tawasol1](http://www.dfc.edunet.tn/tanzilat/PDF/ldari/tawasol1)
- 27- [www.saidbengrad.com/cv.htm](http://www.saidbengrad.com/cv.htm)
- 28- [www.smart10.com](http://www.smart10.com)

الملاحفة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد خيضر - بسكرة -

قسم العلوم الإنسانية  
تخصص : وسائل الإعلام

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
شعبة علوم الإعلام والاتصال  
والمجتمع

استمارة بحث بعنوان :

## استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في العلاقات الاجتماعية.

دراسة ميدانية بجامعة بسكرة حول استخدام الانترنت والهاتف النقال في اختيار  
الزوج.

لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال

إشراف:  
\* د. جمال العيفة

إعداد:  
- بلمولاي بدرالدين

نرجو منكم مساعدتنا في ملء هذه الاستمارة  
مع العلم أن هذه البيانات سرية ولا تستخدم إلا في الأغراض العلمية  
لذلك نرجو منكم الإجابة عن كل الأسئلة الواردة بتلقائية تامة وبكل صدق وموضوعية  
تقبلوا منا فائق التقدير والاحترام وشكرا.

\*ملاحظة: الرجاء وضع علامة (x) أمام الإجابة أو الإجابات الصحيحة.

السنة الجامعية: 2010-2011

## البيانات الشخصية

### 1- الجنس:

- ذكر -  أنثى

### 2- الكلية:

- العلوم والتكنولوجيا -  العلوم الإنسانية والاجتماعية  
 العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير -  العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة  
 الحقوق والعلوم السياسية -  الآداب واللغات

## I- عادات وأنماط استخدام الطلبة للإنترنت والهاتف النقال:

### 3- هل تتصفح الإنترنت؟

- نعم -  لا  
\* في حالة الإجابة بنعم.

### 4- ما مقدار الوقت الذي تقضيه عادة مع الإنترنت؟

- 4-1- في الجلسة الواحدة (المررة الواحدة).  
 أقل من ساعة -  بين ساعة وساعتين  
 أكثر من ساعتين

### 4-2- في الأسبوع.

- أقل من 5 ساعات -  ما بين 5 و15 ساعة  
 ما بين 15 و20 ساعة -  أكثر من 20 ساعة

### 5- ما هي الأوقات المفضلة لاستخدام الإنترنت؟

#### 5-1- في اليوم

- في الصباح (من الساعة 6 إلى الساعة 12) -  في المساء (من الساعة 12 إلى الساعة 18)  
 في الليل (من الساعة 18 إلى الساعة 00) -  في آخر الليل (من الساعة 00 إلى الساعة 6)

#### 5-2- في الأسبوع.

- في نهاية الأسبوع -  في أيام الأسبوع العادية  
 في كل أيام الأسبوع

### 6- أين تتصفح الإنترنت؟

- في المنزل -  في المقهى  
 في الجامعة -  أخرى (تذكر).....

### 7- هل تتصفح الإنترنت عادة:

- بمفردك -  مع أفراد العائلة  
 مع الأصدقاء والزملاء -  حسب الظروف

### 8- هل تستخدم الإنترنت بغرض:

- البريد الإلكتروني -  الدردشة  
 البحث عن معلومات معينة -  معرفة الأخبار  
 الترفيه والألعاب -  المشاركة في المنتديات  
 تعلم اللغات -  أخرى (تذكر).....

### 9- ما هي عاداتك في تصفح مواقع الويب؟

#### 9-1- من حيث عدد المواقع التي تزورها (في الجلسة الواحدة):

- موقعا واحدا -  من 2 إلى 6 مواقع  
 أكثر من 6 مواقع

#### 9-2- من حيث طريقة التصفح:

- تكتفي بقراءة العناوين فقط -  تكتفي بمشاهدة الصور فقط  
 تكتفي بمشاهدة العناوين والصور -  تختار موضوعا وتتصفحه كاملا

9-3- من حيث مشاركتك:

- غالباً ما تعلق على المواضيع  
- نادراً ما تعلق عليها  
 - تعلق عليها أحياناً  
 - لا تعلق عليها أبداً

9-4- من حيث التعامل مع المواضيع التي تحتاجها:

- تقوم بتصفحها فقط  
- تحملها  
- ترسلها بالبريد الإلكتروني  
 - تكتبها بيدك  
 - تطبعها

10- هل تستطيع الاستغناء عن الانترنت؟

- نعم  
 - لا

11- هل تستخدم الهاتف النقال؟ (نعني بالاستخدام هنا المكالمات التي تكون أنت مصدرها)

- بانتظام  
 - حسب الظروف

12- ما مقدار الوقت الذي تقضيه عادة في المكالمات الهاتفية؟

12-1- في المكالمات الواحدة:

- أقل من 5 دقائق  
- من 5 إلى 10 دقائق  
- من 10 إلى 20 دقيقة  
- أكثر من 30 دقيقة  
 - من 5 إلى 10 دقائق  
 - من 20 إلى 30 دقيقة

12-2- في اليوم:

- أقل من ساعة  
- من ساعتين إلى 4 ساعات  
 - من ساعة إلى ساعتين  
 - أكثر من 4 ساعات

13- ما هي الأوقات المفضلة لاستخدام الهاتف النقال؟

13-1- في اليوم:

- في الصباح (من الساعة 6 إلى الساعة 12)  
- في الليل (من الساعة 18 إلى الساعة 00)  
- في المساء (من الساعة 12 إلى الساعة 18)  
- في آخر الليل (من الساعة 00 إلى الساعة 6)

13-2- في الأسبوع:

- في نهاية الأسبوع  
- في كل أيام الأسبوع  
 - في أيام الأسبوع العادية

14- أين تستخدم الهاتف النقال أكثر؟

- في المنزل  
- في وسائل النقل  
- أخرى (تذكر).....  
 - في الجامعة

15- ما هي خدمات الهاتف النقال الأكثر تفضيلاً من طرفك؟

- المكالمات العادية  
- رسائل SMS  
- الدخول على الانترنت  
- الاستماع للإذاعة  
- الاستماع إلى الموسيقى ومشاهدة مقاطع الفيديو  
- البريد الصوتي  
- رسائل MMS  
- مشاهدة التلفزيون  
- التصوير

16- كيف تتصرف مع المكالمات الواردة؟

16-1- من أحد معارفك:

- ترد عليه مباشرة  
 - تنتظر حتى يعاود الاتصال

16-2- من رقم جديد:

- لا ترد على المكالمات  
- تنتظر حتى يعاود الاتصال  
- أخرى (تذكر).....  
 - ترد عليها مباشرة  
 - تفتح وتستمع ولا تتكلم حتى تعرف من ينكلم

16-3 من رقم مجهول - لا يظهر رقم المتصل - (Numéro prive):

- لا ترد على المكالمات  - ترد عليها مباشرة   
- تنتظر حتى يعاود الاتصال  - تفتح وتستمع ولا تتكلم حتى تعرف من يتكلم   
- أخرى (تذكر).....

17- هل تستطيع الاستغناء عن الهاتف النقال؟

- نعم  - لا

II- استخدام الطلبة للانترنت والهاتف النقال في العلاقات الاجتماعية:

18- هل تستخدم الانترنت في الاتصال والتواصل؟

- نعم  - لا   
\* في حالة الإجابة بنعم.

18-1 مع من تتصل وتتواصل؟

- أفراد الأسرة  - الأهل والأقارب   
- الأصدقاء والزملاء  - الغرباء

18-2 ما هي الخدمات التي تعتمد عليها في ذلك؟

- البريد الإلكتروني  - الدردشة الكتابية   
- الدردشة الصوتية  - الدردشة بالصوت والصورة   
- الشبكات الاجتماعية   
- أخرى (تذكر).....

19- هل تستخدم الدردشة و/أو الشبكات الاجتماعية؟

- نعم  - لا   
\* في حالة الإجابة بنعم.

19-1 ما مدى تردّدك عليها؟

- دائما  - غالبا   
- أحيانا  - نادرا   
- حسب الظروف

19-2 مع من تفضل التواصل؟

- مع أشخاص من نفس جنسك  - مع الجنس الآخر   
- مع الجنسين

19-3 ما هي المواضيع التي تهتم بمناقشتها؟

- سياسية  - اجتماعية  - فنية   
- اقتصادية  - ثقافية  - علمية   
- دينية  - رياضية  - ترفيهية   
- أخرى (تذكر).....

19-4 ما هو هدفك من التواصل؟

- التعرف وتكوين صداقات  - مناقشة بعض المواضيع المهمة   
- التسلية والترفيه  - البحث عن المعلومات   
- البحث عن زوج  - المشاركة فقط   
- أخرى (تذكر).....

19-5 هل تقدم اسمك الحقيقي في مواقع الدردشة والشبكات الاجتماعية؟

- نعم  - لا

19-6 ما هي برامج الدردشة الأكثر استخداما من طرفك؟

- برامج مواقع الوب (الغير متخصصة)  - Skype   
- Windows Live Messenger  - Yahoo Messenger

19-7 ما هي الشبكات الاجتماعية التي تستخدمها أكثر؟

- Facebook  - Twitter   
- Youtube  - Flickr   
- Myspace  - Hi 5

20- هل لديك أصدقاء افتراضيون (لا تعرفهم في الواقع)؟

- نعم  
 - لا  
\* في حالة الإجابة بنعم.

20- 1- ما هو جنسهم؟

- ذكر  
 - من الجنسين  
 - أنثى

20- 2- ما مدى عمق الصداقة بينكم؟

- عميقة جدا  
 - متوسطة  
 - لا أعرف  
 - شكلية

20- 3- هل تنوي تبادل الزيارات معهم؟

- نعم  
 - لا

21- هل تختلف العلاقة مع الآخرين عبر الانترنت عنها في الواقع؟

- يوجد اختلاف  
 - غير متأكد  
 - لا يوجد

22- هل ساعدت الانترنت في تطوير العلاقات الاجتماعية؟

- نعم  
 - لا

23- هل تستخدم الهاتف النقال في علاقاتك؟

- نعم  
 - لا  
\* في حالة الإجابة بنعم.

23- 1- مع من تجري أكثر اتصالاتك في اليوم؟

- أفراد الأسرة  
 - الأصدقاء والزملاء  
 - الأهل والأقارب  
 - الغرباء

23- 2- ما هي خدمات الهاتف النقال التي تعتمد عليها أكثر؟

- المكالمات العادية  
 - رسائل SMS  
 - رسائل MMS  
 - البريد الصوتي  
 - أخرى (تذكر).....

23- 3- إذا كانت هناك مناسبة في بيت أحد أصدقائك ماذا تفعل؟

- تذهب لزيارته  
 - ترسل له رسالة SMS  
 - لا تفعل شيئاً  
 - تكلمه عبر الهاتف النقال  
 - ترسل له رسالة MMS  
 - أخرى (تذكر).....

23- 4- إذا وجد سوء تفاهم بينك وبين احد الزملاء ماذا تفعل؟

- تذهب لزيارته في بيته  
 - تكلمه بالهاتف النقال فقط  
 - ترسل له رسالة SMS  
 - ترسل له رسالة MMS  
 - لا تفعل شيئاً  
 - تطلب لقاءه في مكان ما  
 - أخرى (تذكر).....

23- 5- إذا تعرفت على شخص جديد ماذا تطلب منه أولاً؟

- عنوانه البريدي  
 - رقم هاتفه الثابت  
 - عنوانه الإلكتروني  
 - رقم هاتفه النقال

23- 6- إذا تعرفت على شخص عن طريق الهاتف النقال فهل؟

- ستواصل التكمم معه عبر الهاتف النقال  
 - ستطلبه للردشة للتعرف أكثر  
 - ستقطع علاقتك به  
 - ستطلب رؤيته

24- هل قلل الهاتف النقال من الحوار وجها لوجه مع الأهل والأصدقاء؟

- نعم  
 - لا

### III- اتجاهات الطلبة لاستخدام الانترنت والهاتف النقال كوسيلة لربط علاقة الزواج:

- 25- هل جربت الاشتراك في مواقع الزواج على الانترنت؟  
- سبق واشتركت  - فكرت في ذلك   
- لم أحاول أبدا
- 26- هل تجد هذه المواقع ملاذا حقيقيا للزواج والعثور على الشريك المناسب؟  
- نعم  - لا   
- لماذا؟.....
- 27- هل يمكن أن تلجأ في يوم من الأيام إلى الزواج عبر مواقع الزواج؟  
- قد ألجأ لذلك  - أفضل العزوبية على اللجوء لذلك   
- لا أعرف
- 28- هل تقبل أن يملأ أخوك/أختك استمارة بيان تعريفية عبر مواقع الزواج؟  
- نعم  - لا
- 29- ماذا تقول لمن يبحث عن شريك العمر عبر هذه المواقع؟  
- واصل البحث  - دعك من هذا   
- لا أقول شيئا
- 30- هل تعرف شخصا تزوج بعد أن تعرف على الطرف الآخر عن طريق الانترنت؟  
- نعم  - لا
- 31- في رأيك ما هي نسبة نجاح هذا الزواج؟  
- عالية  - متوسطة   
- ضعيفة  - لا أعرف
- 32- هل توافق على الزواج من شخص تعرفت عليه عن طريق الانترنت؟  
- نعم  - لا   
\* في حالة الإجابة بنعم.
- 32-1- ما هي الشروط التي تطلبها في هذا الشخص؟  
- أن يكون غنيا  - أن يكون متعلما   
- أن يكون جزائريا  - أن يكون عربيا   
- أن يكون مسلما  - أن يكون أجنبيا   
- أخرى (تذكر).....
- 32-2- ما هي دوافعك للقبول بهذا الزواج؟  
- الرغبة في الزواج  - الإعجاب والحب المتبادل   
- التوافق والتفاهم   
- أخرى (تذكر).....
- 33- في رأيك هل يؤدي التعارف عبر الهاتف النقال بين الجنسين إلى:  
- الصداقة  - الترفيه والتسلية وتبادل الأحاديث   
- قضاء بعض المصالح  - الزواج   
- أخرى (تذكر).....
- 34- هل تجد الهاتف النقال ملاذا حقيقيا للزواج والعثور على الشريك المناسب؟  
- نعم  - لا   
- لماذا؟.....
- 35- هل يمكن أن تلجأ في يوم من الأيام إلى الزواج عبر الهاتف النقال؟  
- قد ألجأ لذلك  - أفضل العزوبية على اللجوء لذلك   
- لا أعرف
- 36- هل تقبل أن يدخل أخوك/أختك في علاقة عاطفية عبر الهاتف النقال؟  
- نعم  - لا



37- ماذا تقول لمن يبحث عن شريك العمر عبر الهاتف النقال؟

- واصل البحث  - دعك من هذا   
- لا أقول شيئاً

38- هل تعرف شخصاً تزوج بعد أن تعرف على الطرف الآخر عن طريق الهاتف النقال؟

- نعم  - لا

39- في رأيك ما هي نسبة نجاح هذا الزواج؟

- عالية  - متوسطة   
- ضعيفة  - لا أعرف

40- هل توافق على الزواج من شخص تعرفت عليه عن طريق الهاتف النقال؟

- نعم  - لا

\* في حالة الإجابة بنعم.

40- 1- ما هي الشروط التي تطلبها في هذا الشخص؟

- أن يكون غنياً  - أن يكون متعلماً   
- أن يكون جزائرياً  - أن يكون عربياً   
- أن يكون مسلماً  - أن يكون أجنبياً

- أخرى (تذكر).....

40- 2- ما هي أهم الدوافع التي تساعدك على القبول بهذا الزواج؟

- الرغبة في الزواج  - الإعجاب والحب المتبادل   
- التوافق والتفاهم

- أخرى (تذكر).....

41- في رأيك هل الزواج عبر الانترنت والهاتف النقال يعبر عن:

- تقدم وفتح عقلي وحرية  - تخلف   
- مغامرة  - استخفاف بالدين

- أخرى (تذكر).....

42- في رأيك لماذا يزداد إقبال الشباب على الزواج عن طريق الانترنت والهاتف النقال؟

- .....  
- .....  
- .....

## ملخص:

يهدف البحث إلى معرفة واقع استخدام الانترنت والهاتف النقال، في أوساط الشباب وعند شريحة الطلبة خصوصاً. وذلك من خلال الكشف عن مدى انتشار استخدام هاتين الوسيلتين بين الطلبة، ومدى استخدامهما في تواصلهم واتصالهم بالآخرين، ومحاولة التعرف على درجة ارتباط الطلبة بالانترنت والهاتف النقال ومدى تغلغلها في حياتهم الخاصة.

وقد انطلق هذا البحث من خلال السؤال الرئيسي التالي:

**ما مدى استخدام الطلبة للانترنت والهاتف النقال في علاقاتهم الاجتماعية وفي الزواج خصوصاً؟**

وتمحورت التساؤلات الفرعية للدراسة حول مايلي:

- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة للانترنت والهاتف النقال؟
  - ما مدى استخدام الطلبة للانترنت والهاتف النقال في العلاقات الاجتماعية؟
  - ما هي اتجاهات الطلبة لاستخدام الانترنت والهاتف النقال كوسيلة لربط علاقة الزواج؟
- وبعد تحديد مفاهيم البحث الرئيسية والمداخل النظرية للبحث، وكذا الدراسات السابقة التي تهتم بموضوع البحث، تم التطرق إلى منهجية البحث، وبما أن هذا البحث يهدف إلى وصف مظاهر الاستخدام والإشباع (Gratifications) المحققة للطلبة المستخدمين للانترنت والهاتف النقال، فهو بذلك ينتمي إلى الدراسات الوصفية التحليلية، حيث تم استخدام منهج المسح الاجتماعي، والعينة القصدية ذات الحصص المتساوية، كما اختيرت الاستمارة كأداة لجمع البيانات، وقد تم توزيع الاستمارة على 120 مفردة موزعة بالتساوي على جميع كليات جامعة بسكرة. كما احتوى البحث على جانب نظري تضمن ثلاثة فصول تعرضت لأهم محاور البحث، وفصل ميداني أو تطبيقي.
- وتتمثل أهم النتائج التي توصل إليها البحث فيما يلي:

✳ فيما يتعلق بالانترنت:

◀ عادات وأنماط الاستخدام:

- معظم أفراد العينة يستخدمون الانترنت.
- أغلب أفراد العينة يستخدمون الانترنت لأقل من 5 ساعات في الأسبوع.
- أكبر نسبة من أفراد العينة يشاركون أحياناً في المواضيع التي يطلعون عليها عبر مواقع الانترنت.
- معظم أفراد العينة لا يستطيعون التخلي عن الانترنت.

◀ الاستخدام في العلاقات الاجتماعية:

- معظم أفراد العينة يستخدمون الانترنت للاتصال والتواصل مع الأصدقاء والزملاء.

- أكبر نسبة من أفراد العينة يستخدمون الدردشة و/أو الشبكات الاجتماعية بهدف التعارف وتكوين صداقات.

- معظم أفراد العينة لا يقدمون الاسم الحقيقي أثناء استخدامهم للدردشة و/أو الشبكات الاجتماعية.  
- أغلب أفراد العينة لديهم أصدقاء افتراضيين.

#### ◀ الاستخدام كوسيلة لربط علاقة الزواج:

- أغلب أفراد العينة لم يحاولوا أبدا التسجيل في مواقع الزواج على الانترنت.  
- أغلب أفراد العينة يفضلون العزوبية على اللجوء للزواج عبر الانترنت.  
- معظم أفراد العينة لا يقبلون أن يملأ أحد إخوتهم استمارة الاشتراك في مواقع الزواج على الانترنت.  
- حوالي نصف أفراد العينة لا يعرفون أي شخص تزوج بعد أن تعرف على الطرف الآخر عن طريق الانترنت.

#### ✘ أما فيما يخص الهاتف النقال فقد توصل البحث إلى النتائج التالية:

#### ◀ بالنسبة للعادات والأنماط:

- كل أفراد العينة يمتلكون ويستخدمون الهاتف النقال.  
- أغلب أفراد العينة يستخدمون الهاتف النقال لأقل من ساعة في اليوم.  
- أكبر نسبة من أفراد العينة يستخدمون الهاتف النقال أكثر لما يكونوا في الجامعة.  
- معظم أفراد العينة لا يستطيعون الاستغناء عن الهاتف النقال.

#### ◀ الاستخدام في العلاقات الاجتماعية:

- جميع أفراد العينة يستخدمون الهاتف النقال في علاقاتهم الاجتماعية.  
- أكثر من نصف أفراد العينة يفضلون زيارة أصدقائهم في المناسبات على مكالمتهم بالهاتف النقال.  
- أول شيء يطلبه أغلب أفراد العينة عند التعرف على شخص جديد هو رقم هاتفه النقال.  
- معظم أفراد العينة يرون بأن الهاتف النقال قلل من الحوار وجهها لوجه مع الأهل والأصدقاء.

#### ◀ الاستخدام كوسيلة لربط علاقة الزواج:

- أكبر نسبة من أفراد العينة يرون بأن التعارف بين الجنسين عبر الهاتف النقال يؤدي إلى الترفيه والتسلية.  
- أكثر من نصف أفراد العينة يفضلون العزوبية على اللجوء للزواج عن طريق الهاتف النقال.  
- معظم أفراد العينة لا يقبلون أن يدخل إخوتهم في علاقات عاطفية مع آخرين عبر الهاتف النقال.  
- أكثر من نصف أفراد العينة يعرفون أشخاصا تزوجوا بعد أن تعرفوا على الطرف الآخر عن طريق الهاتف النقال.

## **Abstract:**

The research aims to get to know the reason behind the use of the Internet and mobile phone among young people, namely students, by bringing to light the extent of the use of these instruments among students, and the extent of use in their communication and contact with others and try to identify students on the degree of correlation to the Internet and mobile phone penetration in their own lives.

This research was launched through the following key question: **How much students use the Internet and mobile phone in their social relations, marriage in particular?**

The sub- questions of study focused on the following:

- What are the habits and patterns of student use of the Internet and mobile phone?
- To what extent students use the Internet and mobile phone in their social relations?
- What are the trends for students to use the Internet and mobile phone as a means to link the marriage relationship?

Having defined the concepts of the major search and it's portal theoretical, as well as previous studies which have the same interest, was addressed to the research methodology, and since this research aims to describe aspects of use and gratifications achieved for students users of the Internet and mobile phone, it is thus belongs to the descriptive study of analytical, with the use of social survey approach, and the sample with a quota equal intentionality, and was chosen as a form of data collection, were distributed to 120 form a single distributed equally to all the faculties of the University of Biskra. The research contains also a theoretical chapter which contains it self three parts deal about the main points of the research, the final points is practical or applied.

The main findings of the research are:

### **✘ Regarding the Internet:**

#### **➤ Habits and patterns of use:**

- Most respondents use the Internet.
- Most respondents use the Internet for less than 5 hours per week.
- The largest percentage of respondents participating in the subjects sometimes made known to them through the Internet sites.
- Most of the respondents can not give up the Internet.

#### **➤ Use in social relations:**

- Most respondents use the Internet to connect and communicate with friends and colleagues.
- The largest percentage of respondents use the chat and / or social networking to dating and making friends.
- Most of the respondents do not offer real name during their use of chat and / or

social networks.

- Most respondents have virtual friends.

➤ **Use as a means to link the marriage relationship:**

- Most respondents did never try register in marriage sites on the Internet.

- Most of the respondents prefer celibacy to resort to marriage via the Internet.

- Most of the respondents do not accept their brothers to fill to them a subscription form in the Marriage Sites on the Internet.

- About half of the respondents do not know any married person who know the other part via the Internet.

☒ **As for the mobile phone the research has found the following results:**

➤ **For the habits and patterns:**

- All respondents have and use a mobile phone.

- Most respondents use a mobile phone for less than an hour a day.

- The largest percentage of respondents use the mobile phone more when they are in the university.

➤ **Use in social relations:**

- All members of the sample using a mobile phone in their social relations.

- More than half of respondents prefer to visit their friends than to phone them.

- The first thing required by most respondents to identify someone new is the number of his mobile phone.

- Most respondents believe that mobile phone reduced the dialogue and face-to-face discussions with friends and family.

- Most of the respondents can not do anything without a mobile phone.

➤ **Use as a means to link the marriage relationship:**

- The largest percentage of respondents believe that the acquaintance between the sexes leads to a mobile phone entertainment.

- More than half of respondents prefer celibacy to resort to marriage by mobile phone.

- Most of the respondents do not accept to enter their brothers in romantic relationships with others via mobile.

- More than half of respondents knew people who married after they had known each other by mobile phone.

